

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting di dalam perekonomian suatu negara sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Pertumbuhan dan perkembangan perbankan Syariah di Indonesia tumbuh makin pesat. Banyak bank-bank konvensional yang mulai membuka unit-unit syariah. Selain itu juga banyak berdiri BMT, BPR Syariah, dan Koperasi syariah. Bank Syariah di Indonesia diyakini akan terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan industri lembaga Syariah ini diharapkan mampu memperkuat stabilitas sistem keuangan Nasional.

Bank Syari'ah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonomi atau praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syari'ah Islam. Utamanya adalah berkaitan dengan pelarangan praktek riba, kegiatan *maysir* (Judi), dan *gharar* (ketidakjelasan).¹

¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN), hal. 13

Baitul Maal Wattamwil (BMT) melakukan jenis kegiatan, yaitu *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. Sebagai *Baitul Maal*, BMT menerima titipan zakat, infaq, dan *shadaqah* serta menyalurkan (*tasaruf*) sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Sedangkan sebagai *Baitul Tamwil*, BMT mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan pengusaha kecil bawah dan kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan ekonomi dan BMT berfungsi sebagai suatu lembaga keuangan Syariah. Lembaga ini berfungsi sebagai lembaga keuangan Syariah yang menghimpun dan penyaluran dana menurut prinsip Syariah.

Salah satu diantara dari sekian banyak BMT (lembaga keuangan syariah) di wilayah Tulungagung yang berkembang pesat adalah BMT SAHARA yang memiliki kantor pusat di daerah Ruko Kembang Sore No. 2.A, Bolorejo-Kauman Tulungagung. Keberadaan BMT tersebut telah banyak membantu perekonomian anggota dan masyarakat disekitarnya. Dengan memberikan modal pinjaman kepada masyarakat untuk berwirausaha maupun untuk mengembangkan usaha yang telah ada.

Perkembangan BMT SAHARA ini telah terbukti dengan diadakannya kantor cabang dari BMT SAHARA yang terletak di daerah Bandung Jl. Raya Bakalan No.7 Suruhan Kidul-Bandung Tulungagung. Hal ini ditujukan agar anggota yang berasal dari luar daerah Bandung dapat menjangkau dan lebih mudah dalam melakukan transaksi.

Perkembangan BMT Sahara di masyarakat dapat dilihat dari peningkatan jumlah nasabah dari tahun ketahuan. Salah satunya adalah nasabah

pembiayaan. Berikut data perkembangan nasabah pembiayaan pada BMT sahara:²

Tabel 1.1

Perkembangan anggota/nasabah pembiayaan menurut jenis usahanya

No	Jenis usaha	Jumlah orang	
		2012	2013
1.	Pertanian	368	378
2.	Peternakan	149	157
3.	Perdagangan	536	509
4.	Jasa	218	287
5.	Konveksi	122	119
6.	Konsumtif	259	302
7.	Sektorlain	283	312
	Jumlah	1935	2064

Seperti BMT lainnya, BMT SAHARA memiliki beberapa produk pembiayaan, diantaranya adalah pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *mudharabah*, pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *qordhul hasan*. Dari setiap lembaga memiliki kewenangan sendiri dalam menentukan pembiayaan apa yang akan dilaksanakan. Karena itulah BMT dapat berkembang pesat berkat produk yang ditawarkan dapat diterima oleh masyarakat umum.

Salah satu pembiayaan yang sering digunakan oleh BMT adalah pembiayaan *murabahah* karena dianggap rendah resiko. *Murabahah* adalah akad pembelian barang modal yang pembayarannya dilakukan oleh anggota setelah jatuh tempo. Penegmbalian dilakukan sesuai dengan harga dasar barang yang disepakati bersama.³ Akibat transaksi jual beli *murabahah*

² RAT Kopsyah BMT SAHARA Tahun 2013, hal., 11

³ M. Ilyas Marwa, "Rekonstruksi *Murabahah* Sebuah *Ijtihad* Solusi Pembiayaan" dalam <http://permodalanbmt.com>

menyebabkan timbulnya piutang murabahah. Karena adanya penangguhan pembayaran ini menimbulkan kesan bahwa pembiayaan *murabahah* tidak berbeda dengan pemberian kredit berbunga oleh bank konvensional.

Banyak persepsi negatif yang ditujukan oleh masyarakat kepada bank syariah. Ketika bank syariah memberikan pembiayaan murabahah dengan harga yang terkesan lebih mahal daripada bank-bank konvensional. Umumnya mereka mengatakan operasional bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional. Hanya saja jika di bank konvensional menetapkan sistem bunga, maka di bank syariah disebut dengan margin.

Meskipun dalam akad pembiayaan *murabahah* terdapat penangguhan pembayaran yang sama dengan bank konvensional, tapi ini masih bisa dibedakan. Karena penetapan margin pada akad *murabahah* berdasarkan kesepakatan bersama antara kedua belah pihak. Sedang pada pinjaman konvensional penetapan bunga ditentukan oleh pihak bank di awalnya. Disinilah letak keistimewaan dari pembiayaan dengan prinsip syariah, yaitu dengan mengutamakan sistem kekeluargaan untuk menentukan kesepakatan. Dengan adanya pembiayaan *murabahah* pada BMT ini diharapkan dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat dengan memberikan permodalan kepada para wirausaha (*entrepreneur*).

Kebanyakan *entrepreneur* yang berhasil menciptakan sebuah rencana bisnis (*a business plan*), yang merupakan sebuah dokumen formal, berisikan suatu pernyataan tentang tujuan, suatu uraian atau deskripsi tentang produk atau jasa yang akan dihasilkan dan ditawarkan, sebuah analisis pasar, proyeksi-

proyeksi finansial, dan beberapa prosedur manajemen yang didesain untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan yang bersangkutan. Sebelum mereka dapat menyusun sebuah rencana bisnis, para entrepreneur perlu memahami adanya sejumlah kendala untuk memasuki industri yang bersangkutan (*Barries to entry*).⁴

Untuk menjadi seorang wiraswasta, tidak hanya membutuhkan sikap mental tetapi dengan perhitungan yang matang sangat membantu keberhasilannya. Perolehan hasil pendidikan formal juga membantu, tetapi menurut hasil penelitian Charles Schrciber, keberhasilan seseorang yang yang ditentukan oleh pendidikan formal hanya sebesar 15% dan selebihnya (85%) ditentukan oleh sikap mental atau kepribadian. Oleh sebab itu, pendidikan disekolah kita, SLTP, SMU, dan PT yang selama ini sangat mengagungkan transfer ilmu pengetahuan, dan melupakan aspek-aspek pembinaan mental, telah membawa generasi remaja ke pengangguran.⁵

Didaerah Tulungagung banyak tumbuh wirausahawan yang menjhalankan industri dengan sekala kecil atau industri rumahan, seperti industri konveksi, pertanian, peternakan, dan perdagangan. Akan tetapi tidak sedikit dari mereka yang hanya lulusan dari SD,SMP,SMA bahkan ada seorang wirausaha sukses yang tidak pernah mengenyah pendidikan ditingkat sekolah SD,SMP,atau SMA. Mereka yang hanya berpendidikan rendah bisa menjadi seorang wirausaha sukses karena mereka bisa membaca peluang yang ada disekitar mereka dan mereka tidak pernah putusasa dalam menghadapi

⁴ Winardi, *ENTREPRENEUR dan ENTREPRENEURSHIP*. (Jakarta:Kencana,2008),hal.

⁵ Buchari Alma, *Kewirausahaan*. (Bandung: CV ALFABETA,2002), hal. 15

setiap kegagalan yang mereka alami. Berikut data penduduk bekerja menurut status pekerjaan dan pendidikan dapat disimak pada Tabel dibawah ini:

Tabel 1.3

Penduduk Bekerja Menurut Status Pekerjaan dan Pendidikan

no	Pendidikan	Usaha Menca ri (%)	Usaha Keluar ga (%)	Usaha Buruh Tetap (%)	Karyawan (%)	Petani (%)	Pekerjaan pertanian (%)	Pekerja tidak dibayar (%)	Jumlah (ribuan)
1	TPS	18,7	39,0	1,9	4,5	9,1	2,1	24,7	5.328
2	TTSD	20,8	33,0	2,5	8,9	8,8	3,5	22,5	12.515
3	SD	21,3	27,4	2,8	14,8	6,1	5,3	22,2	35,125
4	SMP	22,4	19,5	3,6	27,0	3,2	4,8	19,4	17,248
5	ST	26,1	19,5	4,5	26,5	2,7	3,2	17,6	1,324
6	SMU	16,7	12,2	4,2	52,7	0,8	2,4	10,9	11,389
7	SMK	13,8	8,3	3,8	64,0	0,4	2,5	7,2	5,903
8	DII,III	5,1	2,7	1,4	88,9	0,0	0,0	1,9	393
9	DIII,AK	6,3	3,4	3,7	82,0	0,1	0,3	4,1	1,163
10	UNIV	5,8	3,4	4,9	83,1	0,0	0,5	2,2	2,834
	Jumlah	19,5	23,0	3,2	27,2	4,7	4,0	18,5	93,722

Data BPS 2004

Keterangan:

TPS: Tidak Pernah Sekolah

TTSD : Tidak Tamat sekolah SD

ST: Sekolah Teknik

SMP: Sekolah Menengah Pertama

SMU: Sekolah Menengah Umum

SMK: Sekolah Menengah Kejuruan

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 83,1 persen lulusan univaersitas menjadi karyawan. 82 persen lulusn D3 menjadi karyawan dan 88,9 persen D1 dan D2 juga menjadi karyawan. Sedangkan yang menjadi usahawan seluruh lulusan perguruan tinggi masih masih dibawah 6 persen, seddangkan yang menjadi usahawan presentase tertinggi adalah lulusan SLTA

kebawah, sehingga agak sulit mengharapkan perkembangan usahawan yang handal di Indonesia.⁶

Tidak jarang juga setelah seseorang memperoleh atau pendidikan non-gelar melalui koperasi dan atau koperasi kredit, bahkan setelah mendengarkan cerita sukses pengalaman bisnis yang dimiliki oleh orang-orang disekitar kita, meskipun bisnis kecil-kecilan dapat menjadi pemicu, potensi dan motivasi utama untuk menjadi wiraushawan yang berhasil. Motivasi untuk menjadi wirausaha biasanya muncul dengan sendirinya, setelah memiliki bekal cukup untuk mengelola usaha dan siap mental secara total.⁷

Dalam berwirausaha peran motivasi, terutama motivasi untuk berhasil menjadi sangat penting. Sebab di dalam motivasi terdapat sejumlah motif yang akan menjadi pendorong (*drive/stimulus*) tercapainya keberhasilan. Apalagi di dalam motivasi berwirausaha diperlukan daya juang untuk sukses, mau belajar melihat keberhasilan orang lain, memiliki dorongan kuat untuk mengatasi semua kendala dalam berwirausaha. Pasalnya, keberhasilan berwirausaha tidak dengan seketika diperoleh. Itu sebabnya bagi para pemula atau pebisnis kawakan aspek-aspek yang disebutkan tadi penting dimiliki dan menjadi modal untuk meraih sukses.

Berdasarkan data-data yang diperoleh diatas mengenai persepsi pembiayaan murabahah dan data penduduk bekerja sesuai dengan tingkat pendidikan peneliti menjadi tertarik untuk meneliti persepsi pembiayaan murabahah dan pendidikan nasabah apakah nasabah memiliki motivasi

⁶ Leonardus Saiman, *Kewirausahaan teori, Praktik, dan Kasus-kasus*, (Jakarta:Salemba Empat, 2009), hal.,24.

⁷ Leonardus Saiman, *Kewirausahaan...*, hal., 25

berwirausaha setelah memperoleh persepsi pembiayaan murabahah dan pendidikan.

Sebelumnya penelitian mengenai persepsi pembiayaan murabahah juga pernah dilakukan oleh Liztya Siska Mutiara dengan Judul Persepsi jual beli murabahah terhadap motivasi mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Liztya variabel Y yang digunakan adalah motivasi menjadi nasabah Bank Syariah dan respondennya adalah mahasiswa, sedangkan pada penelitian ini variabel Y adalah motivasi berwirausaha nasabah dan respondennya adalah nasabah pembiayaan murabahah pada BMT Sahara. Selain itu dalam penelitian ini ditambahkan variabel X yaitu pendidikan.

Selain itu penelitian mengenai pendidikan juga pernah dilakukan oleh Fajrinur dengan judul faktor-faktor yang mendorong wirausahaan memulai usaha kecil. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dulu adalah dalam penelitian ini meneliti dua variabel yaitu persepsi pembiayaan *murabahah* dan pendidikan, responden dari penelitian ini adalah nasabah pembiayaan murabahah pada BMT Sahara, sedangkan dalam penelitian yang dulu meneliti beberapa faktor yakni modal, peluang, pendidikan, pengalaman, emosional dan responden dari penelitian ini adalah pedagang makanan yang berdagang pada pajak USU.

Dari uraian penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PERSEPSI NASABAH TENTANG KONSEP PEMBIAYAAN *MURABAHAH* DAN ASPEK PENDIDIKAN

TERHADAP MOTIVASI BERWIRAUSAHA NASABAH PADA BMT SAHARA”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA?
2. Apakah aspek pendidikan berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA?
3. Apakah persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan secara simultan berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA.
2. Untuk menguji Pengaruh aspek pendidikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA.
3. Untuk menguji persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan secara simultan berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA.

D. Hipotesis Penelitian

1. Persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA.

2. Aspek pendidikan berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA.
3. Persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan bagi pembaca dan bagi pribadi peneliti. selain itu penelitian ini diharapkan dapat pula menjadi bahan rujukan bagi penelitian sejenis dan dapat menjadi bahan perbandingan dari penelitian yang telah ada.

2. Kegunaan Praktis

1) Bagi BMT SAHARA

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak BMT SAHARA Tulungagung untuk mengetahui persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah*, agar dapat lebih menerapkan prinsip-prinsip syariah dan lebih meningkatkan implementasi prinsip-prinsip syariah tersebut dalam menjalankan perusahaannya agar berhasil menjadi BMT yang diimpikan oleh masyarakat dan bisa lebih berkembang.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang

perbankan Islam khususnya persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan terhadap motivasi berwirausaha.

3) Bagi IAIN Tulungagung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi terutama bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah.

F. Ruang lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini digunakan untuk membatasi permasalahan penelitian yang akan diteliti sehingga tidak menyimpang dari tujuan yang dikehendaki dan dapat dilakukan secara lebih mendalam. Dan adanya keterbatasan waktu, dana, tenaga, teori-teori dari penulis. Adapun ruang lingkup dan batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan adalah variabel independent. Kedua hal tersebut merupakan beberapa variabel yang mempengaruhi motivasi berwirausaha dari nasabah.
2. Subyek penelitian ini adalah nasabah konsep pembiayaan *murabahah* BMT Sahara yang ada dikantor pusat.
3. Penelitian ini hanya mengkaji persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT Sahara pusat.
4. Penelitian ini ditekankan pada konsep pembiayaan *murabahah* sesuai yang dilaksanakan oleh pihak BMT Sahara pusat.

G. Definisi Operasional

Supaya pembaca mampu memperoleh kesamaan pemahaman mengenai konsep penting yang termuat dalam tema skripsi ini beserta hal-hal yang akan diteliti, maka penulis akan mengemukakan istilah-istilah yang akan menjadi kata kunci dari tema sebagai berikut:

1. Konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA adalah:

- a. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.⁸
- b. Persepsi: persepsi adalah anggapan langsung atas sesuatu.⁹
- c. Konsep : sesuatu yang umum atau representasi intelektual yang abstrak dari situasi, obyek atau peristiwa, suatu akal pikiran, suatu ide atau gambaran mental.¹⁰
- d. Pembiayaan adalah salah satu jenis dan kegiatan usaha lembaga keuangan syari'ah untuk menyediakan dana atau tagihan kepada masyarakat atau nasabah dengan kewajiban mengembalikan dana atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan (margin) atau bagi hasil.¹¹

⁸ Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hal : 849.

⁹ Eko Hadi Wiyono. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Balai Pustaka:2007), hal. 481

¹⁰ <http://id.wikipedia.org/wiki/Konsep>, diakses tanggal 30 juni 2014

¹¹ Dadan Muttaqien, *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: Safitria Insania Press, 2009, hlm.85

- e. *Murabahah* adalah: akad jual beli, yang secara etimologi jual beli dapat diartikan “*pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain*”.¹²
- f. Aspek : Sudut pandangan.¹³
- g. Pendidikan adalah: usaha yang dijalankan oleh seseorang atau kelompok oranglain agar menjadi dewasa atau mencapai tingkat hidup atau penghidupan yang lebih tinggi dalam arti mental.¹⁴
- h. motivasi berwirausaha adalah dorongan seseorang untuk melihat dan menilai peluang yang menyebabkan seseorang melakukan suatu kegiatan berwirausaha.¹⁵

2. Operasional

Secara operasional yang dimaksud dengan pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan tingkat pendidikan terhadap motivasi berwira usaha nasabah pada BMT SAHARA adalah:

- a. Persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* adalah sangat berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha nasabah BMT SAHARA, dalam penelitian ini persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* diukur dengan pemahaman mengenai pembiayaan, bahan baku modal kerja dan margin.
- b. Aspek pendidikan adalah sangat berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha nasabah BMT SAHARA. dalam penelitian ini tingkat

¹² Rahmat Syafe’I, *Fiqh Muamalah*, (bandung: Pustaka Setia, 2000), hal. 73

¹³ <http://yuliatwn.wordpress.com/2013/10/08/pengertian-aspek-dan-fungsi-bahasa/>, diakses tanggal 30 juni 2014

¹⁴ Didin Kurniadin Dan Imam Machali, *MANAJEMEN PENDIDIKAN Konsep & Prinsip Pengelolaan Pendidikan*. (Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2013), hal. 113

¹⁵ Leonardus Saiman, *KEWIRAUSAHAAN ...*, hal. 27

pendidikan diukur dengan pengetahuan, pembentukan sikap, dan ketrampilan kerja.

H. Sistematika Skripsi

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini disajikan dalam 5 (lima) bab, dan di setiap babnya terdapat sub bab. Terdapat sub bab sebagai perincian dari bab-bab tersebut. Maka sistematika pembahasan skripsinya seperti berikut:

Bab I pendahuluan, untuk memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini, dalam bab pendahuluan ini di dalamnya membahas beberapa unsur yang terdiri dari: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, definisi operasional dan sistematika skripsi.

Bab II Landasan Teori, dalam bab ini diuraikan berbagai teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori pembiayaan murabahah dan tingkat pendidikan terhadap motivasi berwirausaha. Serta penelitian yang terdahulu dan kerangka berfikir.

Bab III Metode Penelitian, dalam bab ini memuat tentang rancangan penelitian (berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, dibagian ini memuat diskripsi singkat hasil penelitian (yang berisi diskripsi data dan pengujian hipotesis) dan pembahasan.

Bab V Penutup, pada bab akhir ini dalam skripsi akan memuat tentang kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan dan daftar rujukan, lampiran-lampiran surat pernyataan keaslian skripsi dan yang terakhir adalah riwayat hidup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi

a. Pengertian persepsi

Menurut Eko Hadi Wiyono dalam bukunya “persepsi adalah anggapan langsung atas sesuatu”.¹⁶ Sedangkan Menurut Bilson Simamora, persepsi adalah bagaimana kita melihat dunia sekitar kita. Ada sebuah objek misalnya toko Matahari. Objek tersebut kita lihat satau dalam bahasa canggihnya kita mendapat stimulti tentang objek tersebut. Berdasarkan stimulti itu, kita memberikan gambaran tentang toko matahari: “menurut saya, toko matahari itu..... dan seterusnya. Itulah persepsi.

Secara formal, persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses, dengan mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasi stimulti kedalam suatu gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh. Stimuli adalah setiap input yang dapat ditangkap oleh indera, seperrti produk, kemasan, merek, iklan, harga, dan lain-lain. Stimuli tersebut diterima oleh panca indra, seperti mata, telinga, mulut, hidung, dan kulit.¹⁷

Robert a. Baron dan Paul b. Paulus dalam Ali Nordin, persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut

¹⁶ Eko Hadi Wiyono. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Balai Pustaka:2007), hal. 481

¹⁷ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2002). Hal. 102

mempengaruhi perilaku kita.¹⁸ Persepsi dapat dirumuskan sebagai "proses yang dilakukan oleh seseorang untuk memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti."

Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda. Oleh karena itu persepsi memiliki sifat subyektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, satu hal yang perlu diperhatikan dari persepsi adalah bahwa persepsi secara substansil bisa sangat berbeda dengan realitas.¹⁹

Persepsi adalah proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran berarti mengenai dunia. Orang juga dapat membentuk persepsi berbeda dari rangsangan yang sama karena tiga macam proses penerimaan indera : perhatian yang selektif, distorsi selektif, dan ingatan selektif.²⁰

Persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.²¹ Menurut Berelson dan Steiner persepsi adalah proses bagaimana seorang individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti, persepsi tidak hanya bergantung pada

¹⁸ Ali Nordin, "Teori Persepsi" dalam http://www.academia.edu/6123394/Teori_persepsi, diakses tanggal 10 Juni 2014

¹⁹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku konsumen*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), hal. 160

²⁰ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: ALFABETA, 2010), hal. 101

²¹ Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Indonesia: PT Indeks, 2008), hal. 137

rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.²²

Jadi, berdasarkan definisi yang telah dipaparkan di atas, persepsi dapat diartikan sebagai suatu proses kognitif atau pemberian arti dan penafsiran dari suatu objek, peristiwa dan stimuli yang diterima oleh indera untuk kemudian diorganisasi dengan cara yang dapat mempengaruhi pemikiran dan membentuk sikap sehingga dimungkinkan berbeda dari kenyataan sebenarnya serta berbeda antara satu individu dengan individu yang lain sesuai dengan pengalaman masing-masing di masa lalu.

b. Faktor-Faktor yang Menentukan Persepsi Nasabah

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal.²³

a) Faktor Internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain :

1. Fisiologis. Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.
2. Perhatian. Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan

²²Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran Analisa Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta:Salemba Empat, 1997), hal.164

²³ Hasminee Uma, "Persepsi: Pengertian, Definisi, dan Factor yang Mempengaruhi" dalam <http://bahasa.kompasiana.com/2013/10/20/persepsi-pengertian-definisi-dan-factor-yang-mempengaruhi-600802.html>, diakses 01 juli 2014

fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.

3. Minat. Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau perceptual vigilance yang digerakkan untuk mempersepsi. Perceptual vigilance merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.
 4. Kebutuhan yang searah. Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
 5. Pengalaman dan ingatan. Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.
 6. Suasana hati. Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.
- b) Faktor Eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang

merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah :

1. Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.
2. Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (to be perceived) dibandingkan dengan yang sedikit.
3. Keunikan dan kontrasan stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latarbelakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.
4. Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.
5. Motion atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

c. Proses Terjadinya Persepsi

Persepsi merupakan proses yang terdiri dari seleksi, organisasi dan interpretasi terhadap stimulus. Proses persepsi terdiri dari:²⁴

a) Seleksi Perseptual

Seleksi perseptual terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada *psychological set* yang dimiliki. *Psychological set* yaitu berbagai informasi yang ada dalam memori konsumen. Sebelum seleksi persepsi terjadi, terlebih dahulu stimulus harus mendapat perhatian dari konsumen.

b) Organisasi Persepsi

Organisasi persepsi (*Perceptual Organization*) berarti bahwa konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Prinsip dasar dari organisasi persepsi adalah penyatuan yang berarti bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh. Pengorganisasian seperti itu memudahkan untuk memproses informasi dan memberikan pengertian yang terintegrasi terhadap stimulus.

c) Interpretasi Perseptual

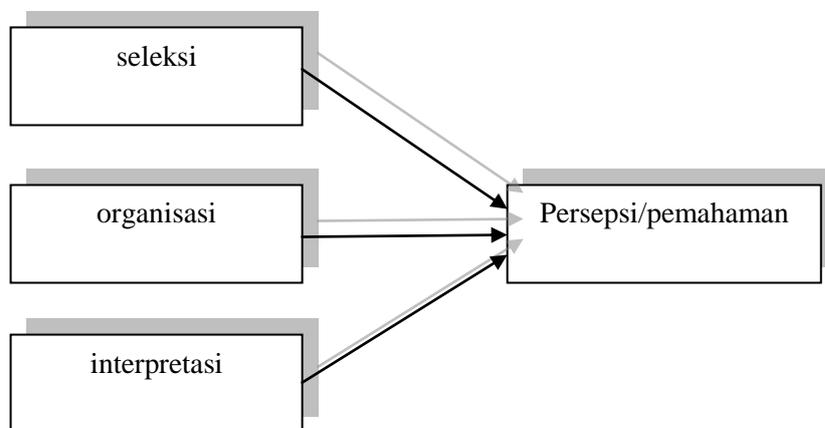
Proses terakhir pada persepsi ialah memberikan interpretasi atas stimulus yang diterima oleh konsumen. Setiap stimulus yang menarik perhatian konsumen baik disadari atau tidak disadari, akan diinterpretasikan oleh konsumen. Dalam proses interpretasi konsumen membuka kembali

²⁴Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*,.....hal. 171-173

berbagai informasi dalam memori yang telah tersimpan dalam waktu yang lama (*long term memory*) yang berhubungan dengan stimulus yang diterima. Informasi dalam *long term memory* akan membentuk konsumen untuk menginterpretasikan stimulus.

Gambar 2.1

Proses Persepsi Nasabah Tentang Pembiayaan Murabahah



Persepsi nasabah mengenai pembiayaan *murabahah* bisa diperoleh baik dari media, orang, dan dari BMT sendiri. Dari informasi-informasi yang diperoleh tersebut maka akan menimbulkan persepsi tersendiri bagi nasabah. dan persepsi tersebut pasti berbeda antara satu sama lain, dibawah ini dapat dijelaskan bagaimana proses pembentukan persepsi seperti gambar diatas:

1. Seleksi

Pada tahap ini, nasabah akan menyerap dan menyimpan segala informasi yang diberikan ketika pembiayaan *murabahah* ditawarkan. Misalnya ketika nasabah mendengarkan penjelasan mengenai pembiayaan *murabahah* dari karyawan BMT, maka nasabah akan memperhatikan

segala informasi mengenai spesifikasi dan fungsi pembiayaan *murabahah*, termasuk prosedur dan persyaratan atau segala sesuatu yang penting dari pembiayaan tersebut. Pada tahap ini nasabah menggunakan indra penglihatan dan pendengaran dalam proses penerimaan informasi.

2. Organisasi / pengelompokan

Pada tahap ini, nasabah akan mengolah informasi yang telah ia dapatkan pada tahap seleksi, dan kemudian mengelompokan informasi-informasi yang baru diperoleh dengan informasi yang diperoleh sebelumnya dari berbagai sumber (informasi dan pengetahuan tersebut bisa didapat dari pengalaman atau media iklan lainnya seperti majalah, Koran, dll) untuk membandingkan antara informasi yang baru diterima tersebut dengan informasi yang telah ia miliki sebelumnya mengenai produk pembiayaan *murabahah*. Kemudian nasabah akan mendapatkan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki produk tersebut serta nilai tambah yang bisa didapat.

3. Interpretasi

Setelah melalui proses organisasi atau pengelompokan informasi pembiayaan *murabahah* maka selanjutnya adalah proses interpretasi. Pada tahap organisasi nasabah telah membandingkan antara informasi yang baru diterima tersebut dengan informasi yang telah ia miliki sebelumnya mengenai produk pembiayaan *murabahah*. Kemudian nasabah akan mendapatkan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki produk tersebut serta nilai tambah yang bisa didapat. Dari hasil perbandingan tersebut

maka nasabah akan mampu menginterpretasikan (memberikan pencitraan) pembiayaan *murabahah* sesuai dengan hasil informasi yang telah diperoleh.

4. Persepsi

Dari ketiga proses ini maka akan timbul persepsi atau pemahaman oleh nasabah mengenai pembiayaan *murabahah* sehingga membuat nasabah termotivasi untuk menggunakan pembiayaan tersebut sebagai modal untuk menjalankan usahanya.

B. Pembiayaan

a. Pengertian pembiayaan

Istilah pembiayaan pada intinya berarti *I Believe, I Trust*, “saya percaya”, “saya menaruh kepercayaan”. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (*trust*), berarti lembaga pembiayaan selaku *shahibul mal* menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas, dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, sebagaimana firman Allah Subhanahuwata’ala dalam surat An-Nisa [4]:29 dan Surat Al-Maidah [5]:1.²⁵

Pembiayaan adalah salah satu jenis dan kegiatan usaha lembaga keuangan syari’ah untuk menyediakan dana atau tagihan kepada masyarakat

¹⁰Veithzal Rivai, Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 3

atau nasabah dengan kewajiban mengembalikan dana atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan (margin) atau bagi hasil.²⁶

Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah berbeda dengan kredit yang diberikan oleh bank konvensional. Dalam perbankan syariah, *retrun* atas pembiayaan tidak dalam bentuk bunga, akan tetapi dalam bentuk lain sesuai dengan akad-akad yang disediakan di bank syariah. Dalam Undang-Undang perbankan No. 10 Tahun 1998, *kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.*

Sedangkan pembiayaan 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.*²⁷

Berdasarkan uraian pengertian pembiayaan diatas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah penyediaan uang atau dana yang diberikan kepada masyarakat yang membutuhkan pembiayaan dengan kesepakatan

²⁶Dadan Muttaqien, *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: Safitria Insania Press, 2009, hlm.85

²⁷ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta:Kencana, 2011), hal., 106

atas perjanjian yang telah dibuat antara bank dengan nasabah yang mewajibkan mengembalikan uang dengan imbala atau bagi hasil.

b. Fungsi pembiayaan

Pembiayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar fungsi pembiayaan didalam perekonomian, perdagangan, dan keuangan dapat dikemukakan sebagai berikut:²⁸

1. Pembiayaan dapat meningkatkan *utility* (Daya Guna) dan modal / uang.
2. Pembiayaan meningkatkan *utility* (Daya Guna) suatu barang.
3. Pembiayaan meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang.
4. Pembiayaan menimbulkan gairah usaha masyarakat.
5. Pembiayaan sebagai alat stabilitas ekonomi
6. Pembiayaan sebagai jembatan untuk peningkatan pendapatan Nasional.
7. Pembiayaan sebagai alat hubungan ekonomi Internasional.

c. Jenis – jenis pembiayaan

Menurut pemanfataannya, pembiayaan BMT dapat dibagi menjadi dua yakni pembiayaan investasi dan pembiayaan modal kerja.

²⁸Veithzal Rivai dan Andria Permata, *Islamic Financial ...*, hal., 7

1. Pembiayaan Investasi

Pembiayaan yang digunakan untuk pemenuhan barang-barang permodalan (*capital good*) serta fasilitas-fasilitas lain yang erat hubungannya dengan hal tersebut.

2. Pembiayaan modal kerja

Pembiayaan yang ditujukan untuk pemenuhan, peningkatan produksi dalam arti yang luas dan menyangkut semua sektor ekonomi, perdagangan dalam arti yang luas maupun penyediaan jasa.

Sedangkan menurut sifatnya pembiayaan juga dibagi menjadi dua yakni pembiayaan konsumtif dan pembiayaan produktif.

a) Pembiayaan produktif

Yaitu Pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti yang sangat luas seperti pemenuhan kebutuhan modal untuk meningkatkan volume penjualan dan produksi, pertanian, perkebunan maupun jasa.

b) Pembiayaan konsumtif

Yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi baik yang digunakan sesaat maupun dalam jangka waktu yang relatif panjang.²⁹

Berdasarkan klasifikasinya pembiayaan *murabahah* merupakan pembiayaan produktif untuk pembiayaan modal kerja dimana dengan pembiayaan ini dapat digunakan untuk membeli barang-barang yang

²⁹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal., 166

dibutuhkan untuk menjalankan usahanya seperti pembelian pupuk, dan alat untuk usaha pertanian, pembelian mesin jahit dan bahan kain untuk usaha konveksi, dan pembelian keutuhan dagang untuk usaha perdagangan.

C. Murabahah

Murabahah adalah akad jual beli, yang secara etimologi jual beli dapat diartikan “*pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain*”. Kata lain dari *al bai'* adalah *asy-syira'*, *al mubadalah*, dan *at tijarah*.

Menurut istilah (terminologi) yang dimaksud dengan jual beli adalah (1) menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak dan milik dari satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan. (2) menurut ulama Hanafiyah jual beli adalah tukar menukar benda dengan benda lain dengan cara yang khusus (*diperbolehkan*). (3) jual beli adalah saling tukar menukar harta, saling menerima, dapat dikelola (*tasharuf*) dengan ijab dan qobul, dengan cara yang sesuai dengan syara'.³⁰

Berdasarkan definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar barang dengan sukarela antara kedua belah pihak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

d. Landasan hukum *murabahah*

- a) Al-Quran Surah Al-Baqarah [2]:275

³⁰ Rahmat Syafe'I, *Fiqh Muamalah*, (bandung: Pustaka Setia, 2000), hal. 73

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

“Orang-orang yang memakan (mengambil) riba itu tidak dapat berdiri betul melainkan seperti berdirinya orang yang dirasuk Syaitan dengan terhoyong-hayang kerana sentuhan (Syaitan) itu. Yang demikian ialah disebabkan mereka mengatakan: "Bahawa sesungguhnya berjual beli itu sama sahaja seperti riba". Padahal Allah telah menghalalkan berjual beli (berniaga) dan mengharamkan riba. Oleh itu sesiapa yang telah sampai kepadanya peringatan (larangan) dari Tuhannya lalu ia berhenti (dari mengambil riba), maka apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum pengharaman itu) adalah menjadi haknya, dan perkaranya terserahlah kepada Allah. Dan sesiapa yang mengulangi lagi (perbuatan mengambil riba itu) maka mereka itulah ahli neraka, mereka kekal di dalamnya.”

b) Al-Quran Surah An-Nisa' [4]: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
 مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu makan (gunakan) harta-harta kamu sesama kamu dengan jalan yang salah (tipu, judi dan sebagainya), kecuali dengan jalan perniagaan yang dilakukan secara suka

sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu berbunuh-bunuhan sesama sendiri. Sesungguhnya Allah sentiasa Mengasihani kamu.”

c) Hadist Riwayat Tirmidzi

*“pedaagang yang jujur dan terpercaya, maka dia bersama nabi, orang-orang yang jujur dan para syuhada.”*³¹

e. Syarat dan rukun *murabahah*

a) Rukun *Murabahah*

1. *Ba'iu* (penjual)
2. *Musytari* (pembeli)
3. *Mabi'* (barang yang diperjual belikan)
4. *Tsaman* (harga barang)
5. *Ijab qabul* (pernyataan serah terima)

b) Syarat *Murabahah*

1. Syarat yang berakad (*ba'iu* dan *musytari*) cakap hukum dan dalam keadaan tidak terpaksa.
2. Barang yang diperjualbelikan (*mabi'*) tidak termasuk barang yang haram dan jenis maupun jumlahnya jelas.
3. Harga barang (*tsaman*) harus dinyatakan secara transparan (harga pokok dan komponen keuntungan) dan cara pembayarannya disebutkan dengan jelas.
4. Pernyataan serah terima (*ijab qabul*) harus jelas dengan menyebutkan secara spesifik pihak-pihak yang berakad.³²

³¹ Veithzal Rivai dan Andria Permata, *Islamic Financial ...*, hal., 146

D.Pembiayaan *murabahah*

Pembiayaan *murabahah* merupakan bentuk pembiayaan berprinsip jual beli yang pada dasarnya merupakan penjualan dengan keuntungan (margin) tertentu yang ditambahkan diatas biaya perolehan, dimana pelunasannya dapat dilakukan secara tunai maupun angsuran.³³ *Murabahah* menurut fatwa dari Dewan Syariah Nasional, yang dimaksudkan dengan *murabahah* adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pihak pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih tinggi sebagai laba.³⁴ Berikut fatwa tentang *murabahah* menurut Dewan Syari'ah Nasional NO: 04/DSN-MUI/IV/2000:35

Pertama: Ketentuan Umum *Murabahah* dalam Bank Syari'ah:

1. Bank dan nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas riba.
2. Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh syari'ah Islam.
3. Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualitasnya.
4. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
5. Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.
6. Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini

³² Veithzal Rivai dan Andria Permata, *Islamic Financial ...*, hal., 147

³³ Yumanita Diana, *Bank Syariah: Gambaran Umum*, (Jakarta:PPSK-BI,2005), hal. 27

³⁴ <http://accounting.binus.ac.id/2014/01/08/psak-102-revisi-2013-akuntansi-murabah/>,

diakses tgl 26 juni 2014

³⁵ Dewan Syari'ah Nasional NO: 04/DSN-MUI/IV/2000

Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.

7. Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
8. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
9. Jika bank hendak mewakili kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank.

Kedua : Ketentuan Murabahah kepada Nasabah:

1. Nasabah mengajukan permohonan dan janji pembelian suatu barang atau aset kepada bank.
2. Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
3. Bank kemudian menawarkan aset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membeli)-nya sesuai dengan janji yang telah disepakatinya, karena secara hukum janji tersebut
4. mengikat; kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli.
5. Dalam jual beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.
6. Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut.

7. Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.
8. Jika uang muka memakai kontrak '*urbun* sebagai alternatif dari uang muka, maka
 - a. jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga.
 - b. jika nasabah batal membeli, uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut; dan jika uang muka tidak mencukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.

Ketiga : Jaminan dalam Murabahah:

1. Jaminan dalam murabahah dibolehkan, agar nasabah serius dengan pesannya.
2. Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.

Keempat : Utang dalam Murabahah:

1. Secara prinsip, penyelesaian utang nasabah dalam transaksi murabahah tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada bank.
2. Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, ia tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya.

3. Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah tetap harus menyelesaikan utangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.

Kelima : Penundaan Pembayaran dalam Murabahah:

1. Nasabah yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda penyelesaian utangnya.
2. Jika nasabah menunda-nunda pembayaran dengan sengaja, atau jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

Keenam : Bangkrut dalam Murabahah:

Jika nasabah telah dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan utangnya, bank harus menunda tagihan utang sampai ia menjadi sanggup kembali, atau berdasarkan kesepakatan.

Murabahah, dalam konotasi [Islam](#) pada dasarnya berarti [penjualan](#). Satu hal yang membedakannya dengan cara penjualan yang lainn adalah bahwa penjual dalam murabahah secara jelas memberi tahu kepada pembeli berapa nilai pokok barang tersebut dan berapa besar keuntungan yang dibebankannya pada nilai tersebut. Keuntungan tersebut bisa berupa [lump sum](#) atau berdasarkan persentase. Jika seseorang melakukan penjualan komoditi atau barang dengan harga *lump sum*

tanpa memberi tahu berapa nilai pokoknya, maka bukan termasuk murabahah, walaupun ia juga mengambil keuntungan dari penjualan tersebut. Penjualan ini disebut *musawamah*.³⁶

Murabahah adalah suatu perjanjian yang disepakati antara bank dengan nasabah dimana bank menyediakan pembiayaan untuk membeli bahan baku atau modal kerja lainnya yang dibutuhkan nasabah, dan akan dibayar kembali oleh nasabah sebesar harga jual bank (harga beli bank plus margin keuntungan pada saat jatuh tempo).³⁷

1. Pejanjian

Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana orang lain saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.³⁸ Perjanjian dalam pembiayaan syariah dibuat dalam bentuk tertulis dan bentuk baku (*standard contract*) dalam rangka menjalankan fungsi yuridis, yaitu memberikan kepastian hukum bagi para pihak. Dimana pihak nasabah berjanji akan membayar angsuran pembiayaannya sesuatu dengan yang diputuskan oleh BMT dan pihak BMT berjanji untuk menyediakan modal usaha bagi nasabah.

2. Penyediaan pembiayaan

Pembiayaan adalah salah satu jenis dan kegiatan usaha lembaga keuangan syari'ah untuk menyediakan dana atau tagihan kepada masyarakat atau nasabah dengan kewajiban mengembalikan dana atau

³⁶ <http://id.wikipedia.org/wiki/Murabahah>, diakses tgl 27 juni 2014

³⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001), hal. 101

³⁸ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, *Op.Cit*, hal. 7.

tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan (margin) atau bagi hasil.³⁹ Dalam murabahah penyediaan dana yang diberikan oleh nasabah adalah untuk memenuhi bahan baku modal kerja dengan menggunakan prinsip jual beli.

3. Bahan baku modal kerja

Modal kerja merupakan dana yang terikat dalam aset lancar perusahaan yang dibutuhkan untuk menjalankan aktivitas operasional perusahaan.⁴⁰ Untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha diperlukan sejumlah modal (uang) dan tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha mulai dari biaya prainvestasi, pengurusan izin-izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap, sampai dengan modal kerja.⁴¹

Bank syariah dengan menggunakan fasilitas *murabahah* dapat membiayai nasabahnya untuk keperluan modal kerja atau pembiayaan perdagangan. Bank dapat membiayai keperluan modal kerja nasabahnya untuk membeli:

- a. Bahan mentah
- b. Bahan setengah jadi
- c. Barang jadi
- d. Stok dan persediaan.

³⁹ Dadan Muttaqien, *Aspek Legal Lembaga Keuangan...*, hal., 85

⁴⁰ Ismail, *Perbankan Syariah ...*, hal., 185

⁴¹ Kasmir, *KEWIRAUSAHAAN*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal., 83

e. Suku cadang dan penggantian.⁴²

4. Harga jual

Harga jual murabahah adalah harga yang disepakati yang meliputi harga perolehan ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Yang terkait dengan harga jual murabahah adalah masalah:

- a. Hutang nasabah
- b. Uang muka dari nasabah
- c. Pembayaran angsuran
- d. Pembayaran pelunasan lebih awal

5. Harga beli

Harga pokok (perolehan) barang atau harga beli adalah harga barang ditambah dengan beban-beban lain yang dikeluarkan sehingga barang tersebut memiliki nilai ekonomis. Masalah yang terkait dengan harga pokok barang ini adalah:

- a. Pengadaan barang yang diperjualbelikan.
- b. Diskon dari pemasok (*supplier*)
- c. Pengadaan barang jika diwakilkan
- d. Nilai harga pokok (perolehan)

6. Margin

Perbedaan harga beli dan harga jual barang disebut dengan margin keuntungan.⁴³ Keuntungan dari pembiayaan murabahah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor dibawah ini:

⁴² Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional BANK SYARIAH*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), hal., 24

1. Jumlah pembiayaan
 2. Jangka waktu pembiayaan
 3. Sistem pengembalian. *Murabahah* dengan mengangsur dapat berbeda dengan *Murabahah* bayar tangguh.
 4. Jumlah biaya yang muncul akibat pembiayaan tersebut.
 5. Tingkat persaingan harga dipasar, baik dengan lembaga keuangan sejenis maupun konvensional.
 6. Karena sifatnya jual beli, maka standar keuntungannya tidak terbatas.⁴⁴
7. Waktu jatuh tempo

merupakan suatu masa yang memisahkan represetasi dengan pengembaliannya yang akan diterima pada masa yang akan datang.

1. Jangka waktu pembiayaan *murabahah*, dapat diberikan dalam jangka pendek, menengah, dan panjang sesuai dengan kemampuan pembayaran oleh nasabah dan jumlah pembiayaan dan jumlah pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah.
2. Jangka waktu pembiayaan tidak boleh diubah oleh salah satu pihak. Bila terdapat perubahan jangka waktu, maka perubahan ini harus disetujui oleh bank syariah maupun nasabah.

Dari konsep pembiayaan *murabahah* diatas diambil penyediaan pembiayaan, bahan baku modal kerja (barang), dan margin (keuntungan) untuk dijadikan indikator, karena ketiga hal tersebut merupakan dasar dari

⁴³ Ismail, *Perbankan Syariah ...*, hal., 138

⁴⁴ Muhammad Ridwan, *MANAJEMEN Baitul Maal ...*, hal., 177

pemahaman yang disampaikan oleh BMT kepada masyarakat atau calon nasabah.

E. Aspek Pendidikan

a. Pengertian aspek Pendidikan

Aspek memiliki arti yaitu sudut pandangan. Bagaimana aspek pendidikan dalam menciptakan SDM yang baik dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan atau menjadi seorang wiausahawan.

Pendidikan dalam arti sederhana diartikan sebagai usaha manusia untuk membina kepribadiannya sesuai dengan nilai-nilai dimasyarakat dan kebudayaan. Selanjutnya pendidikan diartikan sebagai usaha yang dijalankan oleh seseorang atau kelompok oranglain agar menjadi dewasa atau mencapai tingkat hidup atau penghidupan yang lebih tinggi dalam arti mental.⁴⁵

Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 mendefinisikan pendidikan sebagai usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran sehingga peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecedasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan, masyarakat, bangsa dan negara.⁴⁶

Pendidikan dapat dibedakan menjadi pendidikan formal, non-formal, dan informal. Pendidikan formal (PF) yang sering disebut pendidikan sekolahan, berupa rangkaian jenjang pendidikan yang telah baku.

⁴⁵ Didin Kurniadin Dan Imam Machali, *MANAJEMEN PENDIDIKAN Konsep & Prinsip Pengelolaan Pendidikan*. (Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2013), hal. 113

⁴⁶ Made Pidarta, *Landasan Kependidikan*, (Jakarta: PT. RINEKA CIPTA, 2009), hal. 11

Mulai dari jenjang sekolah dasar (SD) sampai dengan perguruan tinggi (PT).⁴⁷

Sedangkan untuk masyarakat yang tidak memiliki kesempatan untuk menjalani pendidikan formal maka mereka bisa menempuh pendidikan nonformal untuk memperoleh bekal guna terjun ke masyarakat luas. Selanjutnya juga pendidikan in formal sebagai suatu fase pendidikan yang berada disamping dan didalam pendidikan formal dan non formal sangat menunjang keduanya.⁴⁸

Menurut Hisrich-peters dalam Buchari alma pendidikan formal dan pengalaman bisnis kecil-kecilan yang dimiliki oleh seseorang dapat menjadi potensi utama untuk menjadi wirausahawan yang berhasil. Oleh sebab itu dikatakan *entrepreneur are not born-they develop*.⁴⁹

Pendidikan sebagai penyiapan tenaga diartikan sebagai kegiatan membimbing peserta didik sehingga memiliki bekal dasar untuk bekerja. Pembekalan dasar berupa pembentukan sikap, pengetahuan dan ketrampilan kerja pada calon luaran. Ini menjadi sisi penting dari pendidikan karena bekerja menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan manusia. Bekerja menjadi penopang hidup seseorang dari keluarga sehingga tidak bergantung dan mengganggu orang lain. Melalui kegiatan bekerja seseorang mendapat kepuasan bukan saja karena menerima imbalan melainkan juga karena seseorang dapat memberikan sesuatu kepada orang lain (jasa ataupun

⁴⁷ Umar Tirtarahardja, *PENGANTAR PENDIDIKAN*, (Jakarta:PT. RINEKA CIPTA,2005),hal. 76

⁴⁸ Umar Tirtarahardja,*PENGANTAR PENDIDIKAN...*, hal. 77

⁴⁹ Buchari Alma,*KEWIRAUSAHAAN*,(Bandung: ALFABETA, 2006), hal., 7

benda), bergaul, berkreasi, dan bersibuk diri. Kebenaran hal tersebut menjadi jelas bila kita melihat hal yang sebaliknya, yaitu mengganggu adalah musuh kehidupan.⁵⁰

Walau demikian Leonardus Saiman berdasarkan data yang diperoleh menemukan bahwa yang menjadi wirausahawan presentase tertinggi adalah lulusan SLTA kebawah, sedangkan untuk lulusan perguruan tinggi adalah menjadi karyawan perusahaan.⁵¹

a) Pembentukan sikap

Tidak ada definisi sikap yang baku. Bila diamati, definisi yang diberikan oleh para ahli memiliki perbedaan satu sama lain, namun esensinya sama saja. Schiffman dan Kanuk (1997) menyatakan bahwa sikap adalah eksperimen perasaan (*inner feeling*), yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak terhadap suatu objek. Objek yang dimaksud bisa berupa merek, layanan, pengecer, perilaku tertentu, dan lain-lain.

Kalau kedua ahli diatas memandang sikap dari segi perasaan, maka Alport (1996) menyatakan sikap sebagai predisposisi yang dipelajari (*learned predisposition*) untuk berespons terhadap suatu objek atau kelas objek dalam suasana menyenangkan atau tidak menyenangkan secara konsisten.⁵²

⁵⁰ Umar Tirtarahardja, *PENGANTAR PENDIDIKAN...*, hal. 36

⁵¹ Leonardus Saiman, *KEWIRAUSAHAAN Teori Paktik Dan Kasus-Kasus*, (Jakarta:Salemba Empat, 2009), hal., 25

⁵² Bilson simamora, *Panduan Riset ...*, hal., 152

Sikap menggambarkan pengalaman seseorang yang mendukung maupun tidak mendukung, yang mengandung evaluasi kognitif, perasaan emosional dan kecenderungan untuk bertindak terhadap sesuatu benda atau gagasan.

Sikap menjerat orang untuk menyukai dan tidak menyukai sesuatu untuk mendekati atau menjauhinya. Sikap-sikap itu akan membuat orang akan bertindak laku dalam cara yang cukup konsisten terhadap barang-barang yang sama. Orang tidak harus menafsirkan reaksi terhadap segala sesuatu dengan cara-cara baru. Sikap menghemat tenaga dan pikiran. Dengan alasan ini, sikap sangat sulit diubah erbagai sikap seseorang tercetak dalam pola yang saling erlian erat, dan untuk mengubah salahsatu sikapnya orang tersebut mungkin mengalami penyesuaian yang sangat sulit dengan sikap-sikap lainnya.⁵³

Pembentukan sikap bisa secara alami, dikondisi dan meniru sikap para tokoh. Pendidikan perlu membentuk sikap yang positif dalam banyak hal. Oleh sebab itu cara pembentukan sikap ini perlu di rencanakan dan dilaksanakan pada waktu dan situasi yang tepat.⁵⁴ Sebagai proses pembentukan pribadi, pendidikan diartikan sebagai suatu kegiatan yang sistematis dan sistematis terarah kepada terbentuknya kepribadian peserta didik. Pembentukan sikap seseorang dipengaruhi oleh:

⁵³ Bilson Simamora, *Panduan Riset...*, hal.,123

⁵⁴ Made Pidarta, *Landasan Kependidikan...*, hal. 237

1. Sikap dipengaruhi oleh pengetahuan, kepercayaan, dan kebudayaan seseorang yang diperoleh daripada pengalaman, pembacaan penglihatan serta pendengaran.
2. Sikap dipengaruhi oleh perasaan yang melibatkan emosi yang ada dalam diri setiap insan.
3. Sikap turut dipengaruhi oleh kecenderungan seseorang untuk bertindak.⁵⁵

Berkaitan dengan penelitian ini pembentukan sikap diarahkan pada sikap yang dibutuhkan oleh wirausahawan dalam menjalankan usahanya yaitu sikap disiplin, komitmen tinggi, jujur, kreatif dan inovatif, mandiri, dan realistis.⁵⁶

b) Pengetahuan

Pengetahuan (*knowledge*) adalah segala sesuatu yang diperoleh melalui berbagai cara pengindraan terhadap fakta, penalaran (*ratio*), intuisi dan wahyu. Pengetahuan yang memenuhi kriteria dari segi ontologis, epistemologis, dan aksiologis secara konsekuen dan penuh disiplin biasa disebut ilmu atau ilmu pengetahuan (*science*). Kata sifatnya adalah ilmiah atau keilmuan, sedangkan ahlinya disebut ilmuan.⁵⁷

Seperti telah dikemukakan, pengetahuan yang memenuhi ketiga landasan tersebut diatas (ontologis, epistemologis, dan aksiologis) yang disebut ilmu atau ilmu pengetahuan. Oleh karena itu istilah ilmu atau

⁵⁵ Sharifah Akmam Syed Zakaria, *Panduan Dan Strategi Motivasi Diri*, (kualalumpur: Utusan Publications, 2005), hal. 66

⁵⁶ Suharyadi, et, all., *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*, (jakarta, salemba empat, 2007) hal.,11

⁵⁷ Umar Tirtarahardja, *PENGANTAR PENDIDIKAN...*, hal.,113

ilmu pengetahuan dapat bermakna kumpulan informasi, cara memperoleh cara memperoleh informasi dan manfaat informasi.⁵⁸

Berkaitan dengan penelitian ini, pengetahuan adalah informasi yang diperoleh melalui fakta, penalaran, intuisi dan wahyu yang berkaitan dengan kewirausahaan dan diperoleh dari dunia pendidikan baik SD, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi. Dari pengetahuan yang diperoleh maka seseorang dapat memiliki bekal dasar untuk berwirausaha.

c) **Ketrampilan Kerja**

Ketrampilan-ketrampilan yang langsung terkait dengan penyelesaian suatu tugas pekerjaan atau disebut sebagai ketrampilan kerja. Performansi kerja atau ketrampilan kerja, sesuai dengan makna dari konsep ketrampilan, tidak hanya berkaitan dengan ketrampilan fisik-motorik (*motoric skills*), tetapi juga ketrampilan intelektual (*intellectual skills*) dan ketrampilan sosial (*social skills*). Contoh dari ketrampilan intelektual adalah membuat rencana kerja, laporan kegiatan, menyusun program komputer, menghitung, menghafal, dsb. Contoh ketrampilan sosial: memimpin diskusi, rapat, seminar, lokakarya, melakukan negosiasi, pemasaran dsb. Contoh ketrampilan fisik motorik adalah mengkonstruksi bangunan, kendaraan, pesawat televisi.

Walaupun suatu performansi nampak sebagai performansi atau ketrampilan fisik motorik, tetapi tidak berarti semata-mata hanya fisik motorik saja, didalamnya tercakup atau terintegrasi pula ketrampilan

⁵⁸Tirtarahardja, *PENGANTAR PENDIDIKAN...*, hal., 115

lain, terutama ketrampilan intelektual. Untuk dapat mengkonstruksi sebuah kendaraan dibutuhkan pengetahuan dan ketrampilan intelektual berkenaan dengan perencanaan dan konstruksi sapre part dari kendaraan.⁵⁹

Ketampilan ini diperoleh dari pendidikan akademis yang ditempuh oleh seseorang baik dari SD, SMP, SMA, dan perguruan tinggi. Dari ketrampilan tersebut maka seseorang akan memiliki bekal dasar untuk berwirausaha.

b. Tujuan pendidikan

Tujuan pendidikan di Indonesia Tertulis pada Undang-Undang Republik Indonesia (UURI) Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional beserta peraturan-peraturan pemerintah yang bertalian dengan pendidikan. Pada uraian berikut akan dikemukakan tujuan-tujuan pendidikan itu, yang diakhiri dengan tujuan pendidikan secara umum.

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PPRI) Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan Pasal 26 ayat 1 disebutkan pendidikan dasar bertujuan untuk meletakkan dasar:⁶⁰

1. Kecerdasan
2. Pengetahuan
3. Kepribadian
4. Akhlak mulia
5. Ketrampilan untuk hidup mandiri

⁵⁹ Pengembang Ilmu Pendidikan, *Ilmu & aplikasi pendidikan*, (Jakarta:Grasindo, 2007) hal.114

⁶⁰ Made Pidarta, *Landasan Kependidikan...*, hal. 12

6. Mengikuti pendidikan lebih lanjut.

Pendidikan formal sebagai suatu usaha mengadakan perubahan perilaku berdasarkan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh masyarakat lewat bangku sekolah dasar sampai perguruan tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin tinggi pula kemampuan seseorang untuk berpikir dan mengambil keputusan. Keputusan untuk memilih, mengatur dan menilai faktor-faktor produksi yang akan dipakai dalam usahanya serta mengetahui kapan ia harus menjual produk usahanya sebanyak-banyaknya untuk memperoleh hasil yang diinginkan. Wirausahawan yang memiliki tingkat pendidikan formal yang lebih tinggi memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola usahanya, selain itu juga wirausahawan dapat mengambil keputusan-keputusan dan mengatasi masalah-masalah yang terjadi.

F. Motivasi Berwirausaha

a. Pengertian Motivasi

Pada dasarnya motif merupakan pengertian yang melingkupi penggerak. Motivasi atau motif yang dalam bahasa Inggrisnya *motive* berasal dari bahasa Perancis yang berarti: bergerak, penyebab untuk bergerak, sesuatu yang merangsang untuk bergerak. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Juga tingkah laku yang disebut secara reflek dan yang berlangsung secara otomatis mempunyai maksud tertentu meskipun maksud itu tidak disadari oleh manusia. Seperti yang diungkapkan oleh Bimo Walgito yang menyatakan bahwa manusia berbuat

atau bertindak selain terikat oleh faktor-faktor yang datang dari luar dirinya, juga ditentukan oleh faktor-faktor dari dalam dirinya.⁶¹

Motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu. Sedangkan motif adalah kebutuhan, keinginan, dorongan, atau implus. Motivasi seseorang tergantung pada kekuatan motifnya. Motif dengan kekuatan yang sangat besarlah yang akan menentukan perilaku seseorang. Motif yang kuat ini seringkali berkurang apabila sudah mencapai kepuasan atau menemui kegagalan.⁶²

Menurut Vroom, motivasi mengacu kepada suatu proses mempengaruhi pilihan-pilihan individu terhadap macam-macam. Bentuk kegiatan yang dikehendaki. Kemudian John P. Cambell dan kawan-kawan menambahkan rincian dalam definisi tersebut dengan memngemukakan bahwa motivasi mencakup didalamnya arah atau tujuan tingkah laku, kekuatan respon, dan kegigihan tingkah laku. Disamping itu, istilah itu pun mencakup sejumlah konsep seperti dorongan (drive), kebutuhan (need) rangsangan (incentive), ganjaran (reward), penguatan (reinforcement), ketetapan tujuan (goal setting), harapan (expectancy), dan sebgainya.

Menurut kebanyakan definisi, motivasi mengandung tiga komponen pokok, yaitu *menggerakkan*, *mengarahkan* dan *menopang* tingkah laku manusia.

⁶¹ Uswah Wardiana, PSIKOLOGI UMUM, (Jakarta: PT Bina Ilmu, 2004), hal. 139

⁶² Buchari Alma, *KEWIRAUSAHAAN...*, hal., 64

- a. Menggerakkan berarti menimbulkan kekuatan pada individu; memimpin seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu. Misalnya kekuatan dalam hal ingatan, responsefektif dan kecenderungan mendapat kesenangan.
- b. Motivasi juga mengarahkan atau menyalurkan tingkah laku. Dengan demikian ia menyediakan suatu orientasi tujuan. Tingkah laku individu diarahkan terhadap sesuatu.
- c. Untuk menjaga dan menopang tingkah laku, lingkungan sekitar harus menguatkan intensitas dan arah dorongan-dorongan dan kekuatan-kekuatan individu.⁶³

b. Kewirausahaan

a) Pengertian kewirausahaan

Istilah kewirausahaan berasal dari terjemahan “*Enterpreneurship*” yang dapat diartikan sebagai “*the backbone of economy*”, yaitu syaraf pusat perekonomian atau sebagai “*tailbone of economy*”, yaitu pengendali perekonomian suatu bangsa (Soeharto Wirakusumo, 1997:1). Secara epistemologi, kewirausahaan merupakan suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*start-up phase*) atau suatu proses dalam mengerjakan suatu yang baru (*creative*) dan sesuatu yang berbeda (*innovative*).

Menurut Thomas W Zimmerer (1996:51), kewirausahaan adalah “*applying creativity and innovation to solve the problems and to exploit*

⁶³ Ngalim Purwanto, *PSIKOLOGI PENDIDIKAN*. (Bandung:PT REMAJA ROSDAKARYA,2011), hal. 72

opportunities that people face everyday". Kewirausahaan adalah penerapakan kreatifitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreatifitas, keinovasian dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru.⁶⁴

Definisi wirausaha yang asal katanya dari *entrepreneur*, dalam konteks manajemen *entrepreneur* adalah seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan sumber daya seperti finansial (*money*), bahan mentah (*material*), dan tenaga kerja (*labors*) untuk menghasilkan suatu produk baru, bisnis baru, proses produksi atau pengembangan organisasi usaha.⁶⁵

b) Manfaat berkewirausahaan

Thomas W. Zimmerer dalam suryana merumuskan manfaat berkewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri.
2. Memberi peluang melakukan perubahan
3. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya
4. Memiliki peluang untuk memperoleh keuntungan seoptimal mungkin.

⁶⁴ Suryana, *KEWIRAUSAHAAN*.(Jakarta:Salemba Empat,2001),hal. 4

⁶⁵ Suryana, *KEWIRAUSAHAAN...*, hal., 5

5. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atau usahanya
6. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakannya.⁶⁶

c) Sikap wirausahawan

Sikap seorang wirausahawan dapat dilihat dari kegiatannya sehari-hari sebagai berikut:

1. Disiplin

Dalam melaksanakan kegiatannya seorang wirausahawan memiliki kedisiplinan yang tinggi. Arti dari kata disiplin tersebut adalah ketepatan komitmen wirausahawan terhadap tugas dan pekerjaannya. Ketepatan yang dimaksud bersifat menyeluruh yaitu ketepatan waktu, kualitas pekerjaan, sistem kerja, dan sebagainya.

2. Komitmen tinggi

Komitmen adalah kesepakatan mengenai sesuatu hal yang dibuat seseorang, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Dalam melaksanakan kegiatannya seorang wirausaha harus memiliki komitmen yang jelas, terarah dan bersifat progresif (berorientasi pada kemajuan)

3. Jujur

Kejujuran merupakan landasan moral yang terkadang dilupakan oleh seorang wirausaha. Kejujuran mengenai karakteristik produk

⁶⁶Leonardus Saiman, *KEWIRAUSAHAAN ...*, hal. 44

(barang atau jasa) yang ditawarkan, kejujuran mengenai promosi yg dilakukan, kejujuran mengenai pelayanan purnajual yang dijanjikan, dan kejujuran mengenai segala kegiatan yang terkait dengan penjualan produk yang dilakukan oleh wirausahawan.

4. Kreatif dan inovatif

Untuk memenangkan persaingan, maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Daya kreativitas tersebut sebaiknya dilandasi oleh cara berpikir yang maju dan penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada selama ini dipasar.

5. Mandiri

Seseorang dapat dikatakan mandiri apabila orang tersebut dapat melakukan keinginan dengan baik tanpa adanya ketergantungan pada pihak lain dalam mengambil keputusan atau bertindak, termasuk memenuhi kebutuhan hidupnya, tanpa adanya ketergantungan dengan pihak lain. Kemandirian merupakan sifat mutlak yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Pada prinsipnya seorang wirausahawan harus memiliki sikap mandiri dalam melakukan kegiatan usaha.

6. Realistis

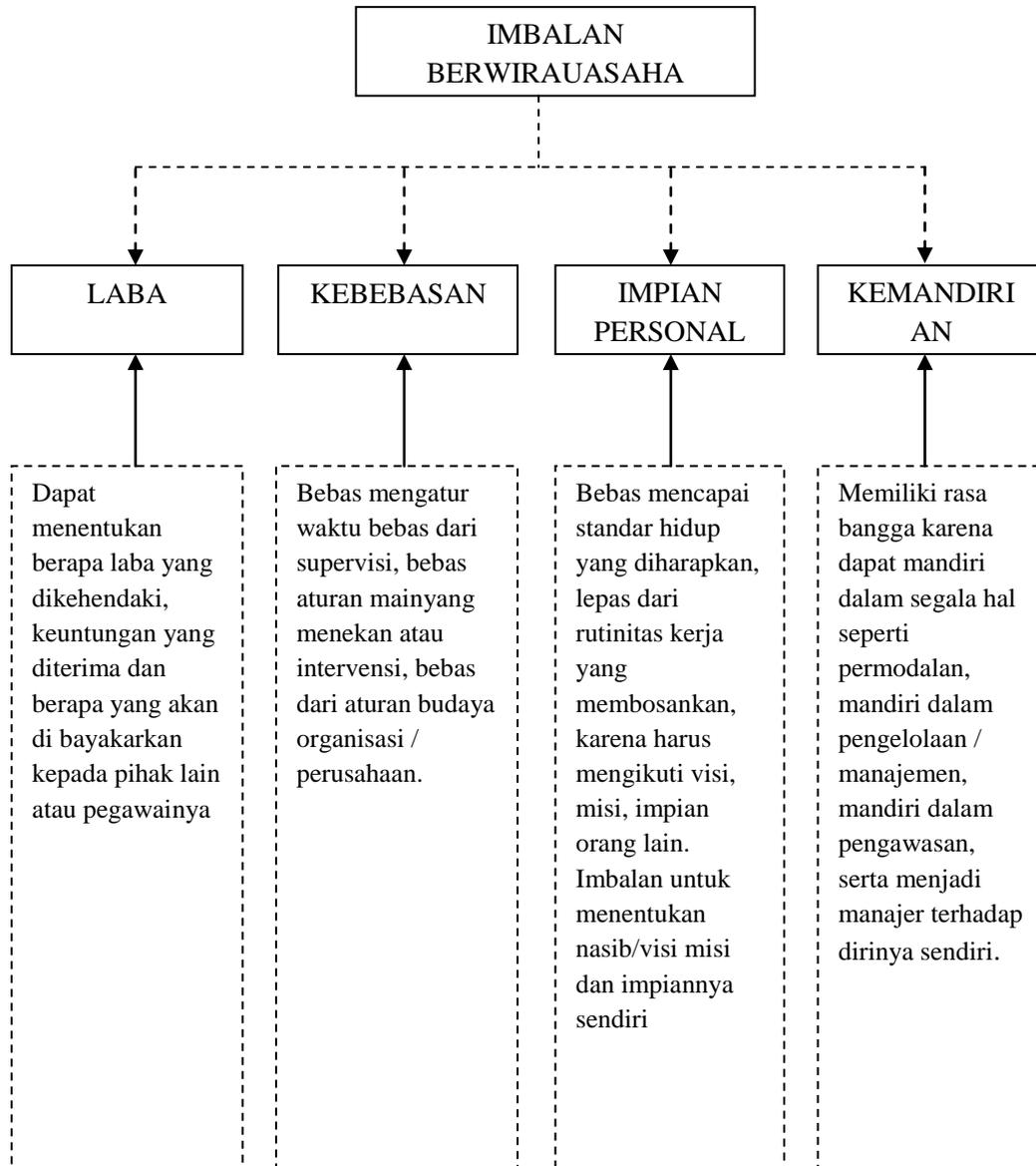
Seseorang dikatakan realistis bila orang tersebut mampu mengungkapkan fakta atau realitas sebagai landasan berfikir yang

rasional dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan atau perbuatannya.

G. Motivasi Berwirausaha

Motivasi berwirausaha adalah dorongan seseorang untuk melihat dan menilai peluang yang menyebabkan seseorang melakukan suatu kegiatan berwirausaha. Motivasi untuk menjadi wirausahawan adalah karena mereka akan memperoleh minimal empat bentuk imbalan sebagaimana diberikan dalam bagan 2.2 berikut ini.

Gambar 2.2
Motivasi Berwirausaha



Dari bagan diatas dapat disimpulkan bahwa dengan berwirausaha seseorang akan termotivasi untuk memperoleh imbalan minimal dalam bentuk laba, kebebasan, impian personal yang mungkin yang mungkin menjadi

kenyataan, disamping memiliki peluang-peluang pengembangan usaha, memiliki peluang untuk mengendalikan nasibnya sendiri.⁶⁷

H. Nasabah

1. Pengertian nasabah

Seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran atau deposito atau tabungan serupa lainnya padaSi sebuah bank.⁶⁸

2. Jenis- Jenis Nasabah

- a) Nasabah kreditur adalah nasabah yang menempatkan dananya dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- b) Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.⁶⁹

I. BMT (*Baitul Maal at Tamwil*)

a. Pengertian BMT

BMT merupakan kependekan dari *baitul mal wat tamwil* atau dapat juga ditulis dengan *baitul maal wa baitul tamwil*. Secara harfiah/lughowi *baitul maal* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha. Dimana *baitul maal* berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial. Sedangkan *baitul tamwil* merupakan lembaga bisnis. Dari pengertian tersebut dapat ditarik suatu pengertian yang

⁶⁷ Leonardus Saiman, *KEWIRAUSAHAAN ...*, hal. 27

⁶⁸ <http://mirave21.wordpress.com/tag/pengertian-nasabah/> diakses 25 Maret 2014

⁶⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008).hal.262

menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisnis yang berperan sosial.⁷⁰

BMT adalah sebuah lembaga yang tidak saja berorientasi bisnis tetapi juga sosial, juga lembaga yang tidak melakukan pemutusan kekayaan pada sebagian kecil orang pemilik modal (pendiri) dengan penghisaban pada mayoritas orang (anggota, peminjam yang mayoritas usaha kecil dan mikro), tetapi lembaga yang kekayaannya terdistribusi dan “ditakdirkan” untuk menolong kelompok mayoritas yakni pengusaha kecil/ mikro, lembaga yang tidak terjebak pada permainan bisnis untuk mencapai kemakmuran bersama, lembaga yang tidak terjebak pada pikiran pragmatis tetapi memiliki konsep idealis yang istiqomah.⁷¹

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa BMT adalah sebuah lembaga yang tidak saja berjalan dalam dunia bisnis saja tetapi juga sosial.

b. Produk-Produk BMT

a) Produk Pengumpulan Dana

Adapun akad yang mendasari berlakunya simpanan di BMT adalah akad Wadiah dan Mudharabah.

1. Simpanan Wadiah, adalah titipan dana yang tiap waktu dapat ditarik pemilik atau anggota dengan cara mengeluarkan semacam surat berharga pemindah bukuan/transfer dan perintah membayar lainnya. Simpanan wadiah dikenakan biaya administrasi namun oleh karena dana dititipkan diperkenankan

⁷⁰ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul maal wa tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal. 126

⁷¹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul maal...*, hal. 126

untuk diputar maka oleh BMT kepada penyimpan dana dapat diberikan semacam bagi hasil sesuai dengan jumlah dana yang ikut berperan di dalam pembentukan laba bagi BMT . Simpanan yang berakad wadi'ah ada dua yaitu Wadi'ah Amanah dan Wadi'ah Yadhomanah

2. Simpanan Mudharabah, adalah simpanan pemilik dana yang penyetorannya dan penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan perjanjian yang telah di sepakati sebelumnya. Pada simpanan mudharabah tidak diberikan bunga sebagai pembentukan laba bagi BMT tetapi diberikan semacam bagi hasil. Variasi jenis simpan yang berakad mudharabah dapat dikembangkan kedalam berbagai variasi simpanan, seperti:

- 1) Simpanan Idul Fitri
- 2) Simpanan Idul Qurban
- 3) Simpanan Haji
- 4) Simpanan Pendidikan
- 5) Simpanan Kesehatan, dll.

Selain kedua jenis simpanan tersebut, BMT juga mengelola dana ibadah seperti Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS), yang dalam hal ini BMT dapat berfungsi sebagai amil.

b) Produk Penyaluran Dana

BMT bukan sekedar lembaga keuangan non bank yang bersifat sosial. Namun, BMT juga sebagai lembaga bisnis dalam rangka

memperbaiki perekonomian umat. Sesuai dengan itu, maka dana yang dikumpulkan dari anggota harus disalurkan dalam bentuk pinjaman kepada anggotanya.

Pinjaman dana kepada anggota disebut juga pembiayaan. Pembiayaan adalah suatu fasilitas yang diberikan BMT kepada anggotanya untuk menggunakan dana yang telah dikumpulkan oleh BMT dari anggotanya. Orientasi pembiayaan yang di berikan BMT adalah untuk mengembangkan dan meningkatkan pendapatan anggota dan BMT. Sasaran pembiayaan ini adalah semua sektor ekonomi seperti pertanian, industry rumah tangga, perdagangan dan jasa.

Ada berbagai jenis pembiayaan yang dikembangkan oleh BMT, yang kesemuanya itu mengacu pada dua jenis akad, yaitu:

1. Akad syirkah
2. Akad jual beli

Dari kedua akad ini dikembangkan sesuai dengan kebutuhan yang dikehendaki oleh BMT dan anggota. Diantara pembiayaan yang sudah umum dikembangkan oleh BMT maupun lembaga keuangan islami lainnya adalah:

1. Pembiayaan Bai' bitsaman ajil (BBA). Pembiayaan berakad jual beli adalah suatu perjanjian pembiayaan yang disepakati antara BMT dengan anggotanya, dimana BMT menyediakan dananya untuk sebuah investasi atau pembelian barang modal dan usaha anggotanya yang kemudian proses pembayarannya dilakukan

secara mencicil atau angsuran. Jumlah kewajiban yang harus dibayarkan oleh pinjaman adalah jumlah atas harga barang modal dan mark-up yang disepakati.

2. Pembiayaan Murabahah (MBA), pembiayaan berakad jual beli. Pembiayaan murabahah pada dasarnya merupakan kesepakatan antara BMT sebagai pemberi modal dan anggota sebagai peminjam. Prinsip yang digunakan adalah sama seperti pembiayaan bai' bithaman ajil, hanya saja proses pengembaliannya dibayarkan pada saat jatuh tempo pengembaliaannya.
3. Pembiayaan Mudharabah (MDA). Pembiayaan mudharabah adalah suatu perjanjian pembiayaan antara BMT dan anggota dimana BMT menyediakan dana untuk penyediaan modal kerja sedangkan peminjam berupaya mengelola dana tersebut untuk pengembangan usahanya. Jenis usaha yang dimungkinkan untuk diberikan pembiayaan adalah usaha-usaha kecil seperti pertanian, industri rumah tangga, dan perdagangan.
4. Pembiayaan Musyarakah (MSA). Pembiayaan dengan akad syirkah adalah penyertaan BMT sebagai pemilik modal dalam suatu usaha yang mana antara resiko dan keuntungan ditanggung bersama secara berimbang dengan porsi penyertaan.
5. Pembiayaan al-Qordhul Hasan. Pembiayaan dengan akad ibadah. Pembiayaan Qordhul Hasan adalah perjanjian pembiayaan antara BMT dengan anggotanya. Hanya anggota yang dianggap layak

yang dapat diberi pinjaman ini. Kegiatan yang dimungkinkan untuk diberikan pembiayaan ini adalah anggota yang terdesak dalam melakukan kewajiban-kewajiban non usaha atau pengusaha yang menginginkan usahanya bangkit kembali yang oleh karena ketidak mampunya untuk melunasi kewajiban usahanya.⁷²

J. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk kelengkapan data dalam penyusunan skripsi ini diperlukan sumber dari penelitian yang relevan sebagai berikut :

- a. Persepsi jual beli pembiayaan murabahah terhadap motivasi mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah.

Liztya Siska Mutiara menyatakan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi atas prinsip jual beli dalam pembiayaan murabahah terhadap motivasi mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pembiayaan murabahah memiliki hubungan yang signifikan terhadap motivasi mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah. Hal ini terbukti didalam tabel *coefficient*, diperoleh nilai korelasi antara variabel X (persepsi jual beli pembiayaan *murabahah*) dengan variabel Y (motivasi mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah) sebesar 0,427, hal ini menunjukkan terdapat hubungan yang sedang dan positif karena berada pada interval 0,40-0,599. Dan berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,459 dan t_{tabel} sebesar 1,6622. Karena

⁷² Muhammad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Press, eds. 1, Cet. 1, 2000), hal. 117-120

nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,459 > 1,6622$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat hubungan persepsi atas prinsip jual beli pembiayaan *murabahah* terhadap motivasi mahasiswa menjadi nasabah bank syariah.

b. Pengaruh pembiayaan Ba'i Bistaman Ajil terhadap Motivasi Berwirausaha Nasabah

Irwan Dwi Jayanto menyatakan tujuan dalam penelitian ini adalah (1) untuk menguji signifikan hubungan pembiayaan Ba'i Bistaman Ajil dengan motivasi berwirausaha nasabah BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Pahlawan Tulungagung. (2) untuk menguji signifikan pengaruh pembiayaan Ba'i Bistaman Ajil terhadap motivasi berwirausaha Nasabah BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Pahlawan Tulungagung. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis yang digunakan adalah korelasi dan regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan ba'i Bitsaman Ajil memiliki pengaruh dan hubungan yang signifikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Pahlawan Tulungagung. Berdasarkan hasil penghitungan korelasi diperoleh nilai sig (2 tailed) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari level of significans (α) 1% ($0,000 < 0,01$). Hal ini membuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pembiayaan ba'i bitsaman ajil terhadap motivasi berwirausaha nasabah BMT Istiqomah dan BMT Pahlawan. Dan dari perhitungan regresi diperoleh nilai coefficient (constant) 0,000 yang dibandingkan dengan taraf signifikan (α)=0,05 (5%). Hal ini membuktikan

bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pembiayaan Ba'i Bistaman ajil terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT Istiqomah dan BMT Pahlawan.

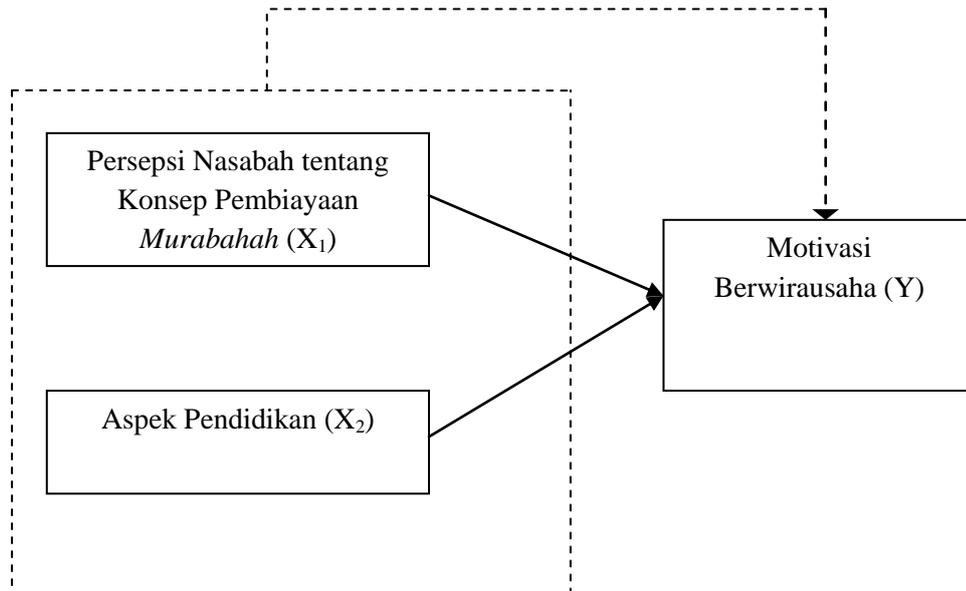
c. Faktor-faktor yang mendorong wirausahawan memulai usaha kecil

Fajrinur menyatakan tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mendorong wirausahawan memulai usaha kecil pada pajak USU dan faktor mana yang paling dominan. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis deskriptif dan metode analisis kuantitatif melalui analisis regresi berganda, dan dilengkapi dengan pengujian asumsi klasik. Responden yang digunakan adalah pedagang makanan pada pajak USU dengan jumlah responden yang diambil melalui metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel peluang dan variabel emosional serta pengaruh yang negatif dan tidak signifikan untuk variabel modal, pendidikan dan pengalaman terhadap memulai usaha kecil pada pajak USU.

1. Kerangka Berfikir

Gambar 2.3

Kerangka Berfikir



Keterangan:

—————▶ Pengaruh secara parsial..

-----▶ Pengaruh yang simultan.

Variabel bebas (X) terdiri dari Persepsi Nasabah tentang Konsep Pembiayaan *Murabahah* (X₁), Aspek Pendidikan (X₂). Sedangkan variabel terikatnya (Y) adalah Motivasi Berwirausaha. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda (*multiple regression*) dimana teknik tersebut menguji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh yang dominan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian diartikan sebagai pengatur latar penelitian agar peneliti tersebut memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian. Jenis penelitian yang akan dipakai adalah penelitian asosiatif (hubungan) dengan metode analisis kuantitatif (data berbentuk angka). Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.⁷³ Yaitu antara persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan yang berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA Tulungagung.

B. Populasi, sampel, dan teknik sampling

a. Populasi

Dalam penelitian ini tidak terlepas dari obyek sebagai sarana penelitian yang biasa disebut populasi. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.⁷⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pembiayaan murabahah di BMT SAHARA. Dari hasil penelitian yang telah

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hal., 11

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal., 72

dikulakan jumlah nasabah pembiayaan murabahah pada BMT SAHARA bulan April 2014 yaitu mencapai 243 nasabah.

b. Sampel dan teknik sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁷⁵

“Dalam penelitian ini peneliti memakai teknik *probability sampling* dengan menggunakan *simple random sampling*, dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan sampel anggota populai dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.⁷⁶ Berkaitan dengan penelitian ini responden yang digunakan adalah nasabah pembiayaan *murabahah*.

Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian ...*, hal.,73

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian ...*, hal., 74

Dimana:

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

e^2 = Persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih di tolerir.⁷⁷

Berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel dari populasi sebanyak:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{243}{1 + 243(0,05)^2}$$

$$n = \frac{243}{1,6075}$$

$$n = 151,166$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dengan menggunakan taraf kesalahan 5% maka sampel dalam penelitian ini berjumlah (n) 151,166 namun karena subjek bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 151 responden.

C. Sumber data, Variabel dan Skala Pengukuran

a. Sumber data

a) Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama yang ada dilapangan.⁷⁸ Data primer yang dikumpulkan dalam

⁷⁷Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi Dan Bisnis*. (Jakarta: Indeks, 2009) hal. 61

⁷⁸Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2005), hal. 128

penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dengan memberikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada nasabah pembiayaan *murabahah* BMT SAHARA yang dapat memberikan informasi tentang praktik pembiayaan yang dijalankan oleh BMT.

b) Data skunder

Data skunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua setelah data primer.⁷⁹ Data ini dapat diperoleh dari dokumentasi yang terdiri dari dokumen-dokumen, catatan, majalah, koran, litteratur, tulisan para ahli yang berhubungan dengan skripsi ini.

b. Variabel

Variabel data adalah variabel yang secara sederhana dapat diartikan ciri individu, obyek, gejala, peristiwa yang dapat diukur secara kuantitatif ataupun kualitatif. Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain, sedangkan variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen.⁸⁰ Sedangkan dalam penelitian variabel dibagi menjadi dua:

a) Variabel Bebas Independen

Variabel bebas (X) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Dan variabel bebas pada penelitian ini adalah persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* (X1), aspek pendidikan (X2).

⁷⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian...*, hal. 128

⁸⁰ Nur Indiantoro, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, (Yogyakarta:BPFE,2002), hal. 63

b) Variabel Terikat Dependen

Variabel terikat (Y) adalah variabel yang timbul akibat variabel bebas atau respon dari variabel bebas. Dan untuk penelitian ini variabel terikatnya adalah Motivasi Berwirausaha (Y).

c. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁸¹ Dengan menggunakan skala pengukuran ini maka nilai variabel yang diperoleh dari jawaban responden terhadap kuesioner dapat diukur dengan instrumen tertentu, dapat dinyatakan dengan angka sehingga lebih akurat, efisien dan komunikatif.⁸²

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

a. Teknik Pengumpulan Data

Salah satu unsur dalam suatu penelitian adalah dipergunakannya suatu metode tertentu untuk memecahkan masalah, sehingga hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

a) Kuisisioner / angket

Kuesioner atau angket ialah daftar pertanyaan dan pernyataan yang dikirimkan kepada responden, baik secara langsung atau tidak

⁸¹ Sugiyono, *Metode Penelitian ...*, hal., 86

⁸² Nur Indiantoro, *Metodologi Penelitian Bisnis ...*, hal. 85

langsung. Isi dari kuesioner adalah fakta-fakta yang berhubungan dan dikuasai oleh responden.⁸³

Peneliti memberikan angket atau kuesioner langsung kepada nasabah pembiayaan *murabahah* yang termasuk dalam sampel penelitian ini. Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner tertutup sehingga responden tinggal memilih jawaban yang disediakan oleh peneliti. yang menjadi responden pada penelitian ini adalah nasabah pembiayaan yang terdaftar di BMT SAHARA.

b) Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden lebih mendalam dan jumlah dari respondennya sedikit/kecil.⁸⁴

Wawancara dalam penelitian ini adalah dengan wawancara tidak terstruktur yang dilakukan peneliti dengan karyawan BMT SAHARA. Wawancara ini dilakukan disela-sela waktu proses penelitian.

c) Observasi

Metode observasi adalah “suatu teknik yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti serta secara sistematis”.⁸⁵ Metode observasi ini dilakukan dengan mencari data yang diperlukan, pada tahap awal observasi dilakukan secara umum untuk

⁸³ Husain, et, all. *Metodologi Penelitian Sosial*. (Jakarta: Bumi Aksara,2008.),hal 23

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian ...*, hal., 130

⁸⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal., 138

memperoleh data tentang kondisi obyek penelitian antara lain lokasi penelitian, proses yang ada di tempat penelitian. Tahapan selanjutnya peneliti harus terfokuskan untuk mulai melakukan menyempitkan data atau informasi yang diperlukan peneliti.

d) Dokumentasi

Menurut Usman dan Setiadi “ dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen”. Di dalam penelitian ini juga menggunakan metode dokumentasi.⁸⁶ Metode dokumentasi digunakan peneliti untuk memperoleh gambaran umum atau profil mengenai lokasi BMT SAHARA.

b. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket.

Arikunto mendefinisikan “Instumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah”.⁸⁷

⁸⁶ Husain, et, all. *Metodologi Penelitian ...*, hal 69

⁸⁷ Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V, (Jakarta: Rineka Cipta.2002) Hal.,136

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner dengan skala *Likert* dengan 5 opsi jawaban. Usman & Setiadi berpendapat bahwa “Skala *Likert* merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian karena pembuatannya relatif lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi”.⁸⁸

Tabel 3.1

Isntrument penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen	Sumber Data	No. Item
Variabel Bebas(X): Persepsi Nasabah Tentang konsep Pembiayaan <i>Murabahah</i> (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembiayaan 2. Keuntungan (markup) 3. Bahan Baku Modal Kerja (Barang) 	Kuesioner Tertutup	Nasabah	1-7
Aspek Pendidikan (X2) (Umar Tirtarahardja, 2005)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembentukan sikap 2. Pengetahuan 3. Ketrampilan kerja 	Kuesioner Tertutup	Nasabah	8-14
Variabel Terikat (Y): Motivasi Berwirausaha (Y) (Leonardus Saiman,2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Laba 2. Impian personal 3. Kebebasan 4. Kemandirian 	Kuesioner Tertutup	Nasabah	15-24

Berdasarkan indikator dalam jabaran variabel pada tabel 3.1, maka dapat dikembangkan menjadi instrumen penelitian dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang akan diberi skor pada jawaban responden yang diasumsikan benar dan dapat dipercaya menurut Skala *Likert*.

⁸⁸ Husain, et, all. *Metodologi Penetilitian ...*, hal., 65

Jumlah pernyataan pada instrument penelitian terdapat 24 item. *Skala Likert* pada setiap item dalam penelitian ini ditunjukkan dengan jawaban dan diberi skor untuk keperluan analisis kuantitatif.

E. Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Peneliti harus memastikan pola analisis yang digunakan tergantung pada jenis data yang dikumpulkan.

Dalam penelitian ini, analisa data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpulkan. Dalam penelitian ini, data bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka hasil perhitungan dan pengukuran di analisa dengan menggunakan analisa statistik sebagai berikut:

1. Editing

Editing adalah Kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data di lapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya data yang terhimpun kadang kala belum memenuhi harapan peneliti, ada di antaranya kurang atau terlewatkan, tumpang tindih, berlebihan bahkan terlupakan.⁸⁹

2. Coding

Memberikan tanda atau sebuah kode untuk setiap variabel agar mudah memeriksa jawaban. Dalam penelitian ini berikut adalah kode pada setiap variabel, yaitu:

⁸⁹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian...*, hal. 165

- 1) Data tentang persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* (X_1)
- 2) Data tentang Aspek Pendidikan (X_2)
- 3) Data tentang motivasi Berwirausaha (Y)

3. Scoring

Kegiatan memberikan angka dan data yang dikuantifikasikan dan menghitungnya untuk jawaban setiap responden. Untuk skor dari setiap jawaban untuk setiap pertanyaan ditentukan sesuai dengan tingkat pilihan dari peneliti. Pemberian skor terhadap pilihan jawaban adalah sebagai berikut:

1. Jawaban SS diberi skor 5
2. Jawaban S diberi skor 4
3. Jawaban KS diberi skor 3
4. Jawaban TS diberi skor 2
5. Jawaban STS diberi skor 1

4. Analisis

Dalam penelitian ini menggunakan analisis untuk mengolah dan membuat analisis terhadap data sebagai dasar bagian penarikan kesimpulan. Analisis yang dimaksud adalah dengan memberikan perhitungan secara statistik terhadap data yang masuk.

a. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Setelah instrumen penelitian disusun, langkah berikutnya melakukan pengujian terhadap instrumen tersebut. Benar tidaknya data tergantung dari

baik tidaknya instrumen pengumpul data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu valid dan reliabel. Proses uji validitas dan uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini dilakukan dengan memberikan instrumen penelitian yang berupa kuesioner kepada 35 responden yang memiliki karakteristik sama dengan populasi yang akan diteliti.

a) Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya atau suatu alat ukur yang dapat mengukur apa yang ingin diukurnya. Selanjutnya disebutkan bahwa validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrumen benar-benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang tentang variabel yang dimaksud.⁹⁰

Pengujian validitas instrumen pada penelitian ini digunakan analisa butir, cara pengukuran analisa butir tersebut adalah mengkorelasikan skor butir dengan skor total dengan rumus *product moment*. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.⁹¹

Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi *Product moment* dari Pearson. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{table} untuk *degree of freedom* (df)= n-2, dalam hal ini n

⁹⁰ Arikunto. *Prosedur Penelitian...*, Hal., 144

⁹¹ Imam ghozali, *aplikasi analisis multivariate dengan progam IBM spss 19*,(semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, cet v, 2011), hal. 52

adalah jumlah sample. Jumlah sample (n) = 35 dan besar df dapat dihitung $35-2 = 33$ dengan $df = 33$ dan $\alpha = (5\%) 0,05$ didapat r_{tabel} 0,334. Nilai dari r_{hitung} untuk setiap item (variabel) dapat dilihat pada kolom *Corrected Item - Total Correlation* (r_{hitung}).

Berikut ini penjelasan rinci dari hasil uji validitas item-item variabel penelitian:

1. Persepsi Nasabah Tentang Konsep Pembiayaan *Murabahah*

Tabel 3.2 Uji Validitas Persepsi Nasabah Tentang Konsep Pembiayaan *Murabahah*

Item-Total Statistics			
Item pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
X1	,538	0.334	Valid
X2	,460	0.334	Valid
X3	,396	0.334	Valid
X4	,431	0.334	Valid
X5	,520	0.334	Valid
X6	,510	0.334	Valid
X7	,412	0.334	Valid

Pada Tabel 3.2, di atas menunjukkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} pada setiap variabel. Pada item pertanyaan X1 nilai r_{hitung} yang dihasilkan yaitu 0.538 dengan r_{tabel} sebesar 0.334 dan dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Begitu juga dengan nilai r_{hitung} pada variabel-variabel yang lain. Jadi nilai pada variabel persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* item pertanyaan X1 sampai X7 pada uji validitas skala kepentingan dinyatakan valid.

2. Aspek Pendidikan

Tabel 3.3 Uji Validitas Aspek Pendidikan

Item-Total Statistics			
Item pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
X1	,621	0.334	Valid
X2	,648	0.334	Valid
X3	,398	0.334	Valid
X4	,449	0.334	Valid
X5	,652	0.334	Valid
X6	,447	0.334	Valid
X7	,344	0.334	Valid

Pada Tabel 3.3, di atas menunjukkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} pada setiap variabel. Pada item pertanyaan X1 nilai r_{hitung} yang dihasilkan yaitu 0.621 dengan r_{tabel} sebesar 0.334 dan dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Begitu juga dengan nilai r_{hitung} pada variabel-variabel yang lain. Jadi nilai pada variabel aspek pendidikan item pertanyaan X1 sampai X7 pada uji validitas skala kepentingan dinyatakan valid.

3. Motivasi Berwirausaha

Tabel 3.4 Uji Validitas Motivasi Berwirausaha

Item-Total Statistics			
Item pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
X1	,722	0.334	Valid
X2	,676	0.334	Valid
X3	,572	0.334	Valid
X4	,741	0.334	Valid
X5	,597	0.334	Valid
X6	,676	0.334	Valid
X7	,355	0.334	Valid
X8	,534	0.334	Valid
X9	,465	0.334	Valid
X10	,490	0.334	Valid

Pada Tabel 3.4, di atas menunjukkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} pada setiap variabel. Pada item pertanyaan X1 nilai r_{hitung} yang dihasilkan yaitu 0.722 dengan r_{tabel} sebesar 0.334 dan dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Begitu juga dengan nilai r_{hitung} pada variabel-variabel yang lain. Jadi nilai pada variabel motivasi berwirausaha item pertanyaan X1 sampai X10 pada uji validitas skala kepentingan dinyatakan valid.

b) Uji Reabilitas Instrumen

Uji reabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji

reabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* diukur berdasarkan skala *Cronbrach's Alpha* 0 samapi 1.⁹²

Dan ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh triton seperti yang dikutip oleh Agus jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
2. Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
3. Nilai *alpha Cronbach* 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
4. Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
5. Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

Hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji reliabilitas variabel Persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah*

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,749	7

Dari Tabel 3.5, dapat diketahui bahwa nilai Alpha variabel persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* adalah reliabel. Hal ini

⁹² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2007), hal. 97

dapat diketahui dari nilai Alpha yang reliabel yaitu 0,61 s.d 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel persepsi pembiayaan murabahah nilai $\alpha = 0,749$.

2. Uji reliabilitas variabel Aspek Pendidikan

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas aspek pendidikan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,780	7

Dari Tabel 3.6, dapat diketahui bahwa nilai Alpha variabel pendidikan adalah reliabel. Hal ini dapat diketahui dari nilai Alpha yang reliabel yaitu 0,61 s.d 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel motivasi berwirausaha nilai $\alpha = 0.780$.

3. Uji reliabilitas variabel Motivasi Berwirausaha

Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Motivasi Berwirausaha

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,864	10

Dari Tabel 3.7, dapat diketahui bahwa nilai Alpha variabel Motivasi Berwirausaha adalah sangat reliabel. Hal ini dapat diketahui dari nilai Alpha yang sangat reliabel yaitu 0,81-1,00. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel motivasi berwirausaha nilai $\alpha = 0.864$,

b. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji normal tidaknya sampel dari data yang telah terkumpul. Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi software *SPSS 21.0* dengan perumusan sebagai berikut.

H_0 = data tidak berdistribusi normal

H_1 = data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau $\alpha = 0,05$, terima H_1 jika nilai signifikansi $\geq \alpha$ dan tolak H_1 jika nilai signifikansi $\leq \alpha$.

c. Asumsi Klasik

Beberapa masalah sering muncul dalam analisis regresi ketika mengestimasi suatu model dengan sejumlah data. Masalah tersebut termasuk dalam pengujian asumsi klasik. Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu perlu diadakan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.⁹³ Tetapi dalam penelitian ini tidak dilakukan uji autokorelasi karena penelitian ini bukan termasuk data *time series*.

a) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas menunjukkan adanya hubungan linier yang sempurna (mendekati sempurna) antara beberapa atau semua variabel bebas.⁹⁴

⁹³ Kuncoro. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi Kedua. (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), hal., 98

⁹⁴ Kuncoro. *Metode Kuantitatif: Teori...*, hal. 98

Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa multikolinearitas adalah adanya korelasi linear yang sempurna atau pasti di antara variabel-variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Multikolonitas di dalam model regresi dapat diketahui dengan Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.⁹⁵

b) Uji Heteroskedastisitas

Adanya heteroskedastisitas berarti adanya varian variabel dalam model yang tidak sama (konstan). Menurut Gujarati mengemukakan bahwa: “Salah satu asumsi kritis model regresi linear klasik adalah bila gangguan variabel semuanya mempunyai varians yang sama. Jika asumsi ini tidak dipenuhi, kita mempunyai heteroskedastisitas”.

Deteksi adanya heteroskedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik. Dasar pengambilan keputusan:⁹⁶

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

⁹⁵ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis ...*, hal., 91

⁹⁶ Santoso, *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik Dengan SPSS versi 11,5*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2004), hal., 210

d. Uji Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.⁹⁷ Setelah data penelitian berupa jawaban dari responden atas kuesioner yang telah dibagikan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = variabel motivasi berwirausaha

A = bilangan konstanta

b₁ = koefisiensi variabel

X₁ = variabel persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah*

X₂ = variabel aspek pendidikan

e = *error of term*

e. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) dilakukan untuk mengetahui persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* (X₁) dan aspek pendidikan (X₂) terhadap motivasi berwirausaha nasabah (Y). Nilai koefisien determinasi diantara 0 sampai 1, dimana semakin mendekati angka 1 nilai koefisien determinasi maka pengaruh persepsi nasabah tentang pembiayaan *murabahah* (X₁) dan aspek pendidikan (X₂) terhadap motivasi berwirausaha

⁹⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik....*, hal.56

nasabah (Y) Semakin kuat. Dan sebaliknya, semakin mendekati angka 0 nilai koefisien determinasi maka pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* (X_1) dan aspek pendidikan (X_2) terhadap motivasi berwirausaha nasabah (Y) lemah.

f. Uji-t (uji parsial)

Untuk menguji data, hipotesis menggunakan tingkat signifikansi ditentukan dengan $\alpha = 5\%$. Dapat dengan cara lain yaitu uji t. Uji t adalah pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidak perbedaan yang meyakinkan dari dua mean sampel.⁹⁸ Apabila t_{hitung} masing-masing variabel bebas, yaitu pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan lebih besar dari t_{tabel} maka variabel bebas tersebut secara parsial memiliki pengaruh yang meyakinkan ($\alpha = 5\%$) terhadap variabel dependen (motivasi berwirausaha). Adapun prosedurnya sebagai berikut

H₀ : Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari bebas terhadap variabel terikat.

H₁ : Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan (KPK)

- a) Jika signifikan nilai $t > 0,05$ maka tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya H_0 diterima dan menolak H_1 .

⁹⁸ Hartono, *SPSS 16,0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal. 146

b) Jika signifikan $t < 0,05$ maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya H_0 ditolak dan menerima H_1 .

g. Uji-F (uji serentak)

Uji-F (uji serentak) untuk melihat apakah variabel independen secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 = artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_1 = artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan (KPK)

H_0 diterima, apabila $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_1 diterima, apabila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Selanjutnya untuk menganalisis data mulai dari uji validitas sampai dengan uji F, maka peneliti menggunakan software pengolahan data SPSS 21.0.

BAB IV

Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Gambaran Obyek Penelitian

a. Profil BMT Sahara Tulungagung

Baitul Maal wat Tamwil yang selanjutnya disingkat BMT adalah sebuah Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai syariat Islam. BMT merupakan institusi yang menjalankan 2 kegiatan secara terpadu, yaitu Baitul Maal (melakukan kegiatan sosial dan dakwah), dan Baitut Tamwil (melakukan kegiatan bisnis). Sehingga kegiatan BMT adalah mengembangkan usaha-usaha produktif dengan mendorong kegiatan menabung dan menyalurkan pembiayaan produktif, juga melaksanakan kegiatan sosial, dengan menggalang titipan dana sosial, seperti zakat, infak, dan shodaqoh serta mendistribusikannya dengan prinsip pemberdayaan masyarakat sesuai dengan peraturan dan amanahnya.⁹⁹

Sebagai dasarnya adalah UU RI no. 38 Tahun 1999, tentang pengelolaan zakat dimana dalam UU tersebut BMT dapat berperan secara legal sebagai lembaga amil zakat (LAZ) yang berfungsi sebagai pengumpul, pengelola sekaligus penyalur zakat, infaq, shadaqoh, hibah dan sejenisnya. Kegiatan program ini dilaksanakan dengan tujuan, antara lain:

⁹⁹RAT..., hal., 9

1. Meminta hak fakir miskin pada harta orang kaya, sebagaimana firman Allah:

“ dan pada harta mereka (orang kaya) terdapat hak orang miskin yang meminta dan tidak berkecukupan (tetapi tidak meminta).”(QS. Al-Dzariyat 51:19)

“jika mereka bakhil, maka harta itu akan dikalungkan dihari kiamat.”
(QS. Ali-Imron 3:180)

2. Penyaluran ZIS secara efektif dan tepat guna sesuai sasaran. Oleh karena itu orang yang diberi bantuan, semakin hari harus semakin mandiri hingga akhirnya menjadi muzakki-muzakki baru, bukan sebaliknya semakin abadi gelar kemiskinannya.

3. Untuk mengikis kesenjangan sosial antara si miskin dan si kaya. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW: “bukanlah golonganku, orang (besar) yang tidak belas kasih pada orang kecil, dan orang kecil yang tidak menghargai orang besar.” (HR. Anas)

Kopseyah BMT Sahara adalah Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang berperan sebagai motor penggerak dan media penghubung antara *aghnia'* (pihak yang berkelebihan dana) dan *dhuafa* (pihak yang kekurangan dana) dengan menerapkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Hal ini bertujuan untuk membantu beban ekonomi masyarakat yang seringkali terperosok oleh tangan-tangan rentenir yang mencekoki bunga yang tinggi dan hanya bertujuan *profit oriented*.

Kopsyah BMT Sahara sebagai lembaga keuangan alternatif yang didirikan oleh, dari dan untuk masyarakat telah memberikan harapan baru bagi pengembangan ekonomi masyarakat bawah. Ini karena perputaran dananya asemaksimal mungkin digunakan untuk masyarakat sendiri sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan dan tradisi masyarakat.¹⁰⁰

BMT Sahara berdiri tanggal 10 Maret 1999 dan beroperasi secara legal dengan Sertifikat Operasi yang dikeluarkan oleh Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) Nomor: 10115/SO/Pinbuk?III/1999 sebagai Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) BMT binaan PINBUK berdasar naskah kerjasama antara Bank Indonesia dengan PINBUK Nomor: 003/MOU/PH.Bk.PINBUK/IX-95 tanggal 27 September 1995. Kemudian BMT Sahara diperkuat dengan Badan Hukum dari Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang disahkan oleh Kantor Koperasi dan UKM melalui SK Nomor: 188.2/164/BH/XVI.29?304/XII/2006.¹⁰¹

BMT Sahara mempunyai kantor pusat yang berlmah di Ruko Kembang Sore No. 2.A Desa Bolorejo Kecamatan Kauman Tulungagung dan membuka kantor cabang di Jl. Raya Bakalan No.7. desa Suruhan Kidul Kecamatan Bandung Tulungagung.

b. Visi, Misi dan Tujuan BMT Sahara Tulungagung

a) Visi

¹⁰⁰ RAT..., ha., 9

¹⁰¹ RAT..., hal., 11

Mewujudkan kualitas anggota dan masyarakat disekitar Kopsyah BMT Sahara yang selamat damai dan sejahtera, sehingga mampu beroperasi sebagai wakilpengabdian Allah memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan umat pada umumnya.

b) Misi

Membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dan struktur masyarakat madani yang adil berkemakmuran berlandaskan syariah dan prinsip dasarnya yang maju terpercaya, aman, nyaman, transparan dan kehati-hatian.

c) Tujuan

- Meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup anggota dan masyarakat.
- Menyediakan sumber pembiayaan dan penyediaan modal bagi anggota/calon anggota dengan prinsip syariah.
- Mengembangkan sikap hemat dan suka menabung.
- Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisir dan mengembangkan potensi zakat, infaq, dan shodaqoh para aghnia untuk kesejahteraan sosial kaum dhuafa.
- Menumbuhkan usaha-usaha produktif anggota.
- Memperkuat posisi tawar sikap dan jaringan komunikasi para anggota.

c. Akad Dasar Produk-produk BMT Sahara Tulungagung.

Akad yang dijadikan dasar produk-produk BMT Sahara Tulungagung adalah:

- a) Wadiah Yad Adh-dhomanah (titipan), dimana pihak yang menitipkan memberi kuasa pada pihak yang dititipi untuk memanfaatkan dana yang dititipkan.
- b) Mudharabah adalah akad antara dua pihak yang satu sebagai pengelola dan yang lain sebagai penyedia modal, atas kerjasama ini berlaku sistem bagi hasil dengan nisbah yang disepakati.
- c) Murabahah adalah sistem pengadaan barang dan didalamnya terdapat kesepakatan besarnya pemberian keuntungan dan pelunasannya dapat diangsur, ataupun jatuh tempo sesuai dengan kesepakatan (akad)
- d) Musyarakah / Syirkah adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi atau mengikut sertakan modal (dalam berbagai bentuk:harta, manajemen, waktu) dengan perjanjian pembagian keuntungan yang disepakati.
- e) Qardul hasan adalah pembiayaan atau pinjaman modal dengan tujuan kebajikan yang diperuntukkan bagi anggota atau nasabah dengan pertimbangan sosial dan tidak diambil keuntungan atau bagi hasil sepeserpun, nasabah atau anggota hanya diwajibkan mengembalikan pokoknya saja.

d. Produk-produk BMT Sahara Tulungagung

Berikut adalah macam-macam produk yang ada di BMT Sahara Tulungagung:

- a) Produk simpanan atau tabungan

Simpanan Masyarakat Islami (SIMASIS) merupakan simpanan anggota yang didasarkan pada akad *Wadiah Yad Adh-dhomanah* dan *Mudlorobah*, atas seijin penitip, dana yang disimpan pada rekening dapat dikelola dan dimanfaatkan oleh BMT SAHARA.

Manfaat atau kelebihan yang diperoleh :

1. Lebih mudah, nyaman dan aman karena dikelola secara syariat, terindar dari riba.
2. Memperoleh bagi hasil lebih tinggi, dengan nisbah atau porsi 45% (dari keuntungan BMT tiap Bulan)
3. Dapat dijadikan simpanan pribadi, keluarga instansi atau lembaga.
4. Dapat diambil dan disetor setiap saat atau sewaktu-waktu tanpa harus datang ke BMT.
5. Dapat dijadikan jaminan pembiayaan (pinjaman).
6. Tidak ada biaya administrasi atau potongan tiap bulan.

Persyaratan :

- a. Mengisi permohonan formulir pendaftaran.
 - b. Membayar biaya administrasi Tabungan Rp. 10.000,-
 - c. Melampirkan foto copy identitas diri
 - d. Jumlah setoran awal bebas, berikutnya juga bebas.
- b) Simpanan Berjangka (deposito)

Simpanan Berjangka (Deposito) adalah jenis simpanan yang diperuntukan bagi anda yang menginginkan menyimpan dana dalam

waktu yang relatif lama dengan prinsip syariah. Produk ini didasarkan akad *Wadiah Yad Adh-dhomanah* dan *Mudlorobah*.

Manfaat atau kelebihan yang diperoleh :

1. Memperoleh bagi hasil yang kompetitif dan bervariasi sesuai dengan jangka waktu tabungan :
 - a. Jangku waktu 1 (satu) bulan memperoleh nisbah bagi hasil 50%.
 - b. Jangku waktu 3 (tiga) bulan memperoleh nisbah bagi hasil 55%.
 - c. Jangku waktu 6 (enam) bulan memperoleh nisbah bagi hasil 60%.
 - d. Jangku waktu 12 (dua belas) bulan memperoleh nisbah bagi hasil 65%.
 - e. Jangku waktu 24 (dua puluh empat) bulan memperoleh nisbah bagi hasil 70%.
 - f. Besarnya indikasi bagi hasil dihitung berdasarakan jumlah pendapatan atau keuntungan BMT
2. Dapat dijadikan simpanan pribadi, keluarga instansi atau lembaga.
3. Pengambilan hanya bisa dilakukan setelah jatuh tempo (sesuai akad/perjanjian).
4. Dapat dijadikan jaminan pembiayaan (pinjaman).

Persyaratan :

- a. Mengisi permohonan formulir pendaftaran.
- b. Membayar biaya administrasi Deposito Rp. 15.000,-
- c. Melampirkan foto copy identitas diri.
- d. Jumlah setoran minimal Rp. 1.000.000

Perpanjangan deposito dapat dilakukan secara otomatis

c) Pinjaman Modal/Pembiayaan

BMT SAHARA memberikan pelayanan pinjaman modal atau pembiayaan sesuai kebutuhan anda.

Sektor-sektor yang dibiayai adalah :

- Sektor Pertanian - Sektor Peternakan
- Sektor Perdagangan - Sektor Industri Kecil
- Sektor Jasa/Investasi - Konveksi
- Konsortif - Sektor lain

Manfaat atau kelebihan yang diperoleh :

1. Persyaratan ringan.
2. Proses pembiayaan mudah dan cepat.
3. Angsuran ringan dan tetap sampai jatuh tempo.
4. Bebas biaya pinalti/denda bagi yang ingin mempercepat pelunasan.

Persyaratan :

1. Mengisi formulir pengajuan pembiayaan
2. Menyerahkan foto copy KTP suami istri

3. Menyerahkan foto copy KK
4. Menyerahkan foto copy STNK dan BPKB
5. Menyerahkan BPKB asli bila Pencairan
6. Membayar biaya administrasi pengajuan pembiayaan.¹⁰²

e. Struktur Organisasi dan Job Discription BMT Sahara Tulungagung

a) Tabel 4.1 Susunan Pengawas dan Penasehat Kopsyah BMT

Sahara

No	Nama	Alamat	Jabatan
1	KH. Hadi Mahfudz	Bolorejo, Kauman, T.Agung	Pengawas Syariah
2	H. Nyadin, MAP	Bago, T.Agung	Pengawas Manajemen
3	H. Rohmat Shidiq	Suruhan kidul, Bandung	Pengawas Keuangan
4	Drs. H. Shodiq Bakroni	Winong, Kd.Waru, T.Agung	Penasehat
5	H. Abdul Aziz	Mangunsari, Kd.Waru, T.Agung	Penasehat

b) Tabel 4.2 Susunan Pengurus Kopsyah BMT Sahara

No	Nama	Alamat	Jabatan
1	H. Moch subchan	Batangsaren, Kauman, T.Agung	Ketua
2	Drs. Zulkornen Ahmad	Mangunsari, Kd.Waru, T.agung	Sekretaris
3	Bambang Elfaruq	Mangunsari, Kd.Waru, T.agung	Bendahara

Sumber RAT Kopsyah BMT SAHARA Tahun 2013

c) Tabel 4.3 Pengelola / Karyawan Kopsyah BMT Sahara

No	Nama	Alamat	Jabatan
1	H. Mustofa, SE, MM	Plosokandang KdWaru T.Agung	Manajer
2	Mamik Muyanti, SP	Tertek T.Agung	Kasir / Zis

¹⁰² Brosur BMT SAHARA

3	Rifa Kuswoyo	Tawangssari Kd.waru T.Agung	Pembiayaan
4	Vidha Ariani, S.Sos	Tiudan Gondang T.agung	Pembukuan / Teller
5	Erni Susanti, S.pd	Bendungan Gondang T.Agung	Tabungan / Teller
6	Ropingi	Rejosari Gondang T.Agung	Pembiayaan
7	Susilo, A.Ma.	Bantengan Bandung T.Agung	Manajer Cabang
8	M.Ali Tamrin, S.HI,M.Sy.	Suwaru Bandung T.Agung	Pembiayaan
9	Nunuk Mahanani, S.Kom	Melis Gandusari Trenggalek	Kasir Kancab
10	Inganatus Solihah, Amd	Ngunggahan Bandung T.Agung	Pembukuan Kancab
11	Haryanto	Tanggulwelahan Besuki TAgung	Pembiayaan
12	Muhammad Ismail, SHI	Bangoan Kd Waru T.Agung	Administrasi

Sumber RAT Kopsyah BMT SAHARA Tahun 2013

B. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pembiayaan murabahah BMT Sahara Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 151 nasabah dengan teknik *simple random sampling*. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan.

C. Deskripsi Responden

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden.

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.4
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	92	39%
2	Perempuan	59	61%
	Total	151	100%

Sumber: Tabel Identitas Responden

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang laki-laki memiliki jumlah terbesar yakni sebesar 92 responden (39%). Sedangkan jumlah terkecil diduduki oleh responden yang perempuan yakni sebesar 59 responden (61%).

b. Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 4.5
Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	≤ 20 tahun	0	0%
2	$> 20 - 30$ tahun	39	26%
3	$> 30 - 40$ tahun	55	36%
4	$> 40-50$ tahun	30	20%
5	>50 tahun	27	18%
	Total	151	100%

Sumber: Tabel Identitas Responden

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia $>30-40$ tahun memiliki jumlah terbesar yakni sebesar 55 responden (36%). Sedangkan jumlah terkecil diduduki oleh responden yang berusia ≤ 20 tahun yakni sebesar 0 responden (0%).

c. Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha

Tabel 4.6
Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pertanian	52	34%
2.	Konveksi	30	20%
3.	Perdagangan	43	29%
4.	Jasa	26	17%
	Total	151	100%

Sumber: Tabel Identitas Responden

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki usaha pertanian memiliki jumlah terbesar yakni sebesar 52 responden (34%). Sedangkan jumlah terkecil diduduki oleh responden yang memiliki usaha jasa yakni sebesar 26 responden (17%).

d. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

Tabel 4.7
Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	19	11%
2	SMP	57	31%
3	SMA	74	46%
4	Sarjana	21	12%
	Total	151	100%

Sumber: Tabel Identitas Responden

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki pendidikan SMA memiliki jumlah terbesar yakni sebesar 74 responden (46%). Sedangkan jumlah terkecil diduduki oleh responden yang memiliki pendidikan SD yakni sebesar 19 responden (11%).

D. Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* (X_1), aspek pendidikan (X_2). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah motivasi berwirausaha Nasabah BMT Sahara Tulungagung. Untuk mengetahui gambaran dari masing-masing variabel akan dilakukan analisis statistik deskriptif. Data mentah analisis statistik deskriptif yang terdapat pada lampiran, dapat dideskripsikan sebagai berikut:

a) Persepsi Nasabah Tentang Konsep Pembiayaan *Murabahah*

Persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 3 indikator yang diubah menjadi 7 pertanyaan. Indikator variabel Persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan, margin (keuntungan), dan bahan baku atau modal kerja (barang). Data yang terkumpul dari jawaban responden tentang persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dapat dijelaskan secara rinci pada setiap itemnya pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8 Selama ini saya memahami pembiayaan yang saya ajukan

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	57	38%
2.	b. setuju	75	50%
3.	c. kurang setuju	9	6%
4.	d. tidak setuju	10	6%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 50% (75 responden) responden menjawab setuju bahwa selama ini memahami pembiayaan yang diajukan.

Tabel 4.9 saya setuju, pembiayaan yang ada di BMT dilaksanakan sesuai dengan syariat islam.

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	49	32%
2.	b. setuju	88	59%
3.	c. kurang setuju	6	4%
4.	d. tidak setuju	7	5%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 59% (88 responden) responden menjawab setuju bahwa pembiayaan yang ada di BMT dilaksanakan sesuai syariat islam.

Tabel 4.10 Saya setuju, pembiayaan yang dilakukan BMT adalah penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan mengambil imbalan (keuntungan).

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	52	34 %
2.	b. setuju	74	49%
3.	c. kurang setuju	15	10%
4.	d. tidak setuju	10	7%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 49% (74 responden) responden menjawab setuju bahwa Saya setuju, pembiayaan yang dilakukan BMT adalah penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan mengambil imbalan (keuntungan).

Tabel 4.11 Saya setuju, bahwa penentuan margin (keuntungan) dalam pembiayaan ini berbeda cara penentuannya dengan bunga pada bank konvensional.

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	50	33%
2.	b. setuju	75	50%
3.	c. kurang setuju	17	11%
4.	d. tidak setuju	9	6%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 50% (75 responden) responden menjawab setuju bahwa penentuan margin (keuntungan) dalam pembiayaan ini berbeda cara penentuannya dengan bunga pada bank konvensional.

Tabel 4.12 Saya setuju, bahwa penentuan margin (keuntungan) sesuai dengan kesepakatan antara nasabah dengan pihak BMT.

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	53	35%
2.	b. setuju	74	49%
3.	c. kurang setuju	19	13%
4.	d. tidak setuju	5	3%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 49% (74 responden) responden menjawab setuju bahwa penentuan margin (keuntungan) sesuai dengan kesepakatan antara nasabah dengan pihak BMT.

Tabel 4.13 Bahan baku atau modal kerja yang saya butuhkan dibelikan oleh pihak BMT dan dijual kembali kepada saya.

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	41	27%
2.	b. setuju	88	58%
3.	c. kurang setuju	17	11%
4.	d. tidak setuju	5	4%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 58% (88 responden) responden menjawab setuju bahwa Bahan baku atau modal kerja yang saya butuhkan dibelikan oleh pihak BMT dan dijual kembali kepada saya.

Tabel 4.14 Bahan baku atau modal kerja yang saya butuhkan tidak bertentangan dengan syariat islam.

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	42	28%
2.	b. setuju	78	52%
3.	c. kurang setuju	20	13%
4.	d. tidak setuju	11	7%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 52% (78 responden) responden menjawab setuju bahwa Bahan baku atau modal kerja yang saya butuhkan tidak bertentangan dengan syariat islam.

b) Aspek Pendidikan

Pendidikan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 3 indikator yang diubah menjadi 7 pertanyaan. Indikator variabel Motivasi berwirausaha adalah pembentukan sikap, pengetahuan dan

kepribadian. Data yang terkumpul dari jawaban responden tentang pendidikan dapat dijelaskan secara rinci pada setiap itemnya, sehingga untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15 pendidikan yang saya tamatkan mengajarkan untuk bersikap disiplin dalam berwirausaha.

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	33	22%
2.	b. setuju	91	60%
3.	c. kurang setuju	15	10%
4.	d. tidak setuju	12	8%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 60% (91 responden) responden menjawab setuju bahwa pendidikan yang saya tamatkan mengajarkan untuk bersikap disiplin dalam berwirausaha.

Tabel 4.16 pendidikan yang saya tamatkan mengajarkan saya untuk bersikap jujur dalam berwirausaha

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	39	26%
2.	b. setuju	82	54%
3.	c. kurang setuju	22	15%
4.	d. tidak setuju	8	5%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 54% (82 responden) responden menjawab setuju bahwa pendidikan yang saya tamatkan mengajarkan saya untuk bersikap jujur dalam berwirausaha.

Tabel 4.17 pendidikan yang saya tamatkan mengajarkan untuk selalu bersikap kreatif dan inovatif dalam berwirausaha

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	45	30%
2.	b. setuju	77	51%
3.	c. kurang setuju	21	14%
4.	d. tidak setuju	8	5%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 51% (77 responden) responden menjawab setuju bahwa pendidikan yang saya tamatkan mengajarkan untuk selalu bersikap kreatif dan inovatif dalam berwirausaha

Tabel 4.18 Pendidikan yang saya tamatkan memberikan pengetahuan tentang berwirausaha.

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	42	28%
2.	b. setuju	78	52%
3.	c. kurang setuju	24	16%
4.	d. tidak setuju	7	4%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 52% (78 responden) responden menjawab setuju bahwa Pendidikan yang saya tamatkan memberikan pengetahuan tentang berwirausaha.

Tabel 4.19 Pendidikan yang saya tamatkan membuat saya terampil dalam berwirausaha

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	44	29 %
2.	b. setuju	75	50%
3.	c. kurang setuju	26	17%
4.	d. tidak setuju	6	4%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 50% (75 responden) responden menjawab setuju bahwa Pendidikan yang saya tamatkan membuat saya terampil dalam berwirausaha.

Tabel 4.20 Pendidikan yang saya tamatkan memberikan saya ketrampilan untuk menghitung untung ruginya dalam berwirausaha.

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	47	31%
2.	b. setuju	67	44%
3.	c. kurang setuju	28	19%
4.	d. tidak setuju	9	6%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 44% (67 responden) responden menjawab setuju bahwa Pendidikan yang saya tamatkan memberikan saya ketrampilan untuk menghitung untung ruginya dalam berwirausaha.

Tabel 4.21 Pendidikan yang saya tamatkan memberikan ketrampilan pemasaran dalam berwirausaha.

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	37	24%
2.	b. setuju	81	54%
3.	c. kurang setuju	26	17%
4.	d. tidak setuju	7	5%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 54% (81 responden) responden menjawab setuju bahwa Pendidikan yang saya tamatkan memberikan ketrampilan pemasaran dalam berwirausaha.

c) Motivasi Berwirausaha

Motivasi berwirausaha dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 4 indikator yang diubah menjadi 10 pertanyaan. Indikator variabel Motivasi berwirausaha adalah Laba, kebebasan, Impian Personal, dan kemandirian. Data yang terkumpul dari jawaban responden tentang Motivasi berwirausaha dapat dijelaskan secara rinci pada setiap itemnya, sehingga untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.22 Dengan pembiayaan yang saya peroleh akan saya gunakan untuk mengelola usaha yang menghasilkan laba

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	43	28%
2.	b. setuju	93	62%
3.	c. kurang setuju	11	7%
4.	d. tidak setuju	4	3 %
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 62% (93 responden), responden menjawab setuju bahwa pembiayaan yang diperoleh akan digunakan untuk mengelola usaha yang menghasilkan laba.

Tabel 4.23 Menjadi wirausaha memberika peluang untuk mendapatkan laba/keuntungan yang lebih tinggi

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	55	37%
2.	b. setuju	86	57%
3.	c. kurang setuju	8	5%
4.	d. tidak setuju	2	1%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 57% (86 responden) responden menjawab setuju menjadi wirausaha memberika peluang untuk mendapatkan laba/keuntungan yang lebih tinggi.

Tabel 4.24 dengan menjadi wirausaha maka saya memperoleh laba untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	66	44%
2.	b. setuju	73	48%
3.	c. kurang setuju	9	6%
4.	d. tidak setuju	3	2%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 48 % (73 responden) responden menjawab setuju dengan menjadi wirausaha maka memperoleh laba untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Tabel 4.25 dengan menjadi wirausaha saya bebas menjalankan usaha dengan cara saya sendiri

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	55	36 %
2.	b. setuju	71	47%
3.	c. kurang setuju	18	12%
4.	d. tidak setuju	7	5%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 47% (71 responden) responden menjawab setuju dengan menjadi wirausaha saya bebas menjalankan usaha dengan cara saya sendiri.

Tabel 4.26 Dengan menjadi wirausaha saya bebas mengambil laba dari usaha ini

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	49	32%
2.	b. setuju	84	56%
3.	c. kurang setuju	17	11%
4.	d. tidak setuju	1	1%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 56% (84 responden) responden menjawab setuju dengan menjadi wirausaha saya bebas mengambil laba dari usaha ini.

Tabel 4.27 Dengan menjadi wirausaha saya bebas menentukan jadwal kerja saya sendiri

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	53	36%
2.	b. setuju	75	51%
3.	c. kurang setuju	18	12%
4.	d. tidak setuju	1	1%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 51% (75 responden) responden menjawab setuju Dengan menjadi wirausaha saya bebas menentukan jadwal kerja saya sendiri.

Tabel 4.28 Saya lebih senang menjadi wirausaha daripada bekerja pada oranglain

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	43	28%
2.	b. setuju	93	62%
3.	c. kurang setuju	15	10%
4.	d. tidak setuju	-	-
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 62% (93 responden) responden menjawab setuju bahwa lebih senang menjadi wirausaha daripada bekerja pada oranglain.

Tabel 4.29 Menjadi seorang wirausaha dapat memberikan saya kesempatan untuk lebih maju dengan menentukan impian saya sendiri

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	42	28%
2.	b. setuju	89	59%
3.	c. kurang setuju	15	10%
4.	d. tidak setuju	5	3%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 58,94% (89responden) responden menjawab setuju bahwa menjadi seorang wirausaha dapat memberikan saya kesempatan untuk lebih maju dengan menentukan impian saya sendiri.

Tabel 4.30 Dengan menjadi wirausaha kehidupan saya lebih terjamin

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	39	26%
2.	b. setuju	95	63%
3.	c. kurang setuju	13	8%
4.	d. tidak setuju	4	3%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 63% (95 responden) responden menjawab setuju bahwa dengan menjadi wirausaha kehidupan saya lebih terjamin.

Tabel 4.31 Menjadi seorang wirausaha membuat saya dapat mandiri dalam segala hal

No.	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	a. Sangat setuju	56	36%
2.	b. setuju	85	56%
3.	c. kurang setuju	5	4%
4.	d. tidak setuju	5	4%
5.	e. Sangat tidak setuju	-	-
	Total	151	100%

Sumber: Data jawaban responden penelitian

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden 56% (85 responden) responden menjawab setuju bahwa menjadi seorang wirausaha membuat saya dapat mandiri dalam segala hal.

E. Hasil Analisa Data dan pengujian Hipotesis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji normal tidaknya sampel dari data yang telah terkumpul. Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi software *SPSS 21.0* dengan perumusan sebagai berikut.

H_0 = data tidak berdistribusi normal

H_1 = data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau $\alpha = 0,05$, terima H_1 jika nilai signifikansi $\geq \alpha$ dan tolak H_1 jika nilai signifikansi $\leq \alpha$.

Tabel 4.32
Hasil Uji Normalitas Data

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of persepsi pembiayaan Murabahah is normal with mean 28,834 and standard deviation 3,45.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,149	Retain the null hypothesis.
2	The distribution of Pendidikan is normal with mean 28,073 and standard deviation 3,09.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,065	Retain the null hypothesis.
3	The distribution of Motivasi Berwirausaha is normal with mean 41,974 and standard deviation 3,65.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,175	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Sumber: Data hasil SPSS

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi untuk persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* sebesar $0,149 \geq 0,05$, dan nilai signifikansi aspek pendidikan sebesar $0,065 \geq 0,05$, sedangkan motivasi berwirausaha nilai signifikansi sebesar $0,175 \geq 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel berdistribusi normal dan dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

b. Uji Asumsi Klasik
D) Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4.33
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Persepsi nasabah tentang konsep Pembiayaan Murabahah	,840	1,190
Pendidikan	,840	1,190

a. Dependent Variable: Motivasi Berwirausaha
 Sumber: Data hasil SPSS

Multikolinearitas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, Nugroho (2005) menyatakan jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinearitas.¹⁰³

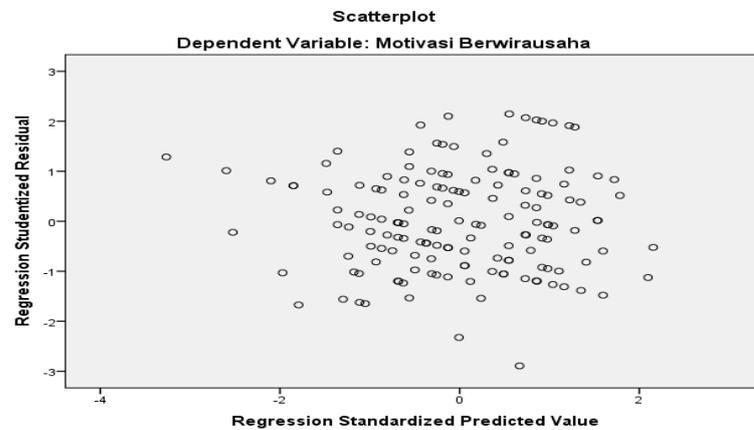
Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF adalah: 1,190 (variabel persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah*), 1,190 (variabel aspek pendidikan). Hasil ini berarti variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

E) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

¹⁰³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik. ...*, hal. 79

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data hasil SPSS

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari Scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika: 1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola; 2) titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0 dan, 3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.¹⁰⁴

Dari gambar di atas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi ini layak dipakai.

c. Regresi Linier Berganda

Analisis statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui

¹⁰⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik ...*, hal., 79

pengaruh secara sendiri-sendiri (parsial) maupun bersama-sama (simultan) antara variabel bebas (persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan) dengan variabel terikat (motivasi berwirausaha). Secara ringkas hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.34 pada halaman berikutnya.

Tabel 4.34
Hasil Uji regresi

Model	Coefficients ^a				Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	32,823	2,949		11,129	,000
1 persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan Murabahah	,396	,089	,374	4,451	,000
Pendidikan	-,080	,099	-,068	-,811	,419

a. Dependent Variable: Motivasi Berwirausaha

Sumber: Data hasil SPSS

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 4.34 maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 32,823 + 0,396 (\text{Persepsi Nasabah Tentang Konsep Pembiayaan Murabahah } X_1) - 0,080 (\text{Aspek Pendidikan } X_2)$$

Penjelasan dari fungsi regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 32,823 artinya Apabila persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan pendidikan tidak ada, maka motivasi berwirausaha sebesar 32,823 satuan,
2. Koefisien regresi X1 sebesar 0,396 artinya Apabila persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* meningkat dengan satu satuan maka motivasi berwirausaha akan meningkat sebesar 0,396 satuan.
3. Koefisien regresi X2 sebesar -0,080 artinya Apabila aspek pendidikan naik dengan satu satuan maka motivasi berwirausaha diprediksi akan menurun 0,080 satuan. Begitu juga sebaliknya apabila aspek pendidikan menurun sebesar 0,080 satuan maka motivasi berwirausaha akan naik sebesar 0,080 satu satuan.

Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

d. Koefisien Determinasi (R)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* (X_1) dan aspek pendidikan (X_2) terhadap motivasi berwirausaha (Y). Nilai koefisien determinasi diantara 0 sampai 1, dimana semakin mendekati angka 1 nilai koefisien determinasi maka pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* (X_1) dan aspek pendidikan (X_2) terhadap motivasi berwirausaha nasabah (Y) Semakin kuat. Dan sebaliknya, semakin mendekati angka 0 nilai koefisien determinasi maka pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* (X_1)

dan aspek pendidikan (X_2) terhadap motivasi berwirausaha nasabah (Y) lemah.

Tabel 4.35
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,352 ^a	,124	,112	3,43907	,124	10,462	2	148	,000

a. Predictors: (Constant), aspek Pendidikan, persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan Murabahah

b. Dependent Variable: Motivasi Berwirausaha

Sumber: Data hasil SPSS

Dalam model ini diketahui *Adjusted R Square* sebesar 0,112, ini berarti bahwa variabel persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan secara bersama-sama mempengaruhi motivasi berwirausaha sebesar 11,2%, sedangkan sisanya sebesar 88,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

e. Uji t

Uji t adalah digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$

Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 : Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebasthadap variabel terikat.

H_1 : Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.36
Hasil Uji t-test

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	32,823	2,949		11,129	,000
1 persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan Murabahah	,396	,089	,374	4,451	,000
Pendidikan	-,080	,099	-,068	-,811	,419

a. Dependent Variable: Motivasi Berwirausaha

Sumber: Data hasil SPSS

a. Pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah*

(X_1) Terhadap Motivasi Berwirausaha (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA TULUNGAGUNG.

H_1 = Ada pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA TULUNGAGUNG.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai Persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* = t_{hitung} 4,451 > t_{tabel} 1,65 maka berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap

motivasi, dan nilai signifikan Persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* = $0,000 < 0,05$ maka signifikan terhadap motivasi berwirausaha.

Nilai koefisien regresi (B) persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* 0,396, berarti setiap peningkatan sebesar satu satuan, maka motivasi berwirausaha akan meningkat sebesar 0,396 satuan.

b. Pengaruh pendidikan (X_2) Terhadap Motivasi Berwirausaha (Y)

H_0 = Tidak ada pengaruh aspek pendidikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA TULUNGAGUNG.

H_1 = Ada pengaruh aspek pendidikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA TULUNGAGUNG.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai aspek pendidikan = $t_{hitung} -811 < t_{tabel} 1,65$ maka tidak berpengaruh dan memiliki pengaruh negatif terhadap motivasi berwirausaha, dan nilai signifikan aspek pendidikan $0,419 > 0,05$ maka tidak signifikan terhadap motivasi berwirausaha.

Nilai koefisien regresi (B) pendidikan -0,080, berarti setiap penurunan sebesar satu satuan, maka motivasi berwirausaha akan naik sebesar 0,080 satuan.

f. Uji F (uji Serentak)

Pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* (X_1), aspek pendidikan (X_2), Secara Simultan terhadap motivasi berwirausaha (Y) akan disajikan pada tabel 4.37 sebagai berikut:

Tabel 4.37
Hasil Uji F-test

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	247,469	2	123,735	10,462	,000 ^b
Residual	1750,425	148	11,827		
Total	1997,894	150			

a. Dependent Variable: Motivasi Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), aspek Pendidikan, persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan Murabahah

Sumber: Data hasil SPSS

H_0 = Tidak ada pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT Sahara Tulungagung.

H_1 = Ada pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT Sahara Tulungagung.

Berdasarkan tabel 4.36 dapat diketahui bahwa hasil analisis regresi secara simultan didapatkan nilai F_{hitung} sebesar $10,462 > F_{tabel}$ sebesar 3,00 atau Signifikansi F sebesar $0,000 < \alpha$ sebesar 0,05, sehingga H_0 Ditolak dan H_1 Diterima.

F. Pembahasan

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang diajukan kepada nasabah di BMT SAHARA Tulungagung. Kemudian peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas angket yang peneliti sebar, yang pengolahan data tersebut

dibantu oleh aplikasi *SPSS 21.0*, maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan :

a. Persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha.

Dari hasil analisis uji t pada tabel *coefficients* yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah BMT Sahara, dan dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah, artinya semakin tinggi persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* maka semakin tinggi motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA.

Hasil tersebut membuktikan bahwa yang telah dilakukan oleh pihak BMT yaitu memberikan pemahaman kepada calon nasabah telah dapat mempengaruhi motivasi berwirausaha nasabah. Pemahaman mengenai pembiayaan *murabahah* tidak hanya dilakukan saat nasabah akan mengajukan pembiayaan namun disosialisasikan melalui brosur yang ada di BMT dan disosialisasikan juga oleh karyawan BMT melalui kegiatan masyarakat seperti pada acara jama'ah (tahlilan). Dari pemahaman yang disampaikan tersebut diharapkan dapat menggerakkan nasabah ketika mereka membutuhkan dana baik untuk modal usaha ataupun kebutuhan lainnya dapat menggunakan pembiayaan yang ada di BMT Sahara.

Hal ini sesuai dengan Robert a. Baron dan Paul b. Paulus dalam Ali Nordin, persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita.¹⁰⁵

Dengan adanya persepsi pembiayaan, diharapkan nasabah memiliki motivasi berwirausaha dengan menggunakan pembiayaan yang diberikan oleh BMT SAHARA sebagai tambahan modal. Berkaitan untuk pemenuhan kebutuhan bahan baku modal kerja nasabah dapat menggunakan pembiayaan *murabahah* sebagai tambahan permodalannya. Oleh karena itu pihak BMT harus tetap mempertahankan pemahaman yang diberikan kepada nasabah dan dapat meningkatkan lagi pemahaman yang disosialisasikan kepada nasabah untuk memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Liztya Siska Mutiara¹⁰⁶ yang meneliti tentang Persepsi jual beli pembiayaan *murabahah* terhadap motivasi mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan pada persepsi jual beli pembiayaan *murabahah* terhadap motivasi mahasiswa menjadi nasabah Bank syariah.

¹⁰⁵ Ali Nordin "Teori Perspsi" dalam http://www.academia.edu/6123394/Teori_persepsi, diakses tanggal 10 Juni 2014

¹⁰⁶ Liztya Siska Mutiara, *Persepsi Jual Beli Pembiayaan Murabahah Terhadap Motivasi Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Widyatama* (Bandung, Skripsi Tidak diterbitkan, 2010)

b. Pengaruh aspek pendidikan terhadap motivasi berwirausaha

Dari hasil analisis uji t pada tabel *coefficients* yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa aspek pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah BMT Sahara, dan dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai negatif atau memiliki pengaruh yang berlawanan, artinya semakin tinggi aspek pendidikan maka akan semakin rendah motivasi berwirausaha oleh nasabah pada BMT Sahara. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah aspek pendidikan maka semakin tinggi motivasi berwirausaha.

Hasil ini sejalan dengan Leonardus Saiman yang meneliti jumlah wirausaha berdasarkan pendidikan menemukan bahwa yang menjadi wirausahawan presentase tertinggi adalah lulusan SLTA kebawah, sedangkan untuk lulusan perguruan tinggi adalah menjadi karyawan perusahaan.¹⁰⁷ Hal ini membuktikan bahwa aspek pendidikan yang selama ini diperoleh masyarakat tidak mempengaruhi motivasi masyarakat untuk menjalankan usaha.

Pembentukan sikap, pengetahuan dan ketrampilan kerja yang selama ini mereka peroleh melalui pendidikan tidak menjadi motivasi bagi mereka untuk menjadi wirausahawan sukses. Tetapi dengan aspek pendidikan yang mereka peroleh, mereka ingin menjadi karyawan atau pegawai yang menerima gaji setiap bulan. Sementara kesempatan kerja yang tersedia sekarang ini sangat terbatas. Karena mereka menjadi wirausaha dengan

¹⁰⁷ Leonardus Saiman, *KEWIRAUSAHAAN ...*, hal., 25

adanya peluang dan pengalaman. Seperti yang disampaikan oleh salah satu responden yang mengisi jawaban variabel pendidikan dengan jawaban tidak setuju. Beliau mengatakan bahwa motivasinya untuk menjadi wirausahawan adalah bukan dari aspek pendidikan yang selama ini beliau peroleh namun karena pengalaman yang beliau dapatkan dari bekerja dengan orang lain.

Dari pihak BMT juga menilai nasabah yang mengajukan pembiayaan untuk modal usahanya adalah dari pengalaman dan pengetahuan nasabah untuk menjalankan usahanya. Karena apabila nasabah tidak memiliki pengalaman dan pengetahuan dalam menjalankan usahanya maka akan berpengaruh terhadap jalannya usaha yang dilakukan nasabah dan berpengaruh pula bagi BMT.

Hal ini mendukung teori Hisrich-Peters yang dikutip oleh buchari alma dalam buku kewirausahaan bahwa pengalaman bisnis kecil-kecilan yang dimiliki oleh seseorang seseorang dapat menjadi wirausaha yang berhasil.¹⁰⁸

Sehingga bagi BMT SAHARA diharapkan tidak mengutamakan aspek pendidikan dari nasabah. karena nasabah yang melakukan usaha adalah berdasarkan pengalaman mereka bukan dari aspek pendidikan yang mereka peroleh. Untuk itu pihak BMT Sahara perlu mengadakan pelatihan kewirausahaan pada nasabahnya untuk memberikan pengalaman dan ketrampilan dalam meningkatkan motivasi berwirausaha para nasabah.

¹⁰⁸ Bucharu Alma, *KEWIRAUSAHAAN...*, hal., 7

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajrinur¹⁰⁹ dengan meneliti faktor-faktor yang mendorong wirausahawan memulai usaha kecil. Dari penelitian tersebut menyatakan bahwa pendidikan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dorongan memulai usaha kecil, dan pengaruhnya negatif. Dimana semakin tinggi pendidikan maka semakin rendah dorongan memulai usaha kecil.

c. Persepsi Nasabah Tentang Konsep Pembiayaan Murabahah dan Aspek Pendidikan Berpengaruh Terhadap Motivasi Berwirausaha Nasabah.

Dari hasil uji F (simultan) diperoleh nilai signifikan F_{hitung} , maka dapat diketahui bahwa persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah pada BMT SAHARA Tulungagung.

Kesulitan mendapatkan modal merupakan problem utama. Disamping itu sejumlah *entrepreneur* mengalami kegagalan setelah mendirikan usaha atau perusahaan mereka, karena mereka tidak memiliki pengetahuan bisnis dasar.¹¹⁰ Jadi dengan adanya persepsi tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan dengan adanya aspek pendidikan maka akan tercipta wirausahawan yang berhasil karena disokong oleh adanya modal dan pengetahuan berwirausaha.

¹⁰⁹ Fajrinur, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mendorong wirausahawan memulai usaha keci Studi Kasus pada pajak USU*, (Medan, sekripsi tidak diterbitkan,2007)

¹¹⁰ Winardi, *ENTREPRENEUR dan ENTREPRENEURSHIP*. (Jakarta: Kencana, 2008) , hal. 35

Persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* diperoleh dari pemahaman yang diberikan oleh pihak BMT SAHARA kepada calon nasabah. Misalnya pemahaman mengenai penyediaan pembiayaan, bahan baku modal kerja (barang), dalam pembiayaan *murabahah* BMT sebagai pihak penjual, dimana bahan baku modal kerja dibeli oleh pihak dan kemudian dijual kembali kepada nasabah dengan mengambil keuntungan. Dengan pemahaman tersebut maka nasabah akan termotivasi untuk menggunakan pembiayaan *murabahah*.

Pendidikan sebagai penyiapan tenaga diartikan sebagai kegiatan membimbing peserta didik sehingga memiliki bekal dasar untuk bekerja. Pembekalan dasar berupa pembentukan sikap, pengetahuan dan ketrampilan kerja pada calon luaran. Ini menjadi sisi penting dari pendidikan karena bekerja menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan manusia. Bekerja menjadi penopang hidup seseorang dari keluarga sehingga tidak bergantung dan mengganggu orang lain.¹¹¹

¹¹¹ Made Pidarta, *Landasan Kependidikan...*, hal. 36

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan terhadap motivasi berwirausaha Nasabah Pada BMT SAHARA Tulungagung maka, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. pengaruh persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* terhadap motivasi berwirausaha Nasabah BMT SAHARA Tulungagung

Berdasarkan hasil analisis uji t (parsial) dapat disimpulkan, variabel persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* mempunyai pengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah di BMT SAHARA Tulungagung. Hal ini membuktikan bahwa pemahaman yang diberikan oleh pihak BMT mengenai konsep pembiayaan *murabahah* kepada nasabah melalui sosialisasi kepada masyarakat memberikan pengaruh kepada nasabah. Semakin tinggi persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* maka semakin tinggi motivasi berwirausaha nasabah.

b. Pengaruh aspek pendidikan terhadap motivasi berwirausaha Nasabah BMT SAHARA Tulungagung

Berdasarkan hasil analisis uji t (parsial) dapat disimpulkan, variabel aspek pendidikan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah BMT SAHARA. Hal ini membuktikan bahwa seseorang dalam menjalankan usaha bukanlah karena aspek pendidikan yang mereka peroleh. Dimana semakin tinggi aspek pendidikan maka semakin rendah motivasi berwirausaha.

c. Pengaruh persepsi pembiayaan *murabahah* dan pendidikan terhadap motivasi berwirausaha nasabah BMT SAHARA Tulungagung.

Berdasarkan hasil uji F (simultan) dapat disimpulkan, persepsi nasabah tentang pembiayaan *murabahah* dan aspek pendidikan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap motivasi berwirausaha nasabah. Hal ini membuktikan seharusnya dengan persepsi nasabah tentang konsep pembiayaan *murabahah* yang sebagai modal usaha dan aspek pendidikan yang diperoleh dapat menjadikan wirausaha yang sukses dengan pemikiran yang matang sesuai dengan tambahan ilmu yang diperoleh.

B. Saran

a. Bagi BMT SAHARA Tulungagung

- a) Bagi BMT SAHARA diharapkan untuk mempertahankan pemberian pemahaman kepada nasabah mengenai pembiayaan yang ada di BMT SAHARA baik waktu nasabah akan mengajukan pembiayaan maupun

melalui sosialisasi oleh pihak BMT melalui brosur atau melalui kegiatan masyarakat.

- b) BMT SAHARA diharapkan tidak mengutamakan pendidikan nasabah dalam memberikan pembiayaan kepada calon nasabahnya yang membutuhkan modal usaha. Dalam hal ini BMT dapat mengadakan pelatihan kewirausahaan kepada nasabah atau masyarakat umum untuk memberikan pengalaman dan ketrampilan kerja dalam berwirausaha.
- c) BMT SAHARA diharapkan lebih meningkatkan pembiayaan untuk meningkatkan motivasi berwirausaha nasabah.

b. Bagi Peneliti selanjutnya

- a) Dalam penganalisisan data, peneliti selanjutnya diharapkan perlu menjelaskan secara lebih lengkap dengan menambah teori yang mendukung.
- b) Dalam menentukan variabel, peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel lain diluar variabel penelitian yang telah dilakukan karena diduga masih banyak variabel lain yang mempengaruhi motivasi berwirausaha dengan mempertimbangkan kondisi nyata di lapangan.
- c) Diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut mengenai masalah ini secara mendalam. Pendalaman pada penelitian ini akan lebih akurat dan maksimal apabila sampel yang diambil diperluas, baik dari jenis-jenis bank maupun periode tahun-tahun yang diteliti.

c. Bagi Akademis

Untuk pihak Akademis diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya dengan judul Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Konsep Pembiayaan *Murabahah* dan Aspek Pendidikan Terhadap Motivasi Berwirausaha Nasabah Pada BMT SAHARA.