

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga intermediary yakni memiliki fungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat. Pada lembaga keuangan syariah baik bank maupun non-bank kegiatan penyaluran dana dinamakan pembiayaan ( *Financing* ). Di era sekarang setiap lembaga keuangan saling bersaing dalam memperoleh nasabah. Dengan munculnya lembaga-lembaga keuangan asing multinasional yang membeli perusahaan pembiayaan swasta di Indonesia. Bank-bank atau lembaga keuangan asing tersebut kelebihan dana murah, seperti Jepang. Suku bunga yang mereka tawarkan kepada perusahaan pembiayaan sangat rendah, sehingga bank-bank syariah jauh kalah *Pricing* di banding bank-bank multinasional tersebut.

Selain itu, tren konsumen saat ini sudah menjadikan internet menjadi salah satu kebutuhan utama dalam kalangan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari lonjakan pengguna internet terutama saat era smartphone saat ini. Terkait dengan perkembangan tersebut, lembaga keuangan bank dan non-bank tidak boleh ketinggalan dalam mengupgrade teknologi yang digunakan. Dilihat dari sisi masyarakat yang sangat selektif dalam memilih lembaga untuk mempercayakan dananya. Sehingga masyarakat akan cenderung sangat berhati-hati dalam memilih lembaga keuangan.

Koperasi secara umum merupakan perkumpulan orang secara sukarela mempersatukan diri untuk memperjuangkan peningkatan kesejahteraan ekonomi mereka, melalui pembentukan sebuah perusahaan yang dikelola secara demokratis<sup>1</sup>. Dalam koperasi terdapat dua unsur yang saling berkaitan satu sama lain. unsur pertama yaitu unsur ekonomi dan unsur yang kedua yaitu unsur sosial. Koperasi berusaha memperjuangkan pemenuhan kebutuhan ekonomi para anggotanya secara efisien. Jadi agar koperasi tidak menyimpang dari tujuan, pembentukan dan pengelolaan koperasi harus dilakukan secara demokratis. Pada saat pembentukan koperasi harus dibentuk pada berdasarkan kesukarelaan dan kemauan bersama dari para pendirinya.

Koperasi merupakan salah satu lembaga keuangan non-bank yang ada di Indonesia. Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian pada pasal 1 menjelaskan bahwa, “Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum Koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip Koperasi”.<sup>2</sup> Dalam pasal 4 menyebutkan bahwa tujuan koperasi yakni meningkatkan kesejahteraan anggotanya pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, sekaligus sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan., menolong diri sendiri, bertanggung jawab, demokrasi, persamaan, berkeadilan, dan

---

<sup>1</sup>Revrison Baswir, *Koperasi Indonesia*, ( Yogyakarta : BPFE, 2000 ), hal 2

<sup>2</sup><http://www.etrade.id//2016/05/uu-koperasi-peraturan-undang-undang-koperasi-download-pdf.html> diakses pada 24 November 2017

kemandirian. Selain itu Nilai yang diyakini Anggota Koperasi yaitu, kejujuran, keterbukaan, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap orang lain.

BMT merupakan kependekatan dari *Baitul Mal wa Tamwil* atau dapat juga ditulis dengan *baitul maal wa baitul tanwil*. Secara harfiah baitul maal berarti rumah dana dan baitul tanwil berarti rumah usaha. Baitul maal dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan islam.<sup>3</sup> BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota serta menyalurkannya ke sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Namun juga terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank.

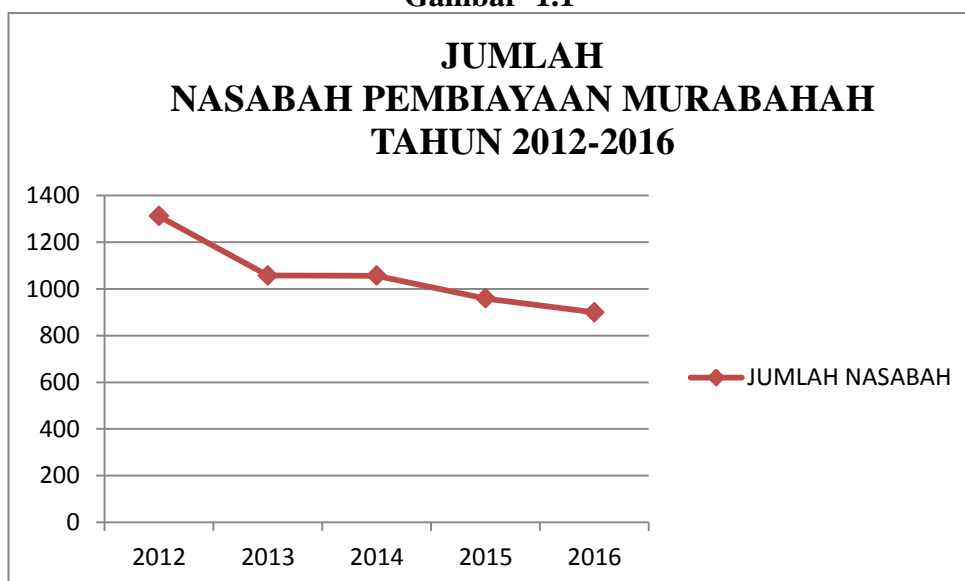
BMT merupakan lembaga non-bank yang berbentuk koperasi berbasis syariah. BMT ini berusaha memberikan bantuan dana kepada pedagang maupun usaha mikro yang masih mengalami kesulitan untuk mendapatkan kredit dari bank. Keberadaan BMT ini mampu berkontribusi sebagai salah satu peranan lembaga pembiayaan untuk usaha mikro melalui pinjaman tanpa menggunakan riba, sehingga masyarakat kecil bisa meningkatkan usahanya tanpa takut dengan bunga yang tinggi. Lembaga ini dikategorikan sebagai lembaga keuangan mikro dan umumnya melayani masyarakat kecil yang tidak mampu berhubungan dengan lembaga perbankan.

---

<sup>3</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baiul Maal Wa Tamwil ( BMT)*, (Yogyakarta : UII Press, 2004), hal 126

BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menyelenggarakan pembiayaan untuk usaha masyarakat dengan akad *Murabahah*. BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung berdiri pada tanggal 3 maret 2001, diresmikan dan beroperasi secara legal dan sah menjalankan kegiatan atau fungsinya pada tanggal 4 juni 2001. BMT Istiqomah merupakan lembaga simpan pinjam yang menggunakan prinsip syariah yang memiliki salah satu produk pembiayaan yaitu pembiayaan murabahah. Bisa kita lihat pada tabel di bawah ini dalam peningkatan nasabah dalam kurun waktu 5 tahun terakhir.

**Gambar 1.1**



*Sumber : BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung*

Dilihat dari tabel diatas jumlah pembiayaan murabahah pada BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung pada tahun 2012 sampai tahun 2016 menunjukkan bahwa perkembangan pembiayaan murabahah mengalami penurunan yang signifikan , dari tahun 2012 jumlah nasabah 1311, tahun 2013 jumlah nasabah 1057, tahun 2014 jumlah nasabah 1056,

taahun 2015 jumlah nasabah 959, tahun 2016 jumlah nasabah 899. Hal ini menjadikan manajemen perlu meningkatkan cara atau strategi untuk menarik konsumen untuk berminat melakukan pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung.

Kebanyakan nasabah BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung lebih memilih pembiayaan Murabahah dibandingkan pembiayaan Mudharabah. Setiap nasabah tentunya memiliki alasan tersendiri dalam memutuskan pengajuan pembiayaan Murabahah ini. Pembiayaan Murabahah merupakan salah satu produk penyaluran dana yang cukup digemari di BMT ini. Karakteristik pembiayaan Murabahah yang profitable mudah dalam penerapan dan dengan risiko yang ringan untuk diperhitungkan.

Kebutuhan akan modal membuat pembiayaan ini cukup diminati oleh masyarakat di sekitar BMT ini, sehingga banyak yang tertarik untuk mengajukan pembiayaan murabahah. Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu pengambilan keputusan pembelian nasabah merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Keputusan pembelian<sup>4</sup> dapat diukur dengan indikator yaitu

---

<sup>4</sup> Philip Kotler dan Gery Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2008), hal 172

pengenalan kebutuha, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.<sup>5</sup>

Pembiayaan Murabahah diketahui dengan akad jual beli barang dimana si penjual dan si pembeli telah menyepakati perolehan margin dan keuntungan yang telah ditentukan.<sup>6</sup> Untuk meningkatkan pangsa pasar ini lembaga keuangan syariah memerlukan analisis yang lebih mendalam baik dalam konteks persaingan antara lembaga keuangan konvensional maupun merespon kondisi pasar. Banyak faktor yang mempengaruhi nasabah mengambil keputusan dalam pengambilan pembiayaan murabahah salah satunya yaitu tentang pengetahuan nasabah akan produk pembiayaan yang ada di BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung.

Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman sehingga disimpan dalam ingatan. Pengetahuan akan produk merupakan pengetahuan konsumen akan suatu produk yang akan dibeli sehingga informasi yang didapat mengenai suatu produk akan bermacam – macam.<sup>7</sup> Banyak calon nasabah yang tidak mengenal secara rinci produk yang ditawarkan oleh BMT, serta pemahaman masyarakat yang masih rendah tentang lembaga keuangan syariah. Selain itu penjelasan yang diberikan oleh karyawan BMT mungkin terlalu rumit karena menggunakan istilah-istilah yang tidak diketahui oleh nasabah awam, sehingga membuat nasabah menjadi

---

<sup>5</sup> Agustinus Johannes Djohan, *Manajemen Strategi Pembelian*, (Malang : Media Nusa Creative. 2016), hal 10

<sup>6</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2011), hal 138

<sup>7</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*, (Jakarta Selatan : Ghalia Indonesia, 2003), hal 120

bingung dan mengakibatkan kecenderungan masyarakat lebih memilih lembaga konvensional. Pengetahuan dapat diukur dengan indikator atribut produk, manfaat produk<sup>8</sup>, kepuasan konsumen.<sup>9</sup>

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah yaitu kualitas pelayanan yang ada di BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung. Semakin baik pelayanan dari BMT, maka semakin banyak nasabah yang melakukan pembiayaan serta meningkatkan profit BMT. Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sangat menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas dari BMT tersebut. Kualitas pelayanan juga diukur dari indikator sikap pegawai BMT Istiqomah yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, kepastian, dan perhatian pegawai BMT Istiqomah.<sup>10</sup> Pada dasarnya nasabah memerlukan prosedur yang jelas dan tanpa berbelit belit di dalam pengajuan pembiayaan murabahah.

Persaingan bisnis saat ini semakin pesat, kualitas pelayanan yang bermutu dapat menciptakan kepuasan nasabah. Banyak pelayanan yang kurang memuaskan yang diakibatkan kurangnya sasaran dari nasabah.<sup>11</sup> Hal ini menyebabkan suatu perusahaan akan kehilangan nasabahnya. Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, karena dalam perusahaan jasa pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan maka akan semakin besar

---

<sup>8</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran.....*, hal 120

<sup>9</sup> Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta : PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2005), hal 13

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2014), hal 305

<sup>11</sup> Philip Kotler dan Gery Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran.....*, hal 87

pemasukan yang didapat. Pelayanan jasa yang baik dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi nasabah.

Selain pengetahuan nasabah dan kualitas pelayanan faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung yaitu kualitas produk. BMT Istiqomah merupakan lembaga yang memiliki kualitas produk yang sangat inovatif. Maka dari itu kualitas produk menjadi pusat perhatian sehingga bisa menyesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan nasabah. Banyaknya produk yang ditawarkan tetapi tidak memuaskan masyarakat sehingga nasabah kecewa dengan kualitas produk yang di tawarkan pada perusahaan tersebut.

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan nasabah yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan.<sup>12</sup> Setiap perusahaan atau lembaga harus memilih tingkat kualitas yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk itu dalam pasar sasarannya. Kualitas merupakan satu dari alat utama untuk mencapai posisi produk. kualitas produk ini dapat diukur dengan indikator kinerja<sup>13</sup>, daya tahan, ketepatan, estetika<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasarans*, ( Jakarta : PT RAJAGRAFINDO persada, 2015 ), hal 211

<sup>13</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran.....*,hal 323

<sup>14</sup>Zulian Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan jasa*, ( Yogyakarta : Ekonista, 2005), hal 10



Penelitian ini penting untuk diteliti, karena banyak faktor yang diduga dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam mengambil keputusan pembiayaan, khususnya untuk meningkatkan pangsa pasar dari pembiayaan murabahah pada BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung. Dalam penelitian, peneliti hanya membatasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah adalah pengetahuan, kualitas pelayanan, dan kualitas produk.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung yaitu dalam melihat pengaruh antara pengetahuan, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah dengan judul **“PENGARUH PENGETAHUAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGAMBIL PEMBIAYAAN MURABAHAH”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Murabahah merupakan transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati bersama yaitu penjual dan pembeli. Masalah yang timbul dalam keputusan nasabah ini yaitu bagaimana pentingnya mengumpulkan informasi sebelum pengambilan keputusan mengambil pembiayaan.
2. Masalah yang timbul dalam pengetahuan yaitu masih minimnya pangsa pasar yang diperoleh BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung

dalam memberikan pembiayaannya kepada nasabah dibanding dengan bank konvensional. Maka dari itu perlu adanya pengetahuan mengenai pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung.

3. Masalah yang timbul dalam kualitas pelayanan yaitu ketika pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan harapan yang ada di benak nasabah, maka kualitas pelayanan tersebut telah memenuhi harapan. Jika pelayanan yang diharapkan tidak sesuai maka ada kemungkinan nasabah merasa kecewa.
4. Masalah yang timbul dalam kualitas produk yaitu banyaknya produk yang ditawarkan tidak memuaskan nasabah sehingga nasabah kecewa dengan kualitas produk yang ditawarkan pada perusahaan yang mengakibatkan nasabah tidak peduli apa yang ditawarkan pada perusahaan tersebut.

### **C. Rumusan Masalah**

- a. Apakah pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung ?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung ?
- c. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di BMT istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung ?

- d. Apakah pengetahuan, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Unit II plosokandang Tulungagung ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menguji pengaruh pengetahuan secara signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah UnitII Plosokandang Tulungagung
- b. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagaung
- c. Untuk menguji pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di BMT istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung
- d. Untuk menguji pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Unit II plosokandang Tulungagung

#### **E. Kegunaan penelitian**

##### **1. Kegunaan Secara Teoretis**

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan mengenai kajian ilmu yang berkaitan dengan pemasaran syariah yang ada di lembaga keuangan syariah. Khususnya tentang Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil

Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung.

## **2. Kegunaan Secara Praktis**

### **a. Bagi Lembaga**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan BMT untuk meningkatkan mutu dan pelayanan, sehingga nasabah memperoleh kepuasan terhadap layanan yang diberikan serta sebagai pertimbangan untuk menetapkan kebijakan selanjutnya.

### **b. Bagi Akademik**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan ilmu Pengetahuan di bidang koperasi jasa dan lembaga keuangan syariah, serta menambah khasanah kepustakaan khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

### **c. Bagi Peneliti Lanjutan**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan peneliti selanjutnya dapat memperoleh pengetahuan dan wawasan yang lebih luas tentang pembiayaan murabahah dan juga dapat meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pembiayaan murabahah selain penerahuan, kualitas pelayanan, dan kualitas produk.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah**

Ruang lingkup dan pembatasan dari penelitian ini untuk menghindari tidak terkendalinya bahasan masalah yang berlebihan dan tidak terjadi

penyimpangan sasaran pada studi ini. Maka dari itu karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga, maka penelitian ini dibatasi pada pembahasan tentang Variabel bebas X dan variabel terikat Y. Adapun variabel bebas adalah Pengetahuan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kualitas Produk (X3), sedangkan keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung (Y).

## **G. Penegasan Istilah**

Penegasan istilah dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian. Penegasan istilah terdiri dari penegasan konseptual dan penegasan operasional.

### **1. Penegasan Konseptual**

- a. Keputusan Nasabah adalah sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian yang menyebabkan timbulnya keputusan.<sup>15</sup>
- b. Pembiayaan Murabahah adalah suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan, meliputi harga barang dan biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat

---

<sup>15</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Hlm. 2.

keuntungannya yang diinginkan.<sup>16</sup> Selain itu dapat dijelaskan bahwa Pembiayaan Murabahah diketahui dengan akad jual beli barang dimana si penjual dan si pembeli telah menyepakati perolehan margin dan keuntungan yang telah ditentukan.

- c. Pengetahuan adalah hasil dari pengindraan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung, telinga dan sebagainya). Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang yaitu pengetahuan atribut produk, pengetahuan manfaat produk, pengetahuan tentang kepuasan konsumen.<sup>17</sup>
- d. Kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah.<sup>18</sup>
- e. Kualitas Produk merupakan konsep yang sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian.<sup>19</sup>

## 2. Penegasan Operasional

Dari definisi konseptual diatas maka dapat dijelaskan maksud dari judul “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Murabahah” adalah

---

<sup>16</sup> Mardani, *Hukum Perikatan syariah*, ( Jakarta : Sinar Grafika, 2013 0, hal 123

<sup>17</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran.....*,hal 122

<sup>18</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, ( Yogyakarta : Andi Ofset, 2001 ), hal 30

<sup>19</sup>Teuku Edyansayah 2005. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk (Study Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Lhokseumawe Pendopo). Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Malikusaleh Aceh Utara. Hlm 186*

untuk mengetahui apakah pengetahuan, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Unit II Plosokandang Tulungagung.

## **H. Sistematika Skripsi**

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini disajikan dalam 5 (lima) bab, dan disetiap babnya terdapat sub bab seperti :

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Untuk memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini, dalam ba pendahuluan ini di dalamnya membahas beberapa sub bab yang terdiri dari : (a) latar belakang, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup penelitian dan keterbatasan masalah, (g) penegasan istilah, (h) sistematika skripsi

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini diuraikan berbagai teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori dari variabel-variabel penelitian terdiri dari beberapa sub bab yaitu : (a) teori yang membahas variabel pertama, (b) teori yang membahas variabel kedua, (c) teori yang membahas variabel ketiga, (d) kajian penelitian terdahulu, (e) kerangka konseptual dan, (f) hipotesis penelitian

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini memuat tentang rancangan penelitian yang terdiri dari bebrapa sub bab yaitu : (a) berisi pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi,

sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala pengukurannya, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini memuat diskripsi tentang hasil penelitian yang terdiri dari beberapa sub bab yaitu : (a) hasil penelitian ( yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta (b) temuan penelitian

#### BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

#### BAB VI PENUTUP

Pada bab akhir ini dalam skripsi akan memuat kesimpulan serta saran yang ditunjukkan kepada pihak yang berkepentingan. Bagian terakhir memuat tentang (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, (d)daftar riwayat hidup.