BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, baik sosial, politik, hukum dan ekonomi. Persaingan perekonomian semakin menjadi tantangan para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Seiring dengan berkembangnya teknologi, kita telah memasuki zaman globalisasi dimana semua informasi, komunikasi dan teknologi sudah berkembang dengan pesat.

Perkembangan perekonomian suatu negara akan meningkat seiring meningkatnya permintaan atau kebutuhan pendanaan. Secara individual ataupun kelembagaan, kepemilikan dana juga terbatas untuk memenuhi operasional dan pengembangan usaha, dengan keterbatasan kemampuan *financial* lembaga negara dan swasta, maka perbankan nasional memegang peranan penting dan strategis dalam kaitanya penyediaan permodalan pengembangan sektor-sektor produktif. Bank sebagai lembaga perantara jasa keuangan yang tugas pokoknya adalah menghimpun dana dari masyarakat, diharapkan dengan dana dimaksud dapat memenuhi kebutuhan dana pembiayaan.

Islam merupakan agama mayoritas yang dianut penduduk dunia dan dalam ajarannya sangat mendorong kemajuan teknologi, termasuk berbagai inovasi dalam sistem perdagangan. Namun demikian, berbagai

jenis cara berdagang ini harus dipahami benar dan dikaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah dalam *muamalah*.[1] Dalam *muamalah* pada dasarnya semua boleh dilakukan kecuali yang dilarang, yaitu *maisir*, *gharar*, dan riba. Firman Allah SWT dalam surah An-Nisaa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ لاَ تَأْكُلُواْ أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلاَّ أَن تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ
وَلاَ تَقْتُلُواْ أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."(An Nisaa' : 29)*[2]

Sekarang orang muslim mulai mengerti prinsip syariah di dalam bisnisnya, sehingga mulai mengarahkan bisnis ekonomi pada prinsip syariah. Para pengusaha harus didorong untuk terus menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam bisnis. Kegiatan dalam bisnis syariah akan berdampak pada moral pengusaha. Bisnis syariah juga dapat meningkatkan kualitas baik dari aspek ekonomi maupun sosial.

Munculnya ekonomi syariah diawali dari lahirnya bank yang menggunakan sistem syariah, yakni sekitar tahun 1992. Namun lebih dikenalnya masyarakat di tahun 2000-2007. Fenomena pengusaha muslim yang hijrah adalah sesuatu yang positif. Karena ekonomi syariah memiliki kelebihan dibandingkan ekonomi konvensional.

---

[1] Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 182

[2] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Nala Dana, 2007), hal. 108

Perdagangan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan dalam masalah *mu'amalah*[3], yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat *horizontal* dalam kehidupan manusia. Sekalipun sifatnya adalah hubungan *horizontal* namun sesuai dengan ajaran Islam, rambu-rambunya tetap mengacu kepada Al-Qur'an dan Hadits. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Asy syu'raa ayat 181-183:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۝ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۝

Artinya : *"Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan;181. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus; 182. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-hak nya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; 183."*[4]

Dalam perdagangan islam, dijelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang muslim salah satunya yakni etika pemasaran islam. Etika pemasaran Islam merupakan kombinasi prinsip maksimalisasi nilai dengan prinsip-prinsip kesetaraan dan keadilan bagi kesejahteraan masyarakat. Etika pemasaran Islam berdasarkan prinsip-prinsip kesetaraan dan ekuitas dalam islam yang berbeda dari etika sekuler dalam banyak hal.[5] Prinsip-prinsip tersebut menciptakan cara untuk menciptakan nilai

---

[3] Labib Mz, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Surabaya: Bintang Usaha Jaya, 2006), hal. 15-16

[4] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Nala Dana, 2007), hal. 678

[5] Mohammad Saeed dkk, "*International Marketing Ethics from Islamic Perspective: Value Maximation Aprroach", Journal Bussiness Ethics,* Vol. 32, (2001), hal. 130, dalam https://www.researchgate.net/publication/225887366_International_Marketing_Ethics_from_an_Islamic_Perspective_A_Value_Maximization_Approach, diakses pada 14 Juli 2019, Pukul 20.00 WIB

dan meningkatkan standar hidup orang pada umumnya melalui kegiatan bisnis komersial.

Dalam lingkup perbankan maupun jasa keuangan, perbedaan mendasar dari prinsip keuangan konvensional dan keuangan syariah terletak pada tingkat pengembalian dari bentuk penyertaan modal yang tidak terjamin, dalam hal ini disebut riba. Perbedaan tersebut merupakan hasil dari implementasi prinsip-prinsip nilai kesetaraan dan keadilan dari hukum Islam, yang memberikan peluang bagi para pelaku keuangan syariah dalam membuat produk atau layanan yang berbeda untuk ditawarkan kepada konsumen.

Dalam melaksanakan transaksi jual beli dengan menggunakan sistem perdagangan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut diharapkan suatu usaha perdagangan seorang muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli, masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan. Pada dasarnya Islam menganut prinsip kebebasan terikat, yaitu kebebasan berdasarkan keadilan, undang-undang, agama dan etika.

Dalam mendukung etika pemaran Islam tersebut dilakukan juga suatu pemberian kepada nasabah yaitu yang disebut pelayanan prima. Pelayanan prima merupakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan sebagai usaha mencapai kepuasan para pelanggan. Dalam pelayanan prima, dimensi yang

layak diperhatikan adalah percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum, menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal, tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar, bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan keahliannya jangan menyela atau memotong pembicaraan, mampun meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan dan jika tidak mampu mengatasi permasalahan jangan ragu-ragu untuk meminta bantuan.[6]

Secara teknis yang dimaksud dengan margin keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan pertahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan margin keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan.[7] Penentuan tingkat margin terkadang dalam lembaga keuangan seperti Lembaga Keuangan Syariah penetapannya terkadang masih ditentukan dari lembaga tersebut. Mereka menjelaskan bahwa beberapa nasabah terkadang belum paham tentang berapa margin yang sesuai pada saat ini.

Dengan fenomena tersebut biasanya Lembaga Keuangan syariah mulai mematok beberapa margin yang akan diberikan kepada nasabah, serta tidak melupakan darimana asal muasal tingkat margin yang telah ditentukan. Setelah menentukan beberapa patokan margin tersebut lembaga Keuangan Syariah menawarkan dan mendiskusikan secara

[6] Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 15-22

[7] Adiwarman A. Karim, *Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi Keempat*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 279-280

musyawarah kepada nasabah agar mendapat titik temu berapa margin yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Setelah mendapatkan titik temu maka nasabah berhak membuat keputusan akad tersebut.

Di Indonesia lembaga keuangan dapat dikelompokkan dalam dua bentuk yaitu lembaga keuangan Bank dan lembaga keuangan non Bank. Perbankan di Indonesia terdiri dari dua jenis yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat, sedangkan lembaga keuangan non Bank antara lain berbentuk koperasi, asuransi dan lainnya yang melakukan kegiatan usahanya dalam bentuk konvensional maupun syariah. Semakin beragamnya lembaga keuangan sekaligus menandakan kebangkitan dari dunia perbankan itu sendiri, dimulai pada era tahun 1980an, sebelumnya dunia perbankan Indonesia masih bersifat pasif, dalam arti hanya menunggu nasabah datang ke lembaga keuangan tersebut. Cara-cara seperti ini kemudian berubah dan ditinggalkan, karena ternyata masyarakat kurang mengerti fungsi dari lembaga keuangan.[8]

Koperasi syariah didirikan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam terutama yang berpenghasilan menengah ke bawah. Menurut Undang-Undang Nomor 12 tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Perkoperasian, Koperasi Indonesia adalah "organisasi ekonomi rakyat berwatak sosial, beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi

[8] Muh Aulia Shuffi Valthen, "*Pengaruh Positioning Differensiasi dan Brand Terhadap Pengambilan Keputusan Menabung Shar-E Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta*", (Skripsi Universitas Islam Negri Yogyakarta, Perpustakaan UIN Yogyakarta), (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2006)

yang merupakan tata susunan ekonomi sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan ”.[9]

Salah satu tujuan koperasi syariah yaitu memberikan alternative bagi mereka yang ingin mengembangkan usahanya tergolong mikro dan kecil. Selain tujuan untuk mengembangkan usaha kecil dibangunnya koperasi syariah juga bertujuan untuk bisa menyadarkan masyarakat menengah kecil tentang arti penting dari menabung. Lembaga Keuangan Syariah Amanah Syariah Islam (LKS ASRI) Tulungagung yang terletak di Jalan Mayor Sujadi Timur 45 Plosokandang Kedungwaru Tulungagung, tepatnya disebelah selatan perempatan pertama barat kampus IAIN Tulungagung.

LKS ASRI merupakan lembaga keuangan yang berbasis syariah berdiri pada tanum 2009. Pada awalnya LKS ASRI hanya membuka salah satu kantor cabang yang ada di jalan Mayor Sujadi Timur 45 Plosokandang Kedungwaru Tulungagung, namun dengan semakin besarnya harapan untuk berkembang dan semakin banyaknya minat para nasabah untuk menggunakan jasa lembaga ini akhirnya dibukalah cabang baru yang ada di kecamatan Kauman dan Sendang. Kedua cabang tersebut berada di wilayah Tulungagung.

Baitul Mal wat Tamwil atau biasa disebut dengan BMT merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yang fokus pada pengembangan bisnis usaha mikro dan

---

[9] Burhanuddin, *Koperasi Syari’ah dan Pengaturannya di Indonesia*, (Malang: UIN-MALIKI PRESS, 2013), hal. 1

kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.[10] BMT berasaskan Pancasila dan UUD 45 serta berlandaskan prinsip syariah Islam, keimanan keterpaduan (*kaffah*), kekeluargaan, kebersamaan, kemandirian dan profesionalisme.

Keberadaan lembaga keuangan mikro syariah di tengah-tengah aktivitas perekonomian sebagai alternatife dari lembaga keuangan konvensional merupakan suatu hal yang cukup positif. Keberadaan *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) ini mampu berkontribusi sebagai salah satu peranan pembiayaan untuk usaha mikro melalui pinjaman tanpa menggunakan bunga, sehingga masyarakat kecil dapat meningkatkan usahanya dalam berbagai bidang tanpa takut dengan bunga yang tinggi.

Pada awalnya BMT Istiqomah adalah sebuah kelompok Swadaya Ekonomi Rakyat (SER) dengan sertifikat binaan dari Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) Kabupaten Tulungagung Nomor: 0101/52000/PINBUK/VI/2001. Kemudian mempunyai badan usaha hukum koperasi dengan SK Nomor: 188.2/32/BH/424.75/2002 tertanggal 17 Mei 2002. Selanjutnya mendapat izin pembukaan kantor cabang atau perwakilan kantor koperasi dari kantor koperasi UMKM Tulungagung dengan SK Nomor: 188.2/21/KPT.C/304/V/2005 tertanggal 7 Juli 2005.[11]

BMT Istiqomah Tulungagung memiliki cabang di plosokandang dan kantor pusat di Karangrejo. BMT ini berusaha memberikan bantuan dana

---

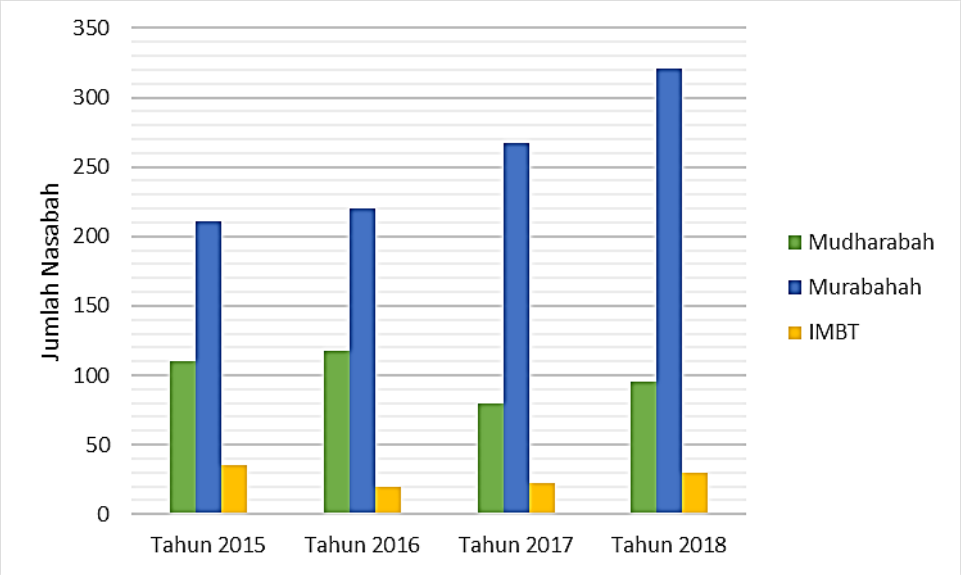
[10] Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Cet. II (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hal. 453

[11] Dokumen, *Profil Baitul Maal wat Tamwil Istiqomah Tulungagung*, (Tulungagung: 2010), hal. 3

kepada pedagang maupun usaha mikro yang masih mengalami kesulitan untuk mendapatkan kredit dari bank. Walaupun dana yang dipinjamkan masih berskala kecil, cukup membantu karena pembayarannya bisa di angsur tanpa memberatkan nasabah. Keberadaan BMT ini mampu berkontribusi sebagai salah satu peranan lembaga pembiayaan untuk usaha mikro melalui pinjaman tanpa menggunakan bunga atau riba, sehingga masyarakat kecil dapat meningkatkan usahanya dalam berbagai bidang tanpa takut dengan bunga yang tinggi.

Adapun produk yang ditawarkan oleh suatu lembaga keuangan syariah pada umumnya adalah produk pembiayaan (*financing*) dan produk simpanan (*funding*). Produk pembiayaan meliputi pembiayaan *Bai' Bisaman Ajil* (BBA), *Mudharabah* (BDA), *Murabahah* (MBA), *Musyarakah* (MSA) dan *Qardul Hasan.* Sedangkan produk simpanan meliputi simpanan *Wadiah* dan *Mudharabah*. Berikut ini adalah tabel perkembangan pembiayaan pada LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo:

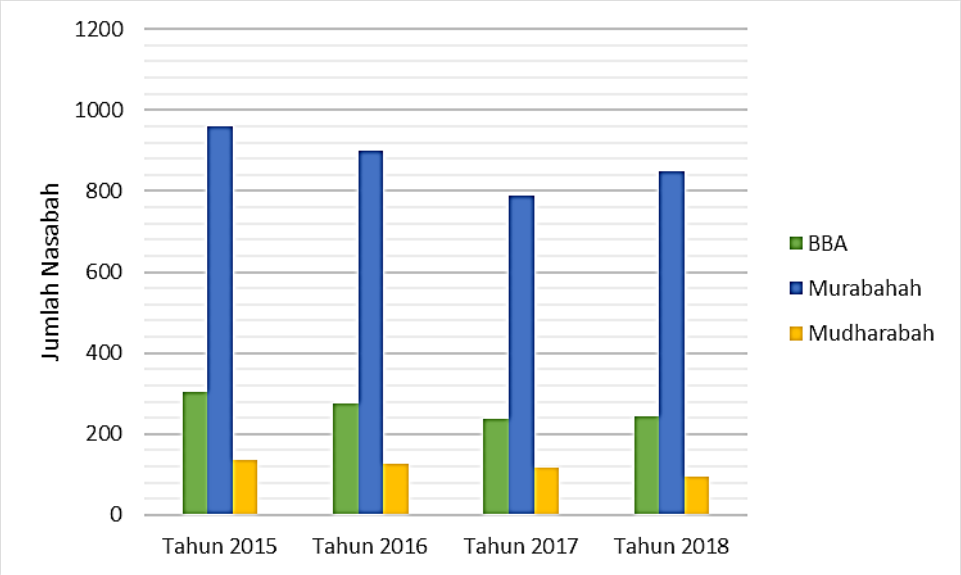
Tabel 1.1
Perkembangan Pembiayaan Pada LKS ASRI Plosokandang



Sumber: *Data diambil dari RAT LKS ASRI 2018*

Dari tabel 1.1 di atas, menunjukkan bahwa pembiayaan *murabahah* pada LKS ASRI selalu mengalami kenaikan dari tahun 2015 sampai 2018. Pada tahun 2015 sebanyak 211, pada tahun 2016 sebanyak 220, pada tahun 2017 sebanyak 267 dan pada tahun 2018 sebanyak 321.

Tabel 1.2
Perkembangan pembiayaan Pada BMT Istiqomah Karangrejo



Sumber: *Data diambil dari RAT BMT Istiqomah Karangrejo 2018*

Dari tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa pembiayaan *murabahah* pada BMT Istiqomah mengalami kenaikan dan penurunan jumlah pembiayaan. Pada tahun 2015 sebanyak 959, pada tahun 2016 sebanyak 899, pada tahun 2017 sebanyak 790 dan pada tahun 2018 sebanyak 243. Pembiayan *murabahah* merupakan pembiayaan yang paling diminati oleh nasabah dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya. Kebutuhan yang bersifat konsumtif maupun kebutuhan modal kerja membuat pembiayaan ini banyak dipilih oleh nasabah, selain itu terhindarnya dari transaksi ribawi dan terdapat kemudahan tersendiri dari produk pembiayaan *murabahah*.

Bai' al Murabahah merupakan salah satu konsep Islam dalam melakukan perjanjian jual beli. Konsep ini telah banyak digunakan oleh

bank dan lembaga keuangan Islam lainnya untuk pembiayaan modal kerja dan pembiayaan perdagangan para nasabahnya. *Bai' al Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam akad ini, penjual harus memberitahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.[12]

Dalam Lembaga Keuangan Syariah (LKS), khususnya perbankan syariah, *bai' al-murabahah* diterapkan sebagai produk pembiayaan untuk membiayai pembelian barang-barang konsumen, kebutuhan modal kerja, dan kebutuhan investasi.[13] Dalam teknis perbankan, *murabahah* adalah akad jual beli antara bank selaku penyedia barang dengan nasabah yang memesan untuk membeli barang. Bank memperoleh keuntungan jual beli yang disepakati bersama. Harga jual bank adalah harga beli dari pemasok ditambah keuntungan yang disepakati bersama. Jadi, nasabah mengetahui keuntungan yang diambil oleh bank. Melalui akad *murabahah*, nasabah dapat memenuhi kebutuhannya untuk memperoleh dan memiliki barang yang dibutuhkan tanpa harus menyediakan uang tunai terlebih dahulu. Dengan kata lain nasabah telah memperoleh pembiayaan dari bank untuk pengadaan barang tersebut.[14]

Kemunculan Lembaga Keuangan Syariah memiliki daya Tarik tersendiri pada masyarakat. LKS ASRI dan BMT Istiqomah Karangrejo

---

[12] Jeni Susyanti, *Operasional Keuangan Syariah*, (Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang, 2016), hal. 77

[13] Faturrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hal. 119

[14] Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Azkia Publisher, 2009), hal. 28

merupakan lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah dalam operasionalnya. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti sejauh mana etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin memberikan pengaruh terhadap keputusan menggunakan pembiayaan *murabahah*, untuk lebih meningkatkan kinerja Lembaga Keuangan Syariah. Berdasarkan latar belakang dalam penelitian, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Etika Pemasaran Islam, Pelayanan Prima dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan *Murabahah* Pada LKS ASRI PLosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo"**

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah mengidentifikasi masalah-masalah yang ada berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas. Dari latar belakang memunculkan beberapa masalah-masalah yang sedang dihadapi berdasarkan fenomena yang ada. Masalah-masalah tersebut antara lain:

1. Dalam keputusan menggunakan pembiayaan *murabahah* pada LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo didasarkan dari beberapa pertimbangan diantaranya etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin.
2. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pembiayaan *murabahah* pada LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo.

3. Menurunnya jumlah anggota pembiayaan *murabahah* pada LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah etika pemasaran Islam berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada LKS ASRI Plosokandang?
2. Apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada LKS ASRI Plosokandang?
3. Apakah tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada LKS ASRI Plosokandang?
4. Apakah etika pemasaran islam, pelayanan prima dan tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada LKS ASRI Plosokandang?
5. Apakah etika pemasaran Islam berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada BMT Istiqomah Karangrejo?
6. Apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada BMT Istiqomah Karangrejo?

7. Apakah tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada BMT Istiqomah Karangrejo?
8. Apakah etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada BMT Istiqomah Karangrejo?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji etika pemasaran Islam berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada LKS ASRI Plosokandang.
2. Untuk menguji pelayanan prima berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada LKS ASRI Plosokandang.
3. Untuk menguji tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada LKS ASRI Plosokandang.
4. Untuk menguji etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah pada LKS ASRI Plosokandang.

5. Untuk menguji etika pemasaran Islam berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada BMT Istiqomah Karangrejo.
6. Untuk menguji pelayanan prima berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada BMT Istiqomah Karangrejo.
7. Untuk menguji tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada BMT Istiqomah Karangrejo.
8. Untuk menguji etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Istiqomah Karangrejo.

E. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, hasil yang akan dicapai diharapkan dapat membawa manfaat antara lain:

1. Secara Teoritis

   Sebagai sumbangan pemikiran berupa wacana terkait dengan pengaruh etika pemasaran islam, pelayanan prima dan tingkat margin terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo.

2. Secara Praktis
   a. Bagi akademis: penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan literatur guna pengembangan ilmu Ekonomi Islam.
   b. Bagi lembaga keuangan syariah: penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana informasi yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh etika pemasaran islam, pelayanan prima dan tingkat margin terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *murabahah* pada LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo.
   c. Bagi peneliti selanjutnya: penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian dengan tema yang berkaitan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah

Dengan berbagai keterbatasan, maka dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup dan pembahasan agar lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok pembahasan. Adapun ruang lingkup dalam skripsi ini, yakni (1) tiga variable bebas yaitu etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin, (2) satu buah variable terikat yakni keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah*. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah yang menggunakan jasa produk pembiayaan *murabahah* di LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari adanya kerancuan atau kesalahan pemahaman dalam menafsirkan istilah. Maka peneliti perlu menegaskan beberapa istilah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Etika pemasaran Islam adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip *muamalah* (bisnis) dalam Islam.[15]

b. Pelayanan prima adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan.[16]

c. Tingkat margin adalah presentase yang ditetapkan pada kebijakan *pricing* pinjaman yang terutama ditujukan untuk memperoleh ROA (*Return On Assets*) yang ditargetkan.[17] Margin adalah tingkat selisih atau kenaikan nilai dari asset yang mengalami peningkatan nilai dari biaya produksi dan harga jual.

d. Keputusan adalah sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa.[18]

---

[15] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Penerbit Mizan, 2008), hal. 25-27

[16] Kasmir, *Customer Services Excellent*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hal. 240

[17] Bambang Djinarto, *Banking Aset Liability Management Perencanaan, Strategi Pengawasan dan Pengelolaan Dana*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 45

[18] Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 2

e. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa Bank, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa Bank untuk melakukan transaksi keuangan (*walk-in customer*).[19]

f. Pembiayaan adalah aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang akan diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana.[20]

g. *Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal (harga perolehan) dengan tambahan keuntungan (margin) yang disepakati oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli).[21]

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian, yaitu seberapa besar pengaruh etika pemasaran Islam, pelayanan prima dan tingkat margin terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* pada LKS ASRI Plosokandang dan BMT Istiqomah Karangrejo.

---

[19] Abdul Ghofur Anshori, *Tanya Jawab Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2008), hal. 28

[20] Ismail, *Perbankan Syariah* Edisi Pertama, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 105

[21] Fitri Nurhartanti dan Ika Saniyati Rahmaniyah, *Koperasi Syariah*, (Surakarta: PT Era Adicitra Intermedia, 2012), hal. 41

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini disajikan dalam enam bab dan setiap bab terbagi dalam beberapa sub bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

pada bab ini terdiri dari (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) penegasan istilah, (h) sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdiri dari (a) deskripsi teori, (b) kajian penelitian terdahulu, (c) kerangka konseptual, (d) hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variable dan skala pengukurannya, (d) teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, (e) analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari (a) gambaran umum objek penelitian, (b) deskripsi variable, (c) karakteristik responden, (d) analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB V : PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang pembahasan hasil penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari (a) kesimpulan, (b) saran. Bagian akhir, terdiri dari (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, (d) daftar riwayat hidup.