

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pendapatan Nasabah

Pendapatan dalam ilmu ekonomi teoritis adalah hasil yang diterima, baik berupa uang maupun lainnya atas penggunaan kekayaan (jasa manusia).⁹ Dijelaskan pula bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Selain itu pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.¹⁰

Dijelaskan pula oleh Djojohadikusumo Sumitro, bahwa Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.¹¹

Pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi dua bagian, yaitu:

1. Pendapatan permanen (*permanent income*) adalah pendapatan yang selalu diterima pada setiap periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya, misalnya pendapatan dari gaji atau upah. Pendapatan ini juga merupakan pendapatan yang diperoleh dari semua faktor yang menentukan kekayaan

⁹Ahmad Hasan Ridwan, *BMT dan Bank Islam*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), hal. 33.

¹⁰<http://khairilanwarsemsi.blogspot.com...>

¹¹Djojohadikusumo Sumitro, *Sejarah Pemikiran Ekonomi*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1990), hal. 25.

seseorang (yang menciptakan kekayaan).

2. Pendapatan sementara (*transitory income*) adalah pendapatan yang tidak bisa diperkirakan.¹²

Pengertian yang dijelaskan oleh Winardi tentang pendapatan merupakan pendapatan tingkat hidup yang dapat dinikmati oleh individu dimasyarakat, dan juga pendapatan masyarakat yang nantinya akan digunakan untuk mengembalikan pinjaman bagi yang melakukan pinjaman. Pendapatan masyarakat tersebut sebagai sumber penghasilan dari berbagai macam jenis pekerjaan, seperti pegawai negeri, wiraswasta, petani, pengusaha, pengrajin dan seniman.¹³ Pada umumnya pengaruh pendapatan terhadap permintaan adalah positif dalam arti bahwa kenaikan pendapatan akan menaikkan permintaan. Hal ini terjadi apabila barang tersebut merupakan barang superior atau normal, ini seperti efek selera dan efek banyaknya pembeli yang mempunyai efek positif. Begitu sebaliknya pada kasus barang inferior, maka kenaikan pendapatan justru menurunkan pendapatan.¹⁴ Konsumen selalu berusaha untuk dapat memenuhi segala kebutuhannya dengan cara melakukan usaha tambahan agar dapat membantu menambah pendapatannya. Berbagai cara dilakukan masyarakat mulai dari investasi sederhana sampai dengan investasi bermodal besar. Sehingga dampaknya pada sektor moneter adalah permohonan modal usaha dan investasi akhirnya semakin tinggi, maka permohonan modal tersebut, akan mengarah kepada permohonan pembiayaan ke

¹²Mangkoesebroto Guritno dan Algifari, *Teori Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: STIE YPKN, 1998), hal. 72.

¹³Winardi, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Gahlia Indonesia, 2001), hal 56.

¹⁴Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran*, (Malang: UMM, 2004), hal 47.

lembaga keuangan syariah yang semakin meningkat.

Penjelasan yang lebih rinci dari pendapatan adalah penerimaan tingkat hidup dalam satuan rupiah yang dapat dinikmati seorang individu atau keluarga yang didasarkan atas penghasilannya atau sumber-sumber pendapatan lain. Pendapatan nasabah yang digunakan untuk mengembalikan pembiayaan, harus jelas dan riil.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan adalah:

1. Kesempatan kerja yang tersedia, semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.
2. Jenis pekerjaan, terdapat banyak jenis pekerjaan yang dapat dipilih seseorang dalam melakukan pekerjaannya untuk mendapatkan penghasilan.
3. Kecakapan dan keahlian, dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.
4. Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh. Selain itu juga lokasi bekerja yang dekat dengan tempat tinggal dan kota, akan membuat seseorang lebih semangat untuk bekerja.
5. Keuletan kerja, pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat

menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meneliti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.

6. Banyak sedikitnya modal yang digunakan, besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan. Suatu usaha yang besar akan dapat memberikan peluang yang besar pula terhadap pendapatan yang akan diperoleh.¹⁵

B. Pengertian Tingkat Margin

Pengertian tingkat margin menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil dan Menengah tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, “Margin adalah keuntungan yang diperoleh koperasi atas hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya”.¹⁶

Penjelasan lain tentang margin dalam menentukan jangka waktu pembiayaan adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun, perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan margin secara bulanan maka ditetapkan 12 bulan. Pada umumnya, nasabah melakukan pembayaran secara angsuran.¹⁷ Dalam menetapkan margin yang berdampak pada keuntungan, bank erat kaitannya dengan harga yang terbentuk dalam pembiayaan yang dilakukan.

Nilai waktu dari uang dilakukan dalam transaksi pembiayaan perbankan Islam, yakni dalam transaksi perdagangan dan persewaan yang

¹⁵Ratna Sukmayanti, dkk, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta: PT Galaxy Puspa Mega, 2008), hal. 117.

¹⁶Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, .No: 91/Kep/M.KUKM I/IX/2004, *Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah*, 2004.

¹⁷Adiwarman Karim, *BankIslam.....*, hal. 280.

sifatnya *fixed rate* (bersifat tetap) dan *low risk* (risiko rendah). Artinya keuntungan bersifat pasti sehingga risiko pembiayaan menjadi rendah. Hal inilah yang menjadikan praktik pembiayaan dengan akad jual beli relative dominan.

Dalam konteks akad jual beli, bank sebagai penjual boleh menetapkan harga berapapun yang dikehendaki. Saeed mengutip dari Rafiq al-Mishri mengatakan bahwa:

Penjual pada prinsipnya bebas menetapkan harga barang-barangnya. Jika harga-harga ini terlalu tinggi, pembeli boleh memilih untuk tidak membelinya atau mencari penggantinya, atau penjual lain boleh masuk ke pasar untuk menciptakan keseimbangan harga.¹⁸

Namun demikian bank syariah dalam menjaga fungsi intermediasi, tidak hanya berfikir untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi melainkan bagaimana fungsi intermediasi berjalan lancar, karena sangat terkait dengan keluar masuknya nasabah di bank syariah. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan margin dan bagi hasil di bank syariah antara lain:

a. Komposisi Pendanaan

Bagi bank syariah yang pendanaannya sebagian besar diperoleh dari dana giro dan tabungan, yang nisbah nasabah tidak setinggi deposito (bahwa bonus atau *athaya* untuk giro cukup rendah karena diserahkan sepenuhnya pada kebijakan bank syariah), maka penentuan keuntungan (margin atau bagi hasil bagi bank) akan lebih kompetitif.

¹⁸Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2014), hal. 156.

b. Tingkat Persaingan

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

c. Risiko Pembiayaan

Pada pembiayaan pada sektor yang berisiko tinggi, bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi dibanding yang berisiko sedang.

d. Jenis Nasabah

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

e. Kondisi Perekonomian

Siklus ekonomi meliputi kondisi: revival, boom atau peakpuncak, resesi¹⁹ dan depresi. Jika perekonomian secara umum berada pada dua kondisi pertama, di mana usaha berjalan lancar, maka bank dapat mengambil kebijakan pengambilan keuntungan yang lebih longgar. Namun pada kondisi lainnya (resesi dan depresi) bank tidak merugipun sudah bagus keuntungan sangat tipis.

¹⁹Resesi adalah kondisi ketika produk domestik bruto (GDP) menurun atau ketika pertumbuhan ekonomi riil bernilai negative selama dua kuartal atau lebih dalam satu tahun. Resesi dapat mengakibatkan penurunan secara simultan pada seluruh aktivitas ekonomi seperti lapangan kerja, investasi, dan keuntungan perusahaan. Resesi sering diasosiasikan dengan turunnya harga-harga (deflasi), atau, kebalikannya, meningkatnya harga-harga secara tajam (inflasi) dalam proses yang dikenal sebagai stagflasi. Resesi ekonomi yang berlangsung lama disebut depresi ekonomi. Penurunan drastic tingkat ekonomi (biasanya akibat depresi parah, atau akibat hiperinflasi) disebut kebangkrutan ekonomi (ekonomi collapse).

f. Tingkat Keuntungan yang Diharapkan Bank

Secara kondisional, hal ini (spread bank) terkait dengan masalah keadaan perekonomian pada umumnya dan juga risiko atas suatu sektor pembiayaan, atau pembiayaan terhadap debitur. Namun demikian, apapun kondisinya serta siapapun debiturnya, bank dalam operasionalnya, setiap tahun tertentu telah menetapkan berapa besar keuntungan inilah yang akan berpengaruh pada kebijakan penentuan besarnya margin ataupun nisbah bagi hasil untuk bank.²⁰

Pada bagian akhir BMT melakukan perhitungan berdasarkan rumus harga jual sebagai alat ukur atau sandaran menentukan harga. Namun kompetisi harga di pasaran menjadi hal penting bagi BMT sehingga membutuhkan strategi khusus. Sebenarnya perlu diperhatikan bahwa BMT tidak menetapkan harga jual bagi anggota pemilik dana namun hanya melakukan perkiraan biaya dana sehingga harga jual menjadi fleksibel dan bersaing. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan tingkat margin, yakni:

1) Faktor Negosiasi

Mekanisme menentukan harga jual dan profit margin dalam transaksi murabahah BMT membeli produk dari vendor (tempat penjualan produk) dengan memberikan pembayaran. Agar tidak terlibat dalam penerimaan kiriman barang dan agar tidak perlu repot mengatur penyimpanan produk itu, seringkali BMT menunjuk nasabah sebagai agen

²⁰Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan...*, hal. 156-159.

untuk menerima kiriman atas nama BMT. Karena BMT masih merupakan pemilik dari produk tersebut, dalam perjanjian transaksi murabahah yang dilakukan antara BMT dan nasabah menyebutkan keuntungan profit yang di bebaskan serta beberapa detail relevan lain (negosiasi margin keuntungan, harga jual dan periode angsuran). Perjanjian tersebut diakhiri dengan kesepakatan cara membayar yaitu dengan tunai atau melalui cicilan.

2) Faktor Positif dan Negatif

Persepsi (pandangan) masyarakat yang mengatakan bahwa penentuan harga jual dan margin antara BMT Istiqomah dan konvensional tidak ada bedanya, bahkan terkadang harga jual yang diberikan BMT Istiqomah lebih mahal dari pada konvensional. Padahal nasabah ingin mendapatkan keringanan dengan bertransaksi kepada BMT Istiqomah. Akan tetapi nasabah malah mendapatkan beban harga yang lebih tinggi dari pada mereka bertransaksi dengan bank konvensional.²¹

3) Faktor Kondisi

Faktor yang mempengaruhi harga jual dan profit margin yang ada di BMT. Terkait dengan jangka waktu, penggunaan dana dan kondisi nasabah. Sehingga faktor tersebut sulit untuk dihindari bahkan tidak dapat dihindari karena faktor yang telah disebutkan sangat erat kaitannya dalam menentukan harga jual dan *profit margin*.²²

²¹Agus Priyono, *Mekanisme Penentuan Harga Jual dan Profit Margin Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Cabang Bago Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi tidak Diterbitkan, 2012), hal. 100.

²²*Ibid.*, hal. 109.

C. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan adalah aktivitas menyalurkan dana yang terkumpul kepada anggota pengguna dana, memilih jenis usaha yang akan dibiayai agar diperoleh jenis usaha yang produktif, menguntungkan dan dikelola oleh anggota yang jujur dan bertanggung jawab”.²³

Sementara itu, Keputusan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah No:91/Kep/M.KUKMI/IX/2004 tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah Pembiayaan adalah kegiatan penyediaan dana untuk investasi atau kerjasama permodalan antar koperasi dengan anggota, calon anggotanya, yang mewajibkan penerima pembiayaan itu untuk melunasi pokok pembiayaan yang diterima kepada pihak koperasi sesuai akad disertai pembayaran sejumlah bagian dari pendapatan atau laba dari kegiatan yang dibiayai atau penggunaan dana pembiayaan tersebut.²⁴

Secara umum, skema besar pembiayaan dapat dibagi menjadi dua bagian besar, antara lain:

1. Pembiayaan konsumtif, yakni pembiayaan yang diberikan untuk pembelian ataupun pengadaan barang tertentu yang tidak digunakan untuk tujuan usaha.
2. Pembiayaan produktif, yakni pembiayaan yang diberikan untuk kebutuhan usaha. Pembiayaan produktif terbagi menjadi dua yakni: Pembiayaan

²³Ahmad Sumiyanto, *BMT menuju Koperasi Modern*, (Yogyakarta: ISES Publishing, 2008), hal. 165.

²⁴Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, No: 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004, *Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah*, 2004.

investasi dan pembiayaan modal kerja.

Perbedaan perlakuan antara pembiayaan konsumtif dan produktif terletak pada metode pendekatan analisisnya. Pada pembiayaan konsumtif fokus analisa dilakukan pada kemampuan financial pribadi dalam mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya seperti gaji. Sedangkan pada pembiayaan produktif, fokus analisa diarahkan pada kemampuan financial usaha untuk melunasi pembiayaan yang telah diterimanya.²⁵

a. Jenis-jenis Pembiayaan

Pembiayaan syariah dapat digolongkan menjadi enam pembiayaan yaitu :

- 1) Pembiayaan modal kerja syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip syariah. Jangka waktu pembiayaan modal maksimum satu tahun dan dapat diperpanjang sesuai kebutuhan.
- 2) Pembiayaan investasi syariah adalah penanaman dana dengan maksud memperoleh imbalan, manfaat, dan keuntungan dikemudian hari.
- 3) Pembiayaan konsumtif syariah adalah jenis pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha umumnya bersifat perorangan.
- 4) Pembiayaan sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk obyek pembiayaan tertentu.
- 5) Pembiayaan berdasarkan *take over* adalah membantu masyarakat untuk mengalihkan transaksi nonsyariah yang telah berjalan menjadi

²⁵Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi...*, hal. 61.

transaksi yang sesuai dengan syariah.

- 6) Pembiayaan *letter of credit* Pembiayaan *letter of credit* adalah pembiayaan yang diberikan dalam rangka memfasilitasi transaksi impor atau ekspor asabah.²⁶

b. Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Pembiayaan

Ada empat hal yang berpengaruh dalam pembiayaan antara lain :

1. Simpanan adalah seluruh dana yang dihasilkan dari produk penghimpunan dana pada perbankan syariah, seperti giro *wadiah*, tabungan *wadiah*, dan tabungan atau deposito *mudharabah*. Dalam hal ini, dinyatakan bahwa semakin besar sumber dana yang adadi bank semakin besar pula bank dapat menyalurkan pembiayaan.
2. Modal bank adalah aspek yang penting bagi unit bisnis bank. Sebab beroperasi tidaknya atau dipercaya tidaknya suatu bank dipengaruhi oleh kondisi kecukupan modalnya. Salah satu sumber pembiayaan adalah modal sendiri, sehingga asemakin besar sumber dana yang ada maka dapat menyalurkan pembiayaan dalam batas maksimum.
3. *Not Performing Loan* (NPL) merupakan pembiayaan yang buruk yaitu pembiayaan yang tidak tertagih. Besarnya NPL mencerminkan tingkat pengendalian biaya dan kebijakan pembiayaan yang dijalankan oleh bank, sehingga semakin rendah NPL maka akan semakin kecil jumlah pembiayaan yang disalurkan oleh bank dan sebaliknya.

²⁶Adiwarman Karim, *BankIslam...*, hal. 231.

4. Persentase bagi hasil (Margin) Penetapan presentase bagi hasil ini didasarkan pada tingkat margin keuntungan yang diperkirakan. Semakin rendah tingkat margin yang diambil oleh bank maka semakin besar pembiayaan yang diminta masyarakat dan akan semakin besar pula pembiayaan yang dapat disalurkan oleh bank.²⁷

D. Pengertian Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan *al-Murabahah* secara bahasa adalah jual beli barang pada harga semula dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Menurut istilah teknis perbankan syariah murabahah ini diartikan sebagai suatu perjanjian yang disepakati antara bank syariah dengan nasabah, di mana bank menyediakan pembiayaan untuk pembelian bahan baku atau modal kerja lainya yang dibutuhkan nasabah, yang akan dibayar kembali oleh nasabah sebesar harga jual bank = (harga beli bank + margin margin keuntungan) pada waktu Yang ditetapkan. Kebutuhan modal kerja usaha perdagangan untuk membiayai barang dagangan dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola jual beli dengan akad murabahah. Dengan berjual beli, kebutuhan modal pedagang terpenuhi dengan harga tetap, sementara bank syariah mendapat keuntungan margin tetap dengan meminimalkan risiko.²⁸

Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan

²⁷Pratin dan Akhyar Adnan, *Analisis Hubungan, Modal Sendiri, NPL, Prosentase Bagi Hasil dan Markup Keuntungan Terhadap Pembiayaan Pada Perbankan Syariah Studi Kasus pada Bank Muamalat Indonesia*, (Sinergi: Kajian Bisnis dan Manajemen, 2005), hal. 35-37.

²⁸Ascarya, *Akad dan Produk...*, hal. 125.

pembeli”.²⁹ Sebagaimana fatwa Dewan Syari’ah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI), karakteristik pembiayaan murabahah berbeda dengan kredit yang terjadi pada perbankan konvensional. Diantaranya harga jual kredit kepada konsumen pada perbankan konvensional memakai tingkat bunga yang tergantung situasi pasar, sedangkan pada pembiayaan murabahah, margin atau tingkat keuntungan murabahah (bila sudah terjadi ijab kabul) bersifat tetap, sehingga harga jual tidak boleh berubah.

Ciri-ciri dasar kontrak murabahah adalah :

1. Si pembeli harus memiliki pengetahuan tentang biaya-biaya terkait dan tentang harga hasil barang, dan batas laba (mark-up) harus ditetapkan dalam bentuk nominal atau presentase dari total harga plus biaya-biayanya.
2. Apa yang dijual adalah barang atau komoditas dan dibayar dengan uang.
3. Apa yang diperjual-belikan harus ada dan dimiliki oleh si penjual dan si penjual harus mampu menyerahkan barang itu kepada si pembeli.
4. Pembayaran ditangguhkan.³⁰

Dalam jual beli secara umum, mekanisme pembayaran secara tunai, dengan mekanisme murabahah, jual beli menjadi bersifat tangguh dalam pembayaran, serta penjual dapat mengambil tambahan keuntungan dari barang yang dibeli.

Bai’ al-Murabahah ini muncul karena bank tidak memiliki barang yang diinginkan oleh pembeli, sehingga bank melakukan transaksi pembelian atas barang yang diinginkan kepada pihak lainnya yang disebut sebagai supplier.


²⁹Ascarya, *Akad dan Produk...*, hal. 113.

³⁰Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan...*, hal. 223-225.

Dengan demikian, bank bertindak selaku penjual disatu sisi, dan disisi lain bertindak selaku pembeli. Kemudian bank akan menjualnya kembali kepada pembeli dengan harga yang disesuaikan yakni harga beli ditambah margin (ribhun) yang disepakati.

Permasalahan yang biasanya muncul adalah kemampuan membayar pembeli atau nasabah. Kebanyakan pembeli di pasar untuk obyek dengan nilai yang besar membutuhkan bantuan bank berupa pembayaran tangguh atau cicilan. Untuk itulah kemudian murabahah berkembang sehingga sistem pembayarannya dapat dilakukan secara tunai, cicilan ataupun tangguhan.³¹

Firman Allah Swt. yang berbunyi:


 وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (Q.S. Al-Baqarah: 275).³²

Pembiayaan murabahah juga didasarkan pada kewajiban membantu seseorang kepada yang lainnya dalam bermuamalah secara umum dengan cara transaksi secara tangguh.³³

³¹Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, hal. 61-62.

³²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, hal. 36.

³³Ahmad Dahlan, *Bank syariah Teoritik, Praktik dan Kritis*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hal. 190-191.

Firman Allah Swt. yang berbunyi:

وَإِنْ كَانَتْ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۚ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ ۖ إِنْ كُنْتُمْ

تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan” (QS. Al-Baqarah (2) ayat 280).³⁴

Untuk terjadi transaksi perlu ada kesepakatan harga jual, syarat-syarat pembayaran antara bank dengan pembeli. Harga jual dicantumkan dalam akad, sehingga tidak dapat diubah oleh masing-masing pihak sampai masa akad berakhir. Pembiayaan Murabahah ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan customer terhadap barang tertentu karena tidak memiliki uang dalam jumlah besar atau karena tidak ingin dibeli secara tunai. Di sini penjual berkewajiban memberitahu harga pokok barang yang dibeli dan menentukan tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Dengan sistem ini customer dapat memenuhi kebutuhannya terhadap suatu barang tertentu sesuai kebutuhan. Praktikanya bank membelikan barang yang dibutuhkan customer dengan harga tertentu sesuai dengan kesepakatan, dan di sini bank mengambil inisiatif untuk menetapkan harga jual.³⁵

Dijelaskan pula mengenai murabahah menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, bahwa *Murabahah* adalah tagihan

³⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, hal. 37.

³⁵Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hal 760-761.

atas transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati pihak penjual (koperasi) dan pembeli (anggota, calon anggota, koperasi-koperasi lain dan atau anggotanya) atas transaksi jual beli tersebut, yang mewajibkan anggota untuk melunasi kewajibannya sesuai jangka waktu tertentu disertai dengan pembayaran imbalan berupa margin keuntungan yang disepakati dimuka sesuai akad.³⁶ Contoh: harga rumah, 500 juta, margin (keuntungan) bank 100 juta, maka yang dibayar nasabah peminjam ialah 600 juta dan diangsur selama waktu yang disepakati di awal antara bank dan nasabah.³⁷

Pembiayaan dengan prinsip murabahah memiliki manfaat diantaranya: adanya keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dan harga jual kepada nasabah, bentuk pembiayaannya sederhana sehingga memudahkan administrasi di bank syariah.

Risiko yang mungkin timbul dari pembiayaan murabahah:

1. Kelalaian nasabah yang sengaja tidak membayar angsuran.
2. Fluktuasi harga barang komparatif, bank tidak lagi bisa merubah harga setelah barang dibeli oleh bank.
3. Adanya kemungkinan penolakan terhadap barang yang dikirim oleh bank terhadap nasabah, sehingga perlu dilindungi dengan asuransi.
4. Kemungkinan penipuan yang dilakukan nasabah karena memberikan

³⁶Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah No: 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004.

³⁷Ingrid Tan, *Bisnis dan Investasi Sistem Syariah*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009), hal. 68.

pinjamannya kepada orang lain yang tidak sesuai akad.³⁸

a. Murabahah dalam Sistem Perbankan Syariah

Bank-bank Islam mengambil murabahah untuk memberikan pembiayaan jangka pendek kepada kliennya untuk membeli barang walaupun klien tersebut mungkin tidak memiliki uang tunai untuk membayar. Murabahah, sebagaimana digunakan dalam perbankan Islam, ditemukan terutama berdasarkan dua unsur: harga membeli dan biaya yang terkait, dan kesepakatan berdasarkan mark-up (kuntungan).

Adapun kelebihan kontrak murabahah (pembayaran yang ditunda) adalah sebagai berikut: (i) pembeli mengetahui semua biaya yang semestinya serta mengetahui harga pokok barang dan keuntungan yang diartikan sebagai prosentase harga keseluruhan dan ditambah biaya-biaya; ii) subyek penjualan adalah barang atau komoditas; iii) subyek penjualan hendaknya memiliki penjual dan dimiliki olehnya dan ia seharusnya mampu mengirimkannya kepada pembeli; dan iv) pembayaran yang ditunda. Murabahah sebagaimana diyakini di sini, diterapkan pada setiap pembiayaan di mana ada komoditas yang dapat diidentifikasi untuk dijual.

Bank-bank Islam pada umumnya menggunakan murabahah sebagai metode utama pembiayaan, yang merupakan hampir tujuh puluh lima persen dari assetnya. Murabahah sebagai penjualan pembayaran tertunda, dapat (i) melawan harga tunai, menghindari mark-up berkenaan dengan

³⁸Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan...*, hal. 226-227.

waktu yang diperkenankan untuk membayar, (ii) melawan harga tunai, ditambah mark-up berkenaan dengan waktu yang diperkenankan untuk membayar.³⁹

Jadi, murabahah merupakan bentuk penjualan pembayaran yang ditunda dan perjanjian komersial murni, walaupun tidak berdasarkan pada teks al-Qur'an atau as-Sunnah, tetapi dibolehkan dalam hukum Islam. Bank-bank Islam telah menggunakan perjanjian murabahah dalam aktivitas pembiayaan melalui barang-barang dagangan, dan memperluas jaringan dan penggunaannya.⁴⁰

Hadirnya bank Syariah dewasa ini menunjukkan kecenderungan yang semakin baik membangun perekonomian bangsa, hal ini ditandai dengan meningkatnya *share market* bank syariah telah mencapai 2,05%. Produk-produk yang dikeluarkan bank syariah cukup variatif, dan diantaranya yang paling diminati dalam pembiayaan adalah kontrak murabahah 60%.⁴¹

E. Pengertian Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Perspektif pengambilan keputusan menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian”.⁴²

³⁹Abdullah Saeed, *Bank Islam dan Bunga studi Kritis Larangan Riba dan Interpretasi kontemporer Cet. II*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 138-140.

⁴⁰*Ibid.*, hal. 167.

⁴¹Muhammad Aswad, *Diktat Sistem Transaksi Islam*, (STAIN Tulungagung, 2009), hal. 14-15.

⁴²John Mowen C dan Michael Miror, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal. 11.

Seseorang mengambil keputusan pembelian dapat melalui lima tahapan yaitu:

- 1) Pengenalan terhadap kebutuhan konsumen mulai proses pembelian ketika menyadari dan merasakan adanya masalah atau kebutuhan konsumen, merasakan suatu perbedaan antara keadaan yang sekarang dan keadaan yang diinginkan. Kebutuhan ini dapat dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Pada tahap ini, pemasaran harus meneliti konsumen untuk menemukan jenis kebutuhan dan masalah apa yang timbul, apa yang menyebabkan, dan bagaimana masalah itu bisa mengarahkan konsumen pada produk tertentu.
- 2) Pencarian informasi seseorang terdorong oleh kebutuhan akan melakukan proses pembelian lebih lanjut yaitu pencarian informasi mengenai sumber-sumber dan menilainya. Ketika semakin banyak informasi yang diperoleh maka kesadaran konsumen terhadap sebuah produk akan meningkat. Pada tahap ini, konsumen mencari informasi secara aktif mengenai sebuah produk yang diinginkan.
- 3) Evaluasi alternatif konsumen akan menggunakan perhitungan yang cermat dan logis dalam memproses informasi untuk sampai pada pilihannya. Atas dasar tujuan pembelian, alternatif-alternatif pembelian yang telah diidentifikasi akan dinilai dan diseleksi menjadi satu alternatif pembelian yang memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginannya.
- 4) Keputusan pembelian untuk membeli disini merupakan proses pembelian yang nyata. Jadi setelah tahap-tahap sebelumnya dilakukan maka,

konsomen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Konsumen yang memutuskan untuk membeli akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk, merk, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya. Dalam tahap ini, konsumen akan memilih penjual yang terbaik untuk membeli barang.

- 5) Purna atau pasca pembelian setelah memutuskan untuk mengambil suatu produk, proses pembelian tidak berakhir pada saat produk sudah dibeli tetapi berlanjut sampai periode sesudah pembelian. Konsumen akan merasakan suatu kepuasan atau ketidakpuasan setelah membeli suatu barang atau jasa. Konsumen merasa puas dan tidak puas didasarkan pada harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan. Ketika konsumen merasa puas maka akan cenderung menggunakan produk kembali namun jika konsumen tidak puas akan membawa efek pada konflik pasca pembelian. Kepuasan akan menimbulkan pembelian ulang dan sebaliknya ketidakpuasan akan menjauhkan konsumen dengan calon konsumen.

Dengan demikian, Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* merupakan keputusan nasabah pada saat melakukan pengambilan pembiayaan *murabahah* melalui serangkaian langkah-langkah meliputi: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.⁴³

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan, di bawah ini akan dijelaskan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi

⁴³Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran...*, hal. 222-224.

pengambilan keputusan, antara lain:

a) Faktor Pribadi adalah faktor yang unik untuk orang tertentu. Berbagai faktor pribadi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian ada tiga, yaitu:

- 1) Faktor demografi adalah ciri-ciri individual seperti jenis kelamin, usia, ras, suku bangsa, pendapatan, siklus kehidupan keluarga dan pekerjaan.
- 2) Faktor situasional adalah keadaan atau kondisi eksternal yang ada ketika konsumen membuat keputusan pembelian.
- 3) Faktor tingkat keterlibatan, banyak aspek dalam keputusan pembelian konsumen yang dipengaruhi tingkat keterlibatan individual pentingnya produk dan besar minat terhadap produk dalam situasi tertentu.

b) Faktor-faktor Psikologis

Faktor-faktor psikologis yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, antara lain:

- 1) Persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian, dan penginterpretasian masukan informasi untuk menghasilkan makna.
- 2) Motif adalah kekuatan energi internal yang mengharapkan kegiatan seseorang ke arah pemenuhan kebutuhan atau pencapaian sasaran.
- 3) Sikap merujuk pada pengetahuan dan perasaan positif atau negatif terhadap sebuah obyek atau kegiatan tertentu.
- 4) Kemampuan dan pengetahuan. Kemampuan adalah kesanggupan dan efisiensi dalam melakukan tugas-tugas tertentu dalam hal ini ialah

kemampuan seorang individu untuk belajar. Sedangkan pengetahuan merupakan aspek lain dari kemampuan seorang individu dalam hal ini ialah pengenalan akan produk dan keahlian untuk menggunakan produk.

c) Faktor-Faktor Sosial

Faktor-faktor sosial yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, antara lain:

- a) Peran dan pengaruh keluarga, peran merupakan sekelompok tindakan dan kegiatan yang diharapkan untuk dilakukan oleh seseorang dalam posisi tertentu, peran keluarga berkaitan secara langsung dengan keputusan pembelian.
- b) Kelompok referensi adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang.
- c) Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang terbuka untuk para individu yang memiliki tingkat sosial serupa.⁴⁴

F. Hubungan Persepsi Nasabah, Tingkat Margin dan Pengambilan Keputusan

Penjelasan mengenai pendapatan nasabah adalah salah satu faktor psikologis (internal) yang mempengaruhi perilaku konsumen. Pendapatan tidak hanya bergantung dari kedisiplinan, keuletan, melainkan juga etika mereka dalam melakukan pekerjaannya sehari-hari. Sedangkan tingkat margin merupakan keuntungan yang diambil oleh BMT dalam sistem pembiayaan murabahah, dengan ketentuan antara nasabah dan BMT sama-sama mengetahui.

⁴⁴Lutfi Efendi, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah pada Bank Muamalat Malang*, (Skripsi UIN Malang, 2009), hal. 37.

Mengenai hubungan antara pendapatan nasabah dan tingkat margin terhadap pengambilan keputusan, terjadi karena pendapatan diduga dapat mempengaruhi keputusan pengambilan pembiayaan karena pendapatan nasabah terkait dengan kemampuan seseorang dalam mengangsur pembiayaan serta melunasi pembiayaan tersebut. Selain itu juga dapat dijadikan sebagai patokan dalam melakukan negosiasi tingkat margin yang akan ditentukan dalam melakukan pembiayaan. Masyarakat di sekitar BMT Istiqomah masih banyak yang berpenghasilan tidak tetap atau rendah. Mata pencaharian yang ada di daerah Bago Tulungagung beraneka ragam ada yang menjadi pedagang, petani, berwirausaha, buruh, guru honorer, salon dan sebagainya. Dengan pekerjaan yang mereka miliki itu masih sangat kurang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari .

Sehingga mereka membutuhkan tambahan pendapatan dengan cara lain yakni dengan membuka usaha tambahan, di mana modal mereka untuk usaha dapat diambil dengan cara melakukan pembiayaan di BMT Istiqomah unit II Bago Tulungagung dengan sistem pembiayaan murabahah.

Praktik akad murabahah oleh BMT, terlihat bahwa dalam hal penghitungan jumlah margin keuntungan senantiasa mempertimbangkan jangka waktu pembiayaan. Semakin lama jangka waktu pembiayaannya, maka semakin besarlah margin keuntungan yang diminta oleh pihak BMT.⁴⁵

Dapat disimpulkan dari beberapa uraian di atas mengenai pengaruh pendapatan nasabah dan tingkat margin terhadap keputusan pengambilan

⁴⁵Nur Kholis, *Kajian Terhadap Kepatuhan Syariah Dalam Praktik Pembiayaan BMT Sleman*, (Yogyakarta: Jurnal UII Fenomena: Vol. 5, No. 2, 2007), hal. 56.

pembiayaan murabahah yang mempunyai keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Dalam memilih suatu keputusan untuk melakukan pembiayaan yang akan diambil, maka seseorang akan melihat besarnya penghasilan mereka perbulan, sehingga mereka juga bisa menentukan tingkat margin yang ditentukan untuk pembiayaan murabahah. Jika tingkat margin yang ditentukan murah, sistem perhitungan tidak sulit, nasabah pasti akan menentukan keputusannya untuk memilih pembiayaan murabahah.

G. Kajian Penelitian Terdahulu atau Kajian Penelitian yang Relevan

Telah banyak karya-karya yang membahas tentang persepsi nasabah, antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Lutfi Efendi, dengan judul *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah pada Bank Muamalat Malang*.⁴⁶ Hasil penelitian menunjukkan bahwa, faktor-faktor seperti, usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, dan faktor syariah secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan pada Bank Muamalat Malang dan hasil hipotesis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Nur'Atiah, dengan judul *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Nasabah Non Muslim Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang*

⁴⁶Lutfi Efendi, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan...*, hal. 53.

Medan.⁴⁷ Penelitian tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh biaya akad, kecepatan pencairan pembiayaan, dan keuntungan margin terhadap permintaan pembiayaan *murabahah* nasabah non muslim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya akad, kecepatan pencairan pembiayaan, dan keuntungan margin secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pembiayaan *murabahah* nasabah non muslim pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel biaya akad berpengaruh positif akan tetapi tidak signifikan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Joko Lelono, dengan judul *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Lembaga Keuangan Syariah(studi Kasus pada BMT Muamalah Mandiri Baturetno Wonogiri)*.⁴⁸ Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan, pendidikan dan persepsi terhadap pelayanan (variabel independen), secara parsial berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan di BMT Muamalah Mandiri. Nilai r-Square menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap permintaan pembiayaan (variabel dependen).

⁴⁷Nur Ati'ah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Nasabah Non Muslim Terhadap Pembiayaan Murabahah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang* (Skripsi: USU Medan, 2011), hal. 34, diakses pada tanggal 24 Mei 2015.

⁴⁸Joko Lelono Bambang Widoyono, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Lembaga Keuangan Syariah(studi Kasus pada BMT Muamalah Mandiri Baturetno Wonogiri)*, (Skripsi: UNS Surakarta, 2011), hal. 24-25, diakses pada tanggal 1 Juni 2015.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Alima Setiyarini, dengan judul *Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Bumi Sekar Madani*.⁴⁹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah dan margin secara persial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah. Begitu pula pengujian secara simultan (bersama-sama) juga berpengaruh signifikan.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Latifatul Mufidah, dengan judul *Analisis Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah pada Bank Umum Syariah Periode Tahun 2009-2011*.⁵⁰ Hasil analisis uji f menunjukkan bahwa DPK, margin keuntungan, modal sendiri, NPF, SWBI dan suku bunga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap pembiayaan murabahah.

Beberapa penelitian diatas merupakan penelitian yang membahas tentang pendapatan nasabah, tingkat margin, dan pengambilan keputusan. Akaln tetapi tidak semuanya membahas tentang variabel yang sama, misalnya, penelitian dari Lutfi Efendi yang menggunakan faktor-faktor seperti usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pelayanan, dan faktor syariah sebagai variabel bebas, sedangkan untuk variabel terikat sama dengan penelitian ini. Ada pula penelitian yang dilakukan oleh Joko Lelono tentang pendapatan, pendidikan dan persepsi terhadap pelayanan,

⁴⁹Alima Setiyarini, *Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Bumi Sekar Madani*, (Skripsi: UNY Yogyakarta, 2012), hal. 32, diakses pada tanggal 1 Juni 2015.

⁵⁰Latifatul Mufidah, *Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah pada Bank Umum Syariah Periode Tahun 2009-2011*, (Skripsi: UIN Sunan Kali Jaga, 2012), hal. 25, diakses pada tanggal 5 April 2015.

yang berpengaruh terhadap permintaan pembiayaan, sedangkan pada penelitian ini hanya dikhususkan pada penelitian pengaruh pendapatan saja. Selain penelitian itu juga ada penelitian yang dilakukan oleh Latifatul mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi pembiayaan murabahah, dan salah satunya adalah margin (keuntungan). Terakhir penelitian dari Alima setiyarini yang membahas tentang persepsi nasabah dan margin (variabel bebas), keputusan pengambilan pembiayaan murabahah (variabel terikat). Untuk penelitian ini berbeda dengan penelitian Alima pada salah satu variabel bebas yakni tentang pendapatan nasabah.

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan dari beberapa penelitian diatas terdapat beberapa penelitian yang hampir mendekati penelitian ini, yakni penelitian dari Joko Lelono, Alima Setiyarini dan Latifatul. Ketiganya terdapat pembahasan yang sama dengan penelitian ini mengenai pendapatan nasabah dan tingkat margin pada variabel bebasnya. Akan tetapi untuk variabel bebas dari Joko Lelono tidak hanya membahas tentang pendapatan, malinkan juga pendidikan dan persepsi terhadap pelayanan, dan penelitian Alima membahas tentang persepsi nasabah terhadap pembiayaan murabahah, sedangkan penelitian dari Latifatul membahas tentang keseluruhan pembiayaan untuk variabel terikatnya. Jadi terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, karena penelitian ini pembahasannya dikhususkan pada pendapatan nasabah, tingkat margin, dan pengambilan keputusan.

Adapun persamaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama meneliti pengaruh pendapatan nasabah. Persamaan lainnya pada sumber data dan teknik analisis data yang digunakan. Sumber data yang digunakan penelitian ini maupun penelitian sebelumnya adalah data primer, yaitu nasabah di masing-masing BMT yang diteliti. Hasil rata-rata dari penelitian di atas juga menggunakan analisis regresi linier berganda. Akan tetapi ada satu yang berbeda karena menggunakan penelitian kualitatif.

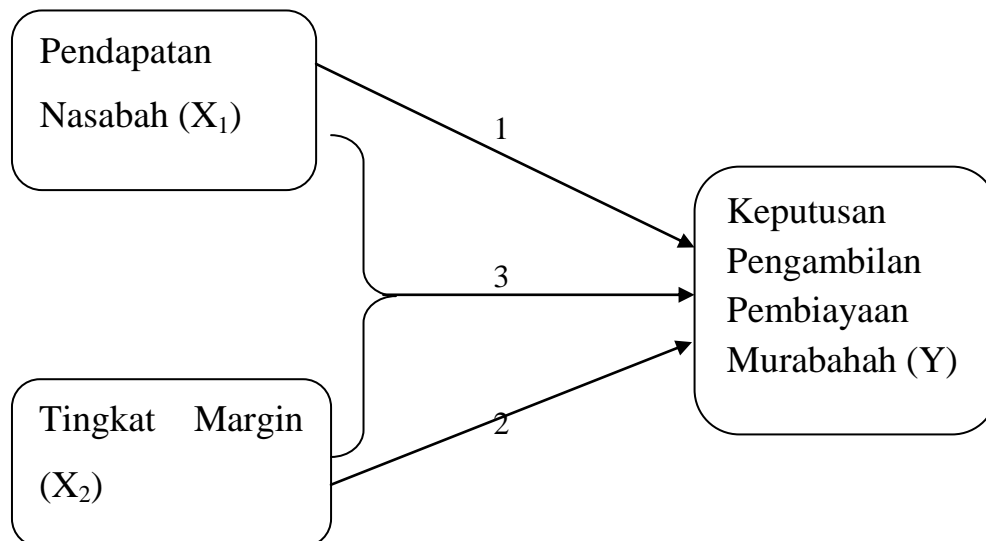
Sedangkan perbedaan dari penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah kompleksitas variabel bebas yang digunakan. Variabel bebas dalam penelitian ini hanya mengacu pada pendapatan nasabah dan tingkat margin, tetapi dalam penelitian sebelumnya variabel bebas yang diteliti lebih beragam: persepsi terhadap layanan, permintaan nasabah non muslim, aspek pendidikan, DPK, NPF dan sebagainya.

H. Kerangka Konseptual

Judul penelitian ini adalah Pengaruh Persepsi Nasabah dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Umit II Bago Tulungagung. Variabel penelitian Persepsi Nasabah (X_1), tingkat margin (X_2), dan keputusan pengambilan pembiayaan murabahah (Y). Rumusan masalahnya 1) apakah persepsi nasabah berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah? 2) apakah tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah? dan 3) apakah persepsi nasabah dan tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan

pengambilan pembiayaan murabahah?. Berikut dikemukakan kerangka berfikir penelitian dengan judul penelitian di atas:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



I. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih dalam rumusan posisi yang dapat diuji secara empiris.⁵¹

Untuk itu dalam penelitian ini adalah:

H1 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pendapatan Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di BMT Istiqomah Unit II Bago Tulungagung.

H2 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Tingkat Margin terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di BMT Istiqomah Unit II Bago Tulungagung.

⁵¹Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 2009), hal. 73.

H3 = Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pendapatan Nasabah dan Tingkat Margin secara bersama-sama terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di BMT Istiqomah Unit II Bago Tulungagung.