

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Minat Nasabah

1. Pengertian Minat

Minat dapat diartikan adalah suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat juga dikatakan dorongan ingin melakukan kegiatan yang tertentu. Dibawah ini terdapat pengertian menurut beberapa para ahli:

Minat sama artinya dengan perhatian, antara minat dan perhatian pada umumnya dianggap sama/tidak ada perbedaan. Memang keduanya hampir sama dalam praktek selalu bergandengan satu sama lain. jika seseorang yang tertuju pada suatu obyek sebenarnya dimulai dengan adanya minat dalam hal tersebut. minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada suatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat". Perhatian yaitu keaktifan jiwa yang diarahkan kepada sesuatu obyek tertentu. Di dalam gejala perhatian, ketiga fungsi tersebut juga ada, tetapi unsur pikiranlah yang terkuat pengaruhnya. Antara minat dan perhatian selalu berhubungan dengan praktek. Apa yang menarik minat kita dapat menyebabkan adanya perhatian dan apa yang menyebabkan adanya perhatian kita terhadap suatu tentu disertai

dengan minat.⁸

Dari pengertian minat menurut Abu Ahmadi adalah suatu perhatian seseorang pribadi yang menimbulkan perasaan yang kuat dari jiwa seseorang yaitu (kognisi, konasi, emosi). Jadi menarik minat dapat menyebabkan adanya perhatian kepada suatu obyek, kemudian timbullah perasaan kuat untuk memilih obyek tersebut. Minat ialah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain ada suatu usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek.⁹

Pengertian minat menurut Abdul Rahman Shalih dan Muhibid Abdul Wahab adalah seseorang memberikan perhatian terhadap orang, aktifitas, situasi yang menjadi objek dengan memahami pada suatu usaha mengetahui secara dalam dan menguasainya. Dari situlah ada suatu daya tarik dan perasaan senang dari objek tersebut. Perbandingan dari kedua pendapat dari para ahli yaitu, pendapat Abu ahmadi minat seseorang dari pengenalan suatu objek, kemauan pada suatu objek dan perasaan pada suatu objek. Sedangkan menurut Abdul Rahman Shalih dan Muhibid Abdul Wahab minat seseorang timbul perasaan senang dengan upaya

⁸ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 2003) hlm 151

⁹ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prefektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm 264

mengetahui dan menguasai seluruhnya yang berhubungan dengan objek tertentu.

Dari pengertian minat dari Abu Ahmadi, Abdul Rahman Shalih Muhibid dan Abdul Wahab, peneliti memilih pendapat dari Abdul Rahman Shalih dan Muhibid Abdul Wahab. Alasannya adalah sebelum minat timbul dan memilih objek tersebut kita harus mengetahui dan memahami melalui pendekatan yang berhubungan dengan objek tersebut layak diminati atau tidak. Sehingga dengan hal itu kita tidak akan salah memilih pada suatu objek.

Jadi, peneliti mengambil kesimpulan bahwa pengertian minat adalah merupakan perasaan suka, senang atau tertarik seseorang kepada suatu hal (objek) yang diikuti dengan tumbuhnya perhatian serta mendorongnya terlibat langsung karena sesuatu hal (objek) tersebut dirasakan akan atau telah memberikan makna, harapan dan kepuasan.

Peneliti mengambil dari pengertian minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada sesuatu, dari dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat. Dari bukunya Abu Ahmadi "Psikologi Umum" yang digunakan sebagai acuan indikator dalam penelitian ini. Berikut ini penjelasan mengenai ketiga indikator yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut:

- a. Kognisi (Gejala pengenalan): Kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan) atau usaha menganalisis sesuatu melalui pengalaman sendiri. Gejala pengenalan di dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan yang melalui akal. Dari pengertian di atas menurut Uswah Wardiana kognisi itu merupakan keyakinan seseorang tentang suatu yang didapatkan dari proses berfikir tentang sesuatu objek tertentu. Proses yang dilakukan adalah memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan melalui aktifitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, dan membayangkan.¹⁰
- b. Emosi (Gejala perasaan): Kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila dihadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya. Emosi dapat diartikan perasaan yang muncul akibat dari rangsangan dari dalam maupun dari luar. Maksudnya suatu perasaan yang dimana mendorong individu untuk merespon atau bertindak terhadap stimulus, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar dirinya.
- c. Konasi (Gejala kemauan): merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan

¹⁰ Uswah Wardiana, *Psikologi Umum*, (Jakarta:PT Bina Ilmu,2004)hlm 58

suatu tujuan. Tujuan adalah titik akhir dari gerakan yang menuju pada suatu arah.¹¹

Menurut Abu Ahmadi pengertian dari konasi atau kemauan dapat disamakan dengan kehendak atau hasrat. Kehendak itu merupakan suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu. Kehendak ini dapat disebutkan kekuatan dari dalam, sedangkan dari luar itu sebagai gerak-gerik.

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Sehingga minat merupakan sikap seseorang yang mempunyai keinginan yang tinggi terhadap sesuatu atau suatu rasa kemauan yang kuat untuk melakukan suatu hal untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Macam-macam minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat tergantung pada sudut pandang dan cara menggolongkannya. minat dapat dibagi menjadi tiga macam yaitu sebagai berikut:¹²

- a. Berdasarkan timbulnya, minat ini dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan

¹¹ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta:PT RINEKA CIPTA, 2003) hlm 113

¹² Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prefektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004),hlm 264-269

tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat social ini adalah minat yang timbul karena proses belajar.

- b. Berdasarkan arahnya, minat ini dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat ini yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat ini yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat ini dapat di bedakan menjadi empat yaitu: a) expressed interest; minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk kenyataan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya, b) manifest interest; minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung, c) tested interest; minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif, dan d) inventoried interest; minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distadarisasikan.

Dari macam-macam minat yang terdapat diatas dapat disimpulkan bahwa minat seseorang terhadap sesuatu tergantung dari cara berfikir atau sudut pandangnya masing-masing. Karena manusia diciptakan dengan kemampuan yang berbeda, jadi cara menentukan minat atau perhatian dari seseorang juga berbeda-beda.

Dapat dilihat dari macam minat berdasarkan timbulnya ada 2 jenis minat, yang pertama minat primitif itu timbul dari jaringan tubuh atau dari dalam diri seseorang tersebut. yang kedua minat kultural yaitu minat yang timbul dari proses belajar maksudnya diberi suatu pendidikan atau pengetahuan sehingga muncul minat dari seseorang tersebut. macam minat berdasarkan arahnya ada 2, yaitu minat intrinsik adalah minat yang langsung timbul ketika melihat suatu kegiatan. Yang kedua minat ekstrinsik adalah minat tujuan akhir dari kegiatan maksudnya segala sesuatu kegiatan pasti ada suatu tujuan tertentu, jadi minat timbul dari tujuan kegiatan itu sendiri. Macam minat berdasarkan mengungkapkannya ada 4, yang pertama ekspres imperest maksudnya seseorang butuh penjelasan subyek dari pihak kegiatan tersebut. jadi dari penjelasan itu dapat diketahui seseorang itu berminat dalam kegiatan tersebut. yang kedua manifest interest maksudnya minat seseorang dapat diketahui jika melihat secara langsung kegiatan tersebut. Yang ketiga tested interest yaitu minat dapat diketahui dari hasil tes obyektif kegiatan itu sendiri. Yang keempat inventoried interest yaitu minat dapat dilihat ketika seseorang mengetahui alat-alat yang digunakan dalam kegiatan tersebut sudah distandarisasi, jadi alat-alat tersebut termasuk benar-benar layak.¹³

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Cukup banyak faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal : bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Sedangkan minat menurut Crow and Crow dalam bukunya Abdul Rahman Saleh berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu: ¹⁴

- a. Dorongan dari dalam diri atau individu, misal dorongan makan, rasa ingin tahu.
- b. Motif sosial, adalah dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

Dari faktor diatas dapat disimpulkan bahwa minat seseorang dipengaruhi oleh diri-sendiri maksudnya dorongan yang timbul untuk melakukan aktivitas atau tindakan tertentu untuk memenuhinya, misalnya dorongan untuk makan menimbulkan minat untuk mencari makan. Minat dipengaruhi oleh faktor sosial

¹⁴ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prefektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm 264

yaitu minat dalam upaya mengembangkan diri dan dalam ilmu pengetahuan, misalnya hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja. Sedangkan minat dari faktor emosional yaitu minat yang erat hubungannya dengan emosi, misalnya kesuksesan seseorang pada suatu aktivitas tersebut menimbulkan perasaan suka atau puas. Sedangkan kegagalan akan menimbulkan perasaan tidak senang dan mengurangi minat seseorang terhadap kegiatan yang bersangkutan.

Karena kepribadian manusia itu bersifat sangat kompleks, maka sering ketiga faktor yang menjadi penyebab timbulnya minat tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan suatu perpaduan dari ketiga faktor tersebut, akhirnya menjadi agak sulit bagi kita untuk menentukan faktor manakah yang menjadi awal penyebab timbulnya suatu minat.

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan dapat diartikan suatu pendanaan yang dapat dikeluarkan untuk membiayai kebutuhan usaha yang telah disepakati oleh suatu pihak kepada pihak lain. dibawah ini terdapat pengertian pembiayaan dari beberapa ahli yaitu: Pembiayaan secara luas berarti financing atau pembelanjaan. Yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah

direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dilakukan oleh orang lain. dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah atau lembaga keuangan syariah kepada anggota. Dalam hal ini arti pembiayaan menjadi sempit dan pasif. Akan tetapi penyempitan ini disebabkan oleh keterbatasan pemahaman para pelaku bisnisnya.

Menurut pendapat dari Muhammad, pembiayaan itu merupakan penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara lembaga dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu yang tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pembiayaan merupakan kegiatan perbankan syariah yang sangat penting dan menjadi penunjang kelangsungan hidup di bank syariah jika dikelola dengan baik.¹⁵

Sedangkan pembiayaan menurut Trisadini dan Abd. Shomad, pembiayaan menjadi salah satu acuan dalam perkembangan suatu lembaga keuangan syariah. Jadi pembiayaan sangat penting bagi kelangsungan hidup lembaga tersebut. Menurut beberapa ahli seperti yang disebutkan diatas, peneliti berpendapat dengan pendapat dari Trisadini dan Abd. Shomad. Alasan peneliti memilih

¹⁵ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta:UPP AMP YKPN,2005) hlm

pendapat dari Trisadini dan Abd. Shomad karena pembiayaan merupakan aktivitas yang sangat penting, dengan pembiayaan akan diperoleh sumber pendapatan utama dan menjadi penunjang kelangsungan usaha lembaga syariah. Dan sebaliknya, bila pengelolaannya tidak baik atau kurang baik akan menimbulkan permasalahan dan berhentinya usaha lembaga tersebut. Jadi, peneliti menarik kesimpulan bahwa pembiayaan merupakan kegiatan penyediaan dana untuk investasi atau kerjasama pemodalan antara lembaga dengan anggota, calon anggota, lembaga lain atau anggotanya yang mewajibkan penerimaan pembiayaan itu digunakan untuk melunasi pokok pembiayaan yang diterima kepada pihak koperasi sesuai akad dengan pembayaran sejumlah bagian hasil dari pendapatan atau laba dari kegiatan yang dibiayai atau penggunaan dana pembiayaan tersebut. Sebagai upaya memperoleh pendapatan yang maksimal mungkin, aktivitas pembiayaan BMT juga menganut azas syariah, yakni dapat berupa bagi hasil, keuntungan maupun jasa manajemen. Upaya ini harus dikendalikan sedemikian rupa sehingga kebutuhan likuiditas dapat terjamin dan tidak banyak dana yang menganggur.¹⁶

2. Tujuan Pembiayaan

Tujuan pembiayaan terdiri dari dua yaitu bersifat makro dan

¹⁶ Trisadinidan Abd.Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2013) jlm 99

mikro. Tujuan makro, antara lain: ¹⁷

1. Peningkatan ekonomi umat, masyarakat yang tidak dapat diakses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
2. Tersedianya dana dari peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh dari pembiayaan. Pihak surplus dana menyalurkan keada pihak yang minus dana.
3. Meningkatkan produktifitas dan memberi peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan daya produksinya. Contoh: membuka lapangan kerja baru.

Sedangkan tujuan yang bersifat mikro antara lain:

1. Memaksimalkan laba.
2. Meminimalisasikan risiko kekurangan modal pada suatu usaha.
3. Pendayagunaan sumber daya ekonomi.
4. Penyaluran yang kelebihan dana dari yang surplus dana ke yang minus dana.¹⁸

Dari tujuan di atas dapat disimpulkan bahwa lembaga harus mendapatkan hasil yang maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup, meminimalisir risiko yang akan timbul, meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi,

¹⁷ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2019),hal. 1

¹⁸ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKNP,2005) hlm 17-18

menyeimbangkan dan menyalurkan kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (surplus) kepada pihak yang kekurangan (minus) dana.

3. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar fungsi pembiayaan di dalam perekonomian, perdagangan dan keuangan dapat dikemukakan sebagai berikut:¹⁹

a. Meningkatkan daya guna uang

Para penabung menyimpan uangnya pada bank dalam bentuk giro, tabungan atau deposito. Uang tersebut didalam presentase yang tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktifitas.

b. Meningkatkan daya guna barang:

1. Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat mengubah bahan mentah menjadi barang jadi, sehingga utility dari barang tersebut meningkat, misalnya benang menjadi tekstil.

2. Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat.

c. Meningkatkan peredaran uang: Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening-rekening Koran pengusahamenciptakan

¹⁹ Rifai, dan Veithzal, *Islamic Finansial Management*, (Jakarta: PT Raja Persada, 2006) hlm 8

pertambahan uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet, giro, weseldan sebagainya.

- d. Menimbulkan kegairahan usaha Setiap manusia adalah makhluk yang selalu melakukan kegiatan ekonomi yaitu berusaha memenuhi kebutuhannya. Karena itulah para pengusaha maupun masyarakat berhubungan dengan Lembaga-lembaga keuangan untuk memperoleh bantuan pembiayaan yang kemudian digunakan untuk memperbesar volume usahadan produktivitasnya.
- e. Stabilitas Ekonomi Dalam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilitas pada dasarnya diarahkan pada usaha-usaha untuk antara lain;
 1. Pengendalian inflasi
 2. Peningkatan ekspor
 3. Rehabilitas prasarana
 4. Pemenuhan-pemenuhan kebutuhan pokok rakyat menekan arus inflasi dan terlebih-lebih lagi untuk usaha pembangunan ekonomi maka pembiayaan bank memegang peranan yang penting.
- f. Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional Para usahawan yang memperoleh pembiayaan tentu saja berusaha meningkatkan usahanya. Meningkatkan usaha berarti peningkatan profit.

Dari fungsi di atas bisa dikatakan bahwa, masyarakat yang memiliki uang lebih dan dititipkan di bank maka uang tersebut akan dimanfaatkan oleh orang lain untuk usaha, sehingga mendapatkan hasil. Hasil tersebut yang kemudian akan diberikan sesuai proporsi dan nisbah yang ditentukan kepada nasabah menyimpan dana dan juga bank sebagai pengelola. Selain itu dengan keuntungan yang dimiliki oleh bank maka bank akan bisa memberikan pembiayaan cuma-cuma kepada yang membutuhkan karena terbatasnya sarana dan prasarana yang dimiliki untuk meningkatkan perekonomiannya. Hal itulah menjadikan perekonomian menjadi tumbuh dan berkembang.

C. Murabahah

1. Pengertian Murabahah

Untuk memahami akad jual beli murabahah sebenarnya relatif mudah. Terlebih murabahah tergolong akad yang cukup sederhana dibandingkan akad-akad ekonomi syariah lainnya. Sebelum mengetahui lebih lanjut mengenai akad murabahah, terlebih dulu mengetahui pengertian dari murabahah. Dibawah ini terdapat pengertian murabahah menurut para ahli yaitu: ²⁰

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

²⁰ Muhammad Syaffi i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 101

oleh penjual dan pembeli.

Karena dalam definisinya disebut ialah adanya “keuntungan yang di sepakati” oleh karakteristik murabahah adalah si penjual harus memberi tahu pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut.²¹

Murabahah berasal dari kata ribbu (keuntungan), yaitu prinsip bai’ (jual beli), dimana harga jualnya terdiri atas harga pokok barang ditambah nilai keuntungan (ribbun) yang disepakati.

Menurut Ardian Sutedi pengertian murabahah merupakan prinsip jual beli, dimana besaran harga yang dikenakan atau dibebankan kepada konsumen terdiri atas HPP (biaya yang muncul dari barang yang diproduksi dan dijual dalam kegiatan usaha) ditambah dengan nilai keuntungan yang disepakati antara pihak satu dengan pihak lain.

Pembiayaan murabahah adalah pembiayaan yang diberikan kepada anggota dalam rangka pemenuhan kebutuhan produksi (inventory). Pembiayaan murabahah mirip dengan kredit dengan modal kerja yang biasa diberikan oleh bank bank konvensional, dan karenanya pembiayaan murabahah berjangka waktu di bawah 1 tahun (short run financing).

Sedangkan menurut Karnaen perwataatmadja dan muhammad

²¹ Adiwarmarman Karim, *Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004) hlm 113

syafe'i Antonio, murabahah merupakan suatu pembiayaan yang diberikan kepada anggota atau masyarakat yang ingin menjadi anggota dan melakukan pembiayaan hanya untuk pemenuhan kebutuhan usaha mereka atau kebutuhan produksi.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, peneliti memilih pendapat dari Karnaen perwataatmadja dan muhammad syafe'i Antonio. Alasannya, dengan menyediakan pembiayaan murabahah para anggota atau masyarakat lain bisa memenuhi perekonomian mereka yang berkurang. Dengan adanya pembiayaan murabahah para anggota dapat mengembangkan usahanya serta terpenuhi perekonomiannya. Dari pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa murabahah adalah merupakan jual beli dengan kesepakatan pemberian keuntungan bagi si penjual dengan memperhatikan dan memperhitungkannya dari modal awal si penjual. Dalam hal ini menjadi unsur utama jual beli murabahah itu adalah adanya kesepakatan terhadap keuntungan. Keuntungan ditetapkan dan disepakati dengan memperhatikan modal si penjual. Keterbukaan dan kejujuran menjadi salah satu syarat utama terjadinya murabahah yang sesungguhnya. Sehingga menjadi karakteristik dari murabahah adalah penjual harus memberi tahu pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut.

2. Landasan Syariah

Al-Qur'an

انزِيلًا وَوَحَرَ انبِيعَ اِهْتَهُ اَحَمَ وَ

Artinya : *Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. (QS.Al-Baqarah 275)*²²

Landasan al-qur'an diatas dari surat al-baqarah menjadi landasan manusia dalam transaksi perdagangan atau muamalah ekonomi. Alloh SWT melarang riba dalam transaksi perdagangan tetapi membolehkan jual beli karena keuntungan dalam transaksi jual beli diketahui dan disepakati para pihak. Oleh karena itu, nabi muhammad SAW telah memberikan contoh jual beli beliau dalam menjalankan usahanya kepada umatnya.

3. Rukun dan Syarat Murabahah

Pada murabahah, penyerahan barang ini dilakukan pada saat transaksi, sedangkan pembayarannya dilakukan secara tunai, tangguh ataupun dicicil. Pada murabahah, untuk terbentuknya akad pembiayaan multiguna di dalam islam, seharusnya memenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat murabahah.

Rukun yang membentuk adad murabahah ada empat :

- a. Adanya penjual (ba'i)
- b. Adanya pembeli (musytari)
- c. Objek atau barang (mabi') yang diperjualbelikan

²²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra, t.t.), hal. 69

d. Harga (tsaman) nilai jual barang berdasarkan mata uang

Maksud dari penjual yaitu pihak Bank atau BMT yang membiayai pembelian barang yang diperlukan oleh nasabah pemohon pembiayaan dengan sistem pembayaran yang ditangguhkan. Pembeli dalam pembiayaan murabahah adalah anggota yang mengajukan permohonan pembiayaan ke Bank atau BMT. Objek atau barang yaitu barang-barang yang bersifat konsumtif untuk pemenuhan kebutuhan produksi, seperti rumah, tanah, mobil, motor dan sebagainya. Harga dalam pembiayaan murabahah ini dianalogikan dengan *pricing* atau *plafond* pembiayaan. Sementara itu syarat murabahah, yaitu:

- a. Penjual memberitahu biaya modal kepada nasabah
- b. Kontrak pertama harus sah sesuai rukun yang diterapkan
- c. Kontrak harus bebas riba
- d. Penjual itu harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian
- e. Penjual itu harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang. Jadi, disini terlihat adanya unsur keterbukaan.²³

Jadi, syarat murabahah itu adalah penjual memberitahu biaya modal kepada anggota maksudnya lembaga harus memberitahu secara jujur berkaitan dengan harga pokok pembiayaan dan harga

²³Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teoritik ke Praktik*, (Jakarta:Gema Insani, 2001) hal. 102

pokok barang kepada anggota berikut biaya yang diperlukan. Kemudian, kontrak harus sah sesuai dengan rukun yang diterapkan sebagaimana disebutkan ada penjual, pembeli, objek dan harga. Setelah itu, kontrak harus bebas riba maksudnya transaksi yang dilandaskan dengan hukum islam merupakan syarat utama dalam pembiayaan diperbankan syariah. Usaha yang halal adalah merupakan satu-satunya transaksi yang dilakukan bank islam. Selanjutnya, Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian. Maka lembaga harus menjelaskan kualitas barang yang akan diperjual belikan, baik dari segi fisik dan kelayakan nilai suatu barang agar mendapat kepuasan pembelian yang dilakukan. Dan yang terakhir penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang. Jadi disini terlihat adanya unsur keterbukaan.²⁴

4. Jenis – Jenis Pembiayaan Murabahah

Dalam aplikasinya pembiayaan murabahah dapat dibedakan menjadi dua macam atau dua jenis diantaranya, yaitu:

- a. Murabahah tanpa pesanan
- b. Murabahah berdasarkan pesanan

Pembiayaan Murabahah ini dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu pembiayaan murabahah tanpa pesanan yaitu ada yang

²⁴ Wirnyaningsih, (ed.), *Bank Dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm 106

beli atau tidak, ada yang pesan atau tidak BMT menyediakan barang dagangannya. Maksudnya penyediaan barang pada murabahah tidak terpengaruh atau tidak ada kaitannya dengan ada tidaknya pesanan. Yang kedua adalah Murabahah berdasarkan pesanan, maksudnya adalah merupakan BMT baru akan melakukan transaksi Murabahah apabila ada anggota BMT yang memesan barang sehingga penyediaan barang baru dilakukan jika ada yang memesan. Murabahah berdasarkan pesanan menurut sifatnya dibedakan menjadi dua yaitu bersifat mengikat yang berarti bahwa apabila telah memesan harus dibeli dan bersifat tidak mengikat yang berarti bahwa walaupun anggota BMT telah memesan, anggota dapat menerima ataupun membatalkan pesanan. Pada prinsipnya didalam transaksi Murabahah, pengadaan barang menjadi tanggung jawab BMT sebagai penjual. Dalam Murabahah tanpa pesanan, BMT menyediakan barang yang akan diperjual belikan tanpa memperhatikan ada anggota BMT yang membeli atau tidak. Sehingga proses pengadaan barang yang dilakukan sebelum transaksi jual beli Murabahah dilakukan.²⁵

5. Manfaat dan resiko pembiayaan murabahah

Transaksi murabahah ini memiliki beberapa manfaat, demikian juga resiko yang harus diantisipasi. Murabahah memberikan

²⁵Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2008) hal.89

banyak manfaat kepada lembaga syariah lainnya. Diantaranya:

- a. Adanya keuntungan yang muncul dari selisih harga beli penjual dengan harga jual kepada nasabah.
- b. Sistem murabahah juga sangat sederhana, hal tersebut memudahkan penanganan administrasi di lembaga syariah. Selain murabahah memiliki manfaat atau keuntungan yang dijelaskan sebelumnya, akad murabahah terdapat beberapa resiko yang harus diantisipasi oleh pihak lembaga keuangan syariah.

Diantaranya resiko yang ditimbulkan adalah sebagai berikut:

- a. Defaul atau kelalaian
- b. Fluktasi harga komparatif
- c. Penolakan nasabah
- d. Barang dijual

Resiko tersebut menjelaskan bahwa defaul atau kelalaian itu adalah nasabah sengaja tidak membayar angsuran. Kemudian fluktuasi harga komparatif maksudnya bila harga suatu barang dipasar naik setelah lembaga membelikannya untuk anggota. Lembaga tidak bisa mengubah harga jual beli tersebut. Untuk penolakan nasabah maksudnya barang yang dikirim bisa saja ditolak oleh anggota karena beberapa sebab. Bisa jadi rusak dalam perjalanan dan tidak bisa menerimanya. Yang terakhir adalah barang dijual maksudnya murabahah adad jual beli dengan utang,

maka ketika kontrak ditandatangani, barang tersebut menjadi milik anggota . anggota pun bebas melakukan apa pun terhadap aset miliknya termasuk untuk menjualnya. Jika terjadi terjadi demikian resiko untuk default menjadi lebih besar.

D. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Anggota Dalam Pemanfaatan Pembiayaan Murabahah

Yang mempengaruhi minat anggota dalam memanfaatkan pembiayaan terdapat 3 faktor yaitu:

1. Pengetahuan produk

Pengetahuan adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau didasari oleh seseorang. Sedangkan pengertian produk yaitu sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.²⁶

Menurut kasmir pengetahuan merupakan informasi yang telah diproses dan diorganisasikan untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran dan pengalaman yang terakumulasi sehingga bisa diaplikasikan ke dalam masalah atau proses bisnis tertentu. Sedangkan produk merupakan bank atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Jadi, pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, pengetahuan ini

²⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*,(Jakarta: Kencans,2005) hlm 136

meliputi kategori produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Bila pemasar atau penjual dapat memahami tentang pengetahuan produk dengan baik dan benar maka ia akan mudah mengonfirmasi kepada konsumen atau pelanggan untuk memastikan pembelian produk.

Pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:

1. Pendidikan

Pendidikan adalah sebuah proses pengubahan sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui pengajaran dan pelatihan, maka jelas dapat kita kerucutkan sebuah visi pendidikan yaitu mencerdaskan manusia.

2. Media

Media secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Contoh: media televisi, radio, koran dan majalah.

3. Keterpaparan

Informasi Informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui, namun ada pula yang menekankan informasi sebagai transfer pengetahuan. Pada hakikatnya informasi tidak dapat diuraikan, sedangkan informasi itu dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, yang diperoleh dari data dan observasi terhadap dunia sekitar kita serta diteruskan melalui komunikasi.

Jadi suatu pengetahuan produk dapat meningkatkan minat anggota dalam pemanfaatan pembiayaan murabahah. Pada suatu pendidikan atau pelatihan seseorang dapat mengetahui dan dapat mengenal produk lebih menyeluruh, sehingga seseorang menjadi paham bagaimana cara menggunakan pembiayaan murabahah serta tidak segan untuk melakukan pembiayaan tersebut. sedangkan faktor dari media masyarakat bisa melihat langsung dan mendengarkan manfaat dan keuntungan menggunakan pembiayaan murabahah, yang terakhir adalah informasi yaitu mengetahui dari data dan observasi langsung ke lembaga. Setelah mengetahui langsung seseorang tersebut memaparkan kepada masyarakat atau orang terdekat sehingga memunculkan minat masyarakat tersebut untuk menjadi anggota lembaga dan memilih produk pembiayaan.²⁷

Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan produk:

- a. Melakukan riset mengenai produk atau kebutuhan latent dari konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau anggota dimasa yang akan datang.
- b. Melakukan modifikasi mengenai produk baik dari sisi

²⁷ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah...*, hlm 229

pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.

Menurut pendapat Muhammad, bahwa Upaya yang dapat dilakukan guna melkukn pengembangan produk yang pertama sangat penting dalam melakukan riset produk karena sangat penting untuk menemukan produk yang laris dijual. Sehingga dari konsumen dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau anggota dimasa yang akan datang. Yang kedua, melakukan modifikasi produk maksudnya cara merubah bentuk sebuah barang yang kurang menarik menjadi lebih menarik tanpa menghilangkan fungsi aslinya baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.

2. Pelayanan

Pelayanan dalam hal ini sangat erat kaitannya dengan hal pemberian kepuasan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak lembaga. Dengan demikian sebelumnya kita harus mengetahui apa arti dari pelayanan itu sendiri, berikut pengertian pelayanan yaitu:²⁸

²⁸ Philip Kolter, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, (Jakarta:Salemba Empat,2002) hlm 83

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dapat juga disebut perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan dan keinginan konsumen itu sendiri.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan atau service adalah sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. pelayanan sangat penting, karena jika pelayanan diberikan dengan baik dan benar merupakan daya tarik bagi calon anggota atau anggota untuk tetap menjadi anggota, bahkan pelayanan ini sangat menentukan organisasi mencapai sasaran. Konsep pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati dari calon anggota baik dari masyarakat maupun dari BMT, jika masyarakat simpati akan menimbulkan kepercayaan, sehingga pemasaran produk pembiayaan BMT lancar.

3. Promosi

Kata-kata promosi yang pasti sudah sering sekali kita lihat dan kita dengar setiap hari di sekitar kita. Mulai dari obrolan teman atau keluarga, dari media cetak, radio, televisi, internet dan lain-lain. tetapi mungkin masih banyak orang yang belum tahu dengan

pengertian promosi, dibawah ini terdapat pengertian promosi menurut beberapa ahli yaitu:

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Tugas manager pemasaran dalam promosi adalah memberitahu pelanggan target tentang ketersediaan produk yang tepat pada tempat dan harga yang tepat pula. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan anggotanya.²⁹

Promosi merupakan usaha di dalam bidang informasi dan komunikasi guna untuk menarik minat anggota untuk membeli produknya. Apa yang dikomunikasikan manager pemasaran ditentukan oleh kebutuhan dan sikap pelanggan target. Bagaimana pesan itu disampaikan tergantung pada gabungan berbagai produk promosi yang dipilih manager pemasaran. Tiga hal tersebut menjadi faktor minat anggota dalam pemanfaatan pembiayaan murabahah, dan demikian juga hampir semua Lembaga Keuangan Syariah di dunia didominasi dengan produk pembiayaan murabahah. Hal ini terjadi karena sistem murabahah lebih mudah dimengerti oleh masyarakat dan para pegawai lembaga itu sendiri yang kebanyakan mereka telah mengenal akrab dengan (sahabat) bunga sistem bagi hasil sedikit sekali diterapkan.

²⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencans, 2005) hlm 175

Jadi, dari ketiga faktor tersebut merupakan acuan para anggota berminat dalam melakukan pembiayaan murabahah. Diantaranya pengetahuan terhadap produk yaitu informasi mengenai produk, pengetahuan ini meliputi kategori produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Bila pemasar atau penjual dapat memahami tentang pengetahuan produk dengan baik dan benar maka ia akan mudah mengonfirmasi kepada konsumen atau pelanggan untuk memastikan pembelian produk. Kedua, pelayanan dengan mutu baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak lembaga. Yang ketiga, promosi yang memberitahu pelanggan target tentang ketersediaan produk yang tepat pada tempat dan harga yang tepat pula. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan anggotanya.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang dilakukan oleh pihak lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang telah dibuat, yaitu:

Inurrohmah Effendi, UMS-2010 dalam skripsinya yang berjudul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Bertransaksi

di Bank Syari'ah (Studi Kasus di Bank Muamalat Cabang Surakarta) menyimpulkan bahwa (1) makin popularnya system ekonomi berbasis syariah di Indonesia pada saat ini sedang berkembang pesat, terbukti semakin banyak bank syariah dan BMT (baitul mal wa tamwil) yang bermunculan pada saat ini. Antusias masyarakat di Indonesia pun lebih banyak terhadap bank syariah yang memakai system bagi hasil lebih adil dan menguntungkan dibanding dengan bank konvensional yang memakai system bunga. (2) Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama muslim tentu lebih memilih produk-produk pada Bank Syariah, terlebih lagi karena adanya keyakinan yang kuat dalam kalangan masyarakat muslim bahwa bank konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama islam dan kerinduan umat islam Indonesia yang ingin melepaskan diri dari unsur riba.³⁰

Rudi Rahmanjani, Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Data diperoleh dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan metode analisis interaksi, dimana komponen reduksi data dan sajian data dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan murabahah bermasalah terjadi karena adanya faktor internal yaitu berasal dari pihak Bank Syariah Mandiri KCP Solo Baru dan dari pihak nasabah,

³⁰ Inurrohmah Effendi, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Bertransaksi di Bank Syari'ah*, Skripsi (Surakarta: UMS 2010)

sedangkan faktor eksternal yaitu aspek pasar kurang mendukung dan kemampuan daya beli masyarakat kurang. Maka dari itu strategi penanganannya harus sesuai dengan standar operasional prosedur. Sedangkan hubungan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan yaitu variable penelitian sama-sama meneliti tentang pembiayaan murabahah.³¹

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Imam Hanafi dengan judul Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Anggota dalam Memanfaatkan Fasilitas Pembiayaan Pada BMT Amratani Utama Yogyakarta, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berbagai macam faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memanfaatkan Pembiayaan pada BMT Amratani Utama Yogyakarta. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, dengan metode pengumpulan datanya menggunakan penelitian penelitian kepustakaan (library research) dan penelitian lapangan. Hasil dalam penelitian ini menggunakan beberapa Faktor yaitu: Faktor Fasilitas dan kemudahan Mendapatkan Jasa, Faktor Keunggulan Produk, Faktor Kelompok Referensi, dan Faktor Promosi. Dengan menggunakan analisis Faktor, maka hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan fasilitas pembiayaan dipengaruhi oleh enam faktor tersebut.³²

³¹ Rudi Rahmanjani, *Analisis Faktor-faktor penyebab Pembiayaan Murabahah bermasalah di Bank Syariah Mandiri KCP Solo Baru-Sukoharjo*, (Surakarta:IAIN Surakarta, skripsi 2017)

³² Imam Hanafi, *"Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Anggota dalam*

Penelitian yang dilakukan oleh Saidah Mushoffa Rohmah tahun 2017 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembiayaan murabahah pada Anggota BMT Buana Mulur Sukoharjo”, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan, terhadap keputusan pembiayaan murabahah di BMT Buana. Bentuk metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama pengetahuan tentang pembiayaan murabahah, promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada anggota BMT Buana Mulur Sukoharjo. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan datang adalah penelitian ini membahas tentang pengaruh pengetahuan promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembiayaan murabahah pada anggota BMT Buana Mulur Sukoharjo. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah membahas tentang Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Anggota Menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah dan Murabahah Koperasi Syariah Al Mawaddah Samir Ngunut. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas tentang pembiayaan.³³

Muhammad Zainudin, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah diskriptif kualitatif yaitu menggambarkan dan menguraikan

Memfaatkan Fasilitas Pembiayaan pada BMT Amratani Yogyakarta”, Skripsi tidak diterbitkan, (Yogyakarta: Fakultas Syariah, UIN Sunan Kalijaga, 2007).

³³ Saidah Mustofah Rohman, *Pengaruh Pengetahuan Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembiayaan murabahah pada Anggota BMT Buana Mulur Sukoharjo*, (Sukoharjo: IAIN Sukoharjo, Skripsi 2017)

data-data yang telah terkumpul. Dan penelitian ini menganalisis data-data dengan menerapkan 4 sifat Nabi Muhammad, prinsip 5C dan tiga jenis kebijakan yang berkaitan dengan manajemen risiko kredit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penurunan jumlah nasabah padaproduk pembiayaan murabahah di BMT Surya Sekawan Mandiri, karena dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal, dimana faktor internalnya adalah kurangnya telitinya karyawan dalam memilih nasabah yang baik, kurang menguasainya karyawan dalam mengetahui produk pembiayaan murabahah, kecurangan yang dilakukan oleh mantan karyawan yang masih meminta angsuran kepada nasabah. Sedangkan faktor eksternal ada dua, yaitu disengaja dan tidak disengaja, dimana faktor yang disengaja karena karakter dari nasabah yang sulit dipahami, yang akhirnya tidak bertanggung jawab dengan pinjamannya, faktor yang tidak disengaja karena kebangkrutan yang dialami nasabah, kecelakaan yang dialami nasabah, hingga menyebabkan meninggalnya nasabah. Dari dua faktor itu BMT Surya Sekawan Mandiri berupaya untuk mengambil kebijakan untuk mengurangi dan membatasi nasabah yang mengajukan pembiayaan ataupun memperbarui pembiayaan murabahah dengan ketentuan nasabah yang benar-benar bisa bertanggung jawab akan pembiayaan yang nasabah ajukan. Sedangkan hubungan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan yaitu variabel penelitian sama-sama meneliti

tentang pembiayaan murabahah.³⁴

Aminah Lubis, Judul Penelitian Aplikasi Murabahah Dalam Perbankan Syariah Hasil Penelitian Praktek investasi jangka pendek murabahah merupakan salah satu instrumen penting dalam transaksi di perbankan Islam. Transaksi ini memungkinkan untuk pengadaan barang bagi pengusaha yang kurang mempunyai dana, selain sebagai suatu skim yang memberikan keuntungan kepada bank Islam, tidak memiliki resiko tinggi dan sebagai alat peredam ditengah praktek riba yang terjadi pada investasi jangka pendek. Hanya dalam prakteknya harus dilakukan dengan jeli dan pengawasan yang ketat agar tidak terjadi penyelewengan-penyelewengan yang jauh dari Syariah. Oleh karena itu untuk kemajuan perekonomian Islam dibutuhkan pelatihan pemahaman teori dan praktek secara bersamaan sehingga tidak ada yang bisa mengelabui pihak bank dengan trik-trik canggih di lapangan.

Persamaan: Sama-sama membahas tentang keunggulan dari pembiayaan murabahah
Perbedaan: Penelitian yang dilakukan oleh pemilik jurnal adalah di Bank, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah di koperasi syariah.³⁵

Eva Roviana, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan

³⁴ Muhammad Zainudin, *Analisis Penurunan Jumlah Pada Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Surya Sekawan Mandiri Bajo Kendal*, (Semarang: UIN Walisongo, skripsi 2015)

³⁵ Aminah Lubis, *Aplikasi Murabahah Dalam Perbankan Islam*, Desember 2016, Vol.02 No.2

Kuantitatif yaitu pendekatan untuk mencari sebuah data yang berupa angka-angka hasil pengukuran dari objek penelitian atau penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Obyek yang diteliti adalah persepsi harga atau margin dan kualitas pelayanan terhadap minat anggota dalam membeli produk pembiayaan murabahah. Pengumpulan data utama peneliti menggunakan angket (kuesioner) kemudian mencari tahu kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Data tersebut diambil peneliti dari sebagian populasi (sampel responden) yang dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwasemakin tinggi nilai persepsi harga dan kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula minat anggota terhadap pembelian produk murabahah. Sedangkan hubungan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan yaitu variabel penelitian sama-sama meneliti tentang minat anggota dalam pembiayaan murabahah.³⁶

Indrianna Indayati, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian lapangan, yaitu mengamati ditempat penelitian di BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi, guna mendapatkan data yang relevan.

³⁶ Jurnal Eva Roviana, *Analisis Pengaruh Persepsi Harga atau Margin dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota Dalam Membeli Produk Pembiayaan Murabahah dikoperasi Jasa Keuangan Syariah (Study Kasus BMT Amal Mualia)*, (STAIN Salatiga: Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi. 2015)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini data yang diperoleh langsung dari sumber yang diteliti, dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap masalah yang dihadapi. Dalam penelitian ini data primer diambil langsung dari BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi melalui pengamatan penulis dan wawancara dengan pihak manajemen BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi mengenai Minat Nasabah, prosedur dan penerapan pembiayaan dengan akad mudharabah. Peneliti Menggunakan Metode seperti berikut untuk memperoleh data antara lain yaitu : wawancara, observasi dan dekomendasi. Penggunaan metode tersebut haruslah disesuaikan dengan tujuan dan keperluan yang telah dilakukan sehingga penggunaan metode pengumpulan data lebih fleksibel. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa minat nasabah pada akad mudharabah untuk modal usaha ini lebih bagus dibandingkan dengan akad yang lainnya. Hubungan penelitian ini dengan penelitian yang saya buat yaitu sama-sama meneliti tentang minat nasabah dan pemanfaatan pembiayaan. Meskipun pendekatan yang digunakan pada penelitian ini berbeda dengan penelitian yang saya buat namun isi dalam penelitian ini sudah banyak membantu saya dalam menyusun penelitian yang akan datang.³⁷

Mirawati (2017) Judul Penelitian Pembiayaan Murabahah:
Analisis Persepsi Nasabah Dari beragam produk dengan varian akad

³⁷ Jurnal Indriana Indayati, *Analisis Minat Nasabah Terhadap Akad Murabahah Untuk Pembiayaan Usaha (study Kasus di BPRS Gala Mitra Abadi di Purwodadi)*, (Semarang: UIN Walisongo, skripsi 2017)

masing-masing, pembiayaan murabahah merupakan akad produk yang paling banyak dimanfaatkan oleh kalangan nasabah. Persentase pemanfaatan pembiayaan murabahah yang ditawarkan perbankan syariah lebih tinggi dibanding pembiayaan mudharabah maupun musyarakah. Varian produk-produk bank syariah terutama produk pembiayaan murabahah memiliki prospek yang menarik di kalangan nasabah. Namun sejauh mana prospek tersebut bisa dioptimalkan pada waktu mendatang. Dibutuhkan keseriusan kalangan stakeholders dalam memberikan edukasi kepada masyarakat tentang aspek-aspek keunggulan produk pembiayaan syariah tersebut. Edukasi terutama di latari masih adanya kelemahan di sisi persepsi nasabah atas produk-produk pembiayaan syariah, terutama pembiayaan murabahah, disisi persepsi kelemahan pemahaman masyarakat menyangkut beberapa faktor yang menyatakan pembiayaan murabahah lebih berpeluang dan menjanjikan. Persamaan : Mencari tanggapan atau menganalisis tanggapan nasabah atau anggota kenapa memilih pembiayaan murabahah dari pada pembiayaan lainnya. Perbedaan : Peneliti memilih pembiayaan murabahah karena di lembaga keuangan yang akan diteliti hanya mempunyai dua produk pembiayaan yaitu ijarah dan murabahah. Sedangkan di jurnal nasabah memilih murabahah karena mereka belum mengetahui pembiayaan yang lain seperti mudharabah dan musyarakah.³⁸

³⁸ Mirawati, *Pembiayaan Murabahah: Analisis Persepsi Nasabah*, April 2017, Volume III, No. 5

Penelitian yang dilakukan oleh Orizanti Nurul S dengan judul Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Produk Simpanan Mudharabah (Studi Kasus pada KJKS BMT Muamalat Rowosari, Kendal). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah produk simpanan Mudharabah pada KJKS BMT Muamalat Rowosari, Kendal. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (Field research) dengan metode pengumpulan datanya menggunakan penelitian kepustakaan dan lapangan. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah Produk Mudharabah adalah Faktor dorongan dari dalam, faktor motif sosial, dan faktor emosional.³⁹

Zulkifli Zainuddin, Yahya Hamja, Siti Hamidah Rustiana tahun 2016 . Judul Penelitian Analisis Faktor Dalam pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (a) faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan dan (b) faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat. Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat yang memiliki usaha di daerah Ciputat dan nasabah yang

³⁹ Orizanti Nurul S, "*Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Produk Simpanan Mudharabah pada KJKS BMT Muamalat Rowosari, Kendal*", Skripsi, (Semarang: Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Walisongo, 2011)

mengunjungi Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat. Dan kemudian dapat disimpulkan bahwa yang pertama adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bank Syariah Cabang Ciputat terdiri dari lima faktor yang terbentuk, dimana faktor tersebut dinamakan faktor lima. Faktor tersebut adalah (a) faktor 1 terdiri atas variabel process, brand awareness, dan perceived quality. (b) faktor 2 terdiri atas variabel physical evidence, perceived value, dan faktor sosial. (c) faktor 3 terdiri atas variabel pricing, promotion, people, dan faktor sosial. (d) faktor 4 terdiri atas variabel products dan faktor pribadi, dan (e) faktor 5 terdiri atas variabel place, physical evidence, dan faktor budaya. Yang kedua, faktor yang paling dominan dalam pengambilan keputusan nasabah memilih produk pembiayaan bank syariah cabang ciputat adalah process (X7), sebab variabel proseslah yang memiliki nilai loading factor yang tertinggi dalam pengambilan keputusan. Persamaan : Kesamaan yang ditemukan yaitu sama-sama menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah memilih produk pembiayaan di Perbankan Syariah. Perbedaan : Dalam jurnal ini penelitian dilakukan untuk semua jenis pembiayaan di Perbankan Syariah, sedangkan penulis hanya mengambil satu produk yaitu Pembiayaan Murabahah.⁴⁰

⁴⁰ Zulkifli Zainuddin dkk, *Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat)*, Juni 2016, Vol.1, No.1