

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pendapatan Nasabah

1. Pengertian Pendapatan Nasabah

Pendapatan dalam ilmu ekonomi teoritis adalah hasil yang diterima, baik berupa uang maupun lainnya atas penggunaan kekayaan (jasa manusia).¹ Sedangkan menurut Kamus Istilah Keuangan dan Perbankan, Pendapatan merupakan penerimaan uang tunai yang diperoleh selama jangka waktu tertentu baik dari hasil penjualan barang maupun jasa atau piutang ataupun dari sumber-sumber lain.² Jadi menurut istilah, pendapatan adalah uang yang diterima seseorang sebagai hasil penjualan barang atau jasa.

Dalam analisis Mikro Ekonomi, pendapatan pengusaha merupakan keuntungan. Dalam kegiatan perusahaan, keuntungan ditentukan dengan cara mengurangi berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh. Istilah pendapatan digunakan apabila berhubungan dengan aliran penghasilan suatu periode tertentu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor

¹ Ahmad Hasan Ridwan, *BMT dan Bank Islam*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), hal., 33.

² Aliminsyah dan Padji, *Kamus Istilah 17 an dan Perbankan*, (Bandung: Yrama Widya, 2003), hal., 390.

produksi (sumber daya alam, tenaga kerja dan modal) masing-masing dalam bentuk sewa, upah, dan bunga, secara berurutan.³

Pendapatan adalah semua penghasilan yang didapat oleh keluarga baik berupa uang ataupun jasa. Setiap orang berhak untuk bekerja untuk memperoleh pendapatan, apabila pendapatan tersebut dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mencukupi kebutuhan rumah tangga lainnya maka keluarga tersebut dikatakan makmur. Untuk masyarakat yang berpenghasilan kecil mereka berupaya hasil dari pekerjaannya hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Untuk keluarga yang berpenghasilan menengah mereka lebih terarah kepada pemenuhan kebutuhan pokok yang layak seperti makan, pakaian, perumahan, pendidikan dan lain-lain. Untuk keluarga yang berpenghasilan tinggi dan berkecukupan maka mereka akan memenuhi segala keinginan yang mereka inginkan.⁴

Pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi dua yaitu :

- 1) Pendapatan Permanen (*permanent income*) adalah pendapatan yang selalu diterima pada setiap periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya, misalnya pendapatan dari gaji ataupun upah.

³ Sadono Sukirno, Teori Mikro Ekonomi, (Jakarta: Rajawali Press, Cetakan Keempat belas, 2002), hal., 391.

⁴ Achmad Ridwan, Keterkaitan tingkat pendidikan dan pendapatan masyarakat dalam <http://www.ridwan-belitung.blogspot.com> diakses pada tanggal 20 Oktober 2016 pukul 09.00

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

Menurut Winardi pendapatan merupakan pendapatan tingkat hidup yang dapat dinikmati oleh individu di masyarakat, 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.⁵ 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.

⁵ Winardi, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Gahlia Indonesia, 2001), hal., 56.

- 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 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.⁶

2. Klasifikasi Pendapatan

Pendapatan dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu pendapatan operasional dan pendapatan non operasional. Pendapatan operasional adalah pendapatan yang timbul dari penjualan barang dagangan, produk, atau jasa dalam periode tertentu dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan

⁶ Ratna Sukmayani, dkk, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta: PT Galaxy Puspa Mega, 2008), hal. 117.

utama perusahaan yang berhubungan langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan yang bersangkutan. Pendapatan ini sifatnya normal sesuai dengan tujuan dan usaha perusahaan dan terjadinya berulang-ulang selama perusahaan melangsungkan kegiatannya.

Pendapatan operasional berbeda-beda untuk setiap perusahaan. Pendapatan operasional dapat diperoleh dari dua sumber:

- 1) Penjualan kotor yaitu semua hasil penjualan barang atau jasa sebelum dikurangi dengan potongan yang menjadi hak pembeli.
- 2) Penjualan bersih yaitu hasil penjualan yang sudah dikurangi dengan biaya potongan yang menjadi hak pembeli.⁷

Sedangkan pendapatan non operasional merupakan pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu, tetapi bukan diperoleh dari kegiatan utama atau operasional perusahaan (di luar usaha pokok). Pendapatan non operasional diperoleh dari kegiatan sampingan yang bersifat insidental. Jenis pendapatan non operasional dapat dibedakan menjadi dua jenis, yakni:

⁷ <http://ciputrauceo.net/blog/2015/11/16/pengertian-pendapatan> diakses pada tgl 10 januari 2017 pada pukul 10.49

- 1) Pendapatan yang diperoleh dari penggunaan aktiva atau sumber ekonomi perusahaan oleh pihak lain. Contohnya pendapatan bunga, sewa, dan royalti.
- 2) Pendapatan yang diperoleh dari penjualan aktiva di luar barang dagangan atau hasil produksi. Contohnya penjualan surat-surat berharga dan penjualan aktiva tak berwujud.

Berdasarkan penggolongannya Badan Pusat Statistik (BPS 2008) membedakan pendapatan menjadi 4 golongan adalah :

- Golongan pendapatan sangat tinggi, adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp. 3.500.000 per bulan
- Golongan Pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. 2.500.000 – s/d Rp. 3.500.000 per bulan
- Golongan Pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. 1.500.000 – s/d Rp. 2.500.000 per bulan
- Golongan Pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. 1.500.000 per bulan.⁸

⁸ <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/953> diakses pada tanggal 11 Januari 2017 pada pukul 19.15.

B. Persepsi Nasabah

1. Pengertian Persepsi

Menurut Kotler persepsi adalah proses dimana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia berarti.⁹

Menurut Vietzhal Rivai Persepsi adalah suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indra mereka agar memberikan makna pada lingkungan mereka.¹⁰

Sementara menurut Sopiah persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi.¹¹ Informasi yang sama bisa dipersepsikan berbeda oleh individu yang berbeda. persepsi memiliki sifat subjektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya.¹²

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu

⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga,2006), hal., 174.

¹⁰ Veitzal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007), hlm. 231

¹¹ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen- Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Ofset,2013), hal.,42.

¹² Nugraha J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media,2003),.hal.160.

penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.¹³

Menurut Kotler, orang dapat memiliki persepsi yang berbeda atas obyek yang sama karena tiga proses persepsi :

a) Perhatian Selektif

Setiap orang mengalami banyak rangsangan setiap hari, karenanya seseorang tidak bisa menanggapi semua rangsangan itu. Kebanyakan rangsangan akan disaring yang dinamakan dengan perhatian selektif. Atensi selektif atau perhatian selektif berarti bahwa pemasar harus bekerja keras untuk menarik atensi konsumen.

b) Distorsi selektif

Distorsi selektif adalah kecenderungan untuk menerjemahkan informasi dengan cara yang sesuai dengan konsepsi awal kita.

c) Retensi selektif

Orang akan melupakan banyak hal yang mereka pelajari namun cenderung akan senantiasa mengingat informasi yang mendukung pandangan dan keyakinan mereka. Karena adanya ingatan selektif, kita akan mengingat hal-hal baik yang disebut tentang produk pesaing. Fakta ini menjelaskan mengapa

¹³ Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal., 141-142.

pemasar menggunakan begitu banyak drama dan pengulangan dalam mengirimkan pesan mereka ke pasar.¹⁴

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard yang dikutip oleh Ujang Sumarwan menyatakan bahwa ada lima tahap pengolahan informasi, yaitu sebagai berikut:

- a) Pemaparan : Pemaparan stimulus, yang menyebabkan konsumen menyadari stimulus tersebut melalui pancainderanya.
- b) Perhatian : Kapasitas pengolahan yang dialokasikan konsumen terhadap stimulus yang masuk.
- c) Pemahaman : Interpretasi terhadap makna stimulus.
- d) Penerimaan : Dampak persuasif stimulus kepada konsumen.
- e) Retensi : Pengalihan makna stimulus dan persuasif ke ingatan jangka panjang.

2. Proses Terjadinya Persepsi

Menurut Hamka proses terjadinya persepsi melalui tahap-tahap sebagai berikut:

- 1) Tahap pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses kealaman atau proses fisik, yaitu proses ditangkapnya suatu stimulus (objek) oleh panca indera.

¹⁴ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi.13 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga,2008), hal.,180-181.

- 2) Tahap kedua, merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologis, yaitu proses diteruskannya stimulus atau objek yang telah diterima alat indera melalui syaraf-syaraf sensoris ke otak.
- 3) Tahap ketiga merupakan proses yang dikenal dengan nama proses psikologis, yaitu proses dalam otak, sehingga individu mengerti, menyadari, menafsirkan dan menilai objek tersebut.
- 4) Tahap keempat, merupakan hasil yang diperoleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan, gambaran atau kesan.

Di samping itu ada faktor lain yang dapat mempengaruhi proses persepsi, antara lain:

- 1) Faktor internal

Individu sebagai faktor internal saling berinteraksi dalam individu mengadakan persepsi. Mengenai keadaan individu yang dapat mempengaruhi hasil persepsi datang dari dua sumber, yaitu berhubungan dengan segi kejasmanian dan segi psikologis. Bila sistem fisiologis terganggu, hal tersebut akan berpengaruh dalam persepsi seseorang. Sedangkan segi psikologis yaitu antara lain mengenai pengalaman, perasaan, kemampuan berpikir, kerangka acuan, dan motivasi akan berpengaruh pada seseorang dalam mengadakan persepsi.

2) Faktor eksternal

a) Stimulus

Agar stimulus dapat dipersepsi, maka stimulus harus cukup kuat. Kejelasan stimulus akan banyak berpengaruh dalam persepsi. Stimulus yang kurang jelas akan berpengaruh dalam ketepatan persepsi. Bila stimulus berwujud benda bukan manusia, maka ketepatan persepsi lebih terletak pada individu yang mengadakan persepsi, karena benda yang dipersepsi tersebut tidak ada usaha untuk mempengaruhi yang mempersepsi.

b) Lingkungan atau situasi

Lingkungan atau situasi khususnya yang melatarbelakangi stimulus juga akan berpengaruh dalam persepsi bila obyek persepsi adalah manusia. Obyek dan lingkungan yang melatar belakangi obyek merupakan kesatuan yang sulit dipisahkan. Obyek yang sama dengan situasi sosial yang berbeda dapat menghasilkan persepsi yang berbeda.¹⁵

¹⁵ Indra Riski Pratama, *Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BMT Dinar Amanu Tulungagung*, (Tulungagung : Skripsi IAIN Tulungagung, 2015), hal. 41-42

C. Margin

1. Pengertian Margin

Bank Syariah menetapkan margin keuntungan terhadap produk-produk pembiayaan yang berbasis *Natural Certainty Contracts* (NCC), yaitu akad bisnis yang memberikan kepastian pembayaran, baik dari segi jumlah (*amount*) maupun waktu (*timing*), seperti pembiayaan *murabahah*, *ijarah*, *ijarah muntahia bit tamlik*, *salam* dan *istishna*.

Secara teknis, yang dimaksud dengan margin keuntungan adalah presentase tertentu yang ditetapkan per tahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari. Perhitungan margin keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan. Pada umumnya, nasabah pembiayaan melakukan pembayaran secara angsuran. Tagihan yang timbul dari transaksi jual beli dan ataupun sewa berdasarkan *murabahah*, *salam*, *istishna'*, dan atau *ijarah* disebut sebagai piutang. Besarnya piutang tergantung pada *plafon* pembiayaan, yakni jumlah pembiayaan (harga beli ditambah harga pokok) yang tercantum di dalam perjanjian pembiayaan.¹⁶

Dalam penentuan margin ini memiliki perhatian lebih dari nasabah yang akan melakukan transaksi pembiayaan *ijarah*. Karena dengan adanya margin ini, nasabah bisa memperkirakan

¹⁶Adiwarman Karim, *Bank Islam, Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal., 279-280.

berapa harga yang pantas dari barang yang akan dibeli dari pihak Bank Syariah ataupun Lembaga Keuangan Syariah. Karena disini margin adalah harga perolehan penentu akhir yang diperoleh dari penambahan harga pokok dari supplier.

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan bagi hasil dan margin di Bank Syariah antara lain:

a) Komposisi Pendanaan

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

b) Tingkat Persaingan

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

c) Resiko Pembiayaan

Pada pembiayaan yang beresiko tinggi, bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi dibanding yang beresiko sedang.

d) Jenis Nasabah

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

e) Kondisi Perekonomian

Siklus ekonomi meliputi kondisi: *revival*, *boom/peak*-puncak, *resensi*, dan *depresi*. Jika perekonomian secara umum berada pada dua kondisi pertama, dimana 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.

f) Tingkat Keuntungan yang Diharapkan Bank

Secara kondisional, hal ini (*spread bank*) terkaid dengan masalah keadaan perekonomian pada umumnya dan juga resiko atas suatu sektor pembiayaan, atau pembiayaan terhadap debitur dimaksud. Namun demikian, apapun kondisinya serta siapapun debiturnya, bank dalam operasionalnya, setiap tahun tertentu telah menetapkan berapa besar keuntungan yang dianggarkan. Anggaran

keuntungan inilah yang akan berpengaruh pada kebijakan penentuan besarnya margin ataupun nisbah bagi hasil untuk bank.¹⁷

Karim dalam menetapkan margin keuntungan mempertimbangkan beberapa hal diantaranya:

a) *Direct Competitor's Market Rate (DCMR)*

Yang dimaksud dengan DCMR adalah tingkat margin keuntungan rata-rata perbankan syariah, atau tingkat margin keuntungan rata-rata beberapa bank syariah yang ditetapkan dalam rapat ALCO (Asset Liability Commite) sebagai kelompok kompetitor langsung, atau tingkat margin keuntungan bank syariah tertentu yang ditetapkan dalam rapat ALCO sebagai kompetitor terdekat.

b) *Indirect Competitor's Market Rate (ICMR)*

Yang dimaksud dengan ICMR adalah tingkat suku bunga rata-rata perbankan konvensional, tingkat rata-rata suku bunga beberapa bank konvensional yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai kompetitor tidak langsung, atau tingkat rata-rata suku bunga bank konvensional tertentu yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai kompetitor tidak langsung terdekat.

c) *Expected Competitive Return For Investor (ECRI)*

Yang dimaksud ECRI adalah target bagi hasil kompetitif yang diharapkan dapat diberikan kepada dana pihak ketiga.

¹⁷ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2014), hal., 157-159.

d) *Acquiring Cost*

Yang dimaksud dengan *acquiring cost* adalah biaya yang dikeluarkan oleh bank yang langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.

e) *Overhead Cost*

Yang dimaksud dengan *overhead cost* adalah biaya yang dikeluarkan oleh bank yang tidak langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.

Penetapan margin yang dilakukan perbankan syariah dipastikan berdasarkan kebutuhan dan kondisi lingkungan yang dihadapi.¹⁸

D. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Menurut Adiwarmanto pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank yaitu memberikan fasilitas penyedia dana untuk memenuhi kebutuhan pihak devisa unit.¹⁹ Menurut Undang-undang No.7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang Perbankan No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan dalam pasal 1 nomor (12), pengertian pembiayaan dapat didefinisikan sebagai berikut:

¹⁸ *Ibid*, hal. 162-163.

¹⁹ Adiwarmanto Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo,2001)., hal. 160.

Pembiayaan adalah penyediaan atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara dengan pihak lain yang yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Dan nomor 13 prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan. kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank lain (ijarah wa iqtina).²⁰

Jika dilihat pada bank umum, pembiayaan disebut loan, sementara di bank syariah disebut dengan financing. Sedangkan balas jasa yang diberikan atau diterima pada bank umum berupa bunga (interest loan atau deposit) dalam persentasi pasti. Sementara pada perbankan syariah, dalam memberi dan menerima balas jasa berdasarkan perjanjian (akad) bagi hasil, margin dan jasa.

2. Tujuan Pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua yaitu: tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro, dan tujuan pembiayaan untuk tingkat makro

a) Pembiayaan Tingkat Mikro

²⁰ *Ibid*, hal., 2.

- 1) Upaya memaksimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha.
 - 2) Upaya meminimalkan resiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul.
 - 3) Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumberdaya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan mixing antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal.
 - 4) Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang kelebihan dana, sementara ada pihak yang kekurangan dana.
- b) Pembiayaan Tingkat Makro
- 1) Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
 - 2) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan.
 - 3) Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya.

- 4) Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.
- 5) Terjadinya distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya.²¹

Tujuan pembiayaan yang lain terdiri dari dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan:²²

1. *Profitability* yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang berarti dikelola bersama nasabah.
2. *Safety* adalah keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti.

3. Prosedur Pemberian Pembiayaan

Prosedur pemberian kredit merupakan tahap- tahap yang harus dilakukan sebelum sesuatu pembiayaan diputuskan untuk diberikan dengan tujuan untuk mempermudah bank dalam menilai kelayakan suatu permohonan pembiayaan. Prosedur pemberian kredit di bedakan menjadi dua yaitu untuk pembiayaan perorangan dan pembiayaan oleh suatu badan hukum, dan jika dilihat dari segi tujuannya yaitu pembiayaan konsumtif dan pembiayaan produktif.

²¹ *Ibid.*, hal. 4-5.

²² *Ibid.*, hal., 6.

Secara umum prosedur pemberian kredit atau pembiayaan oleh badan hukum sebagai berikut :

1) Pengajuan berkas- berkas

Dalam hal ini pemohon mengajukan permohonan pembiayaan yang dituangkan dalam bentuk proposal, yang kemudian dilampiri dengan berkas- berkas lain yang di butuhkan.

- a. Proposal hendaknya menjelaskan secara rinci mengenai latar belakang, maksud dan tujuan, besar kredit yang di butuhkan, jangka waktu pembayaran dan jaminan yang digunakan.
- b. Melampirkan dokumen- dokumen yang meliputi foto kopi:
 - Data diri KTP/ Kartu keluarga
 - Sertifikat jaminan
 - BPKB Kendaraan Bermotor

2) Penyelidikan berkas pinjaman

Untuk mengetahui apakah berkas yang di ajukan sudah lengkap sesuai persyaratan dan sudah benar, termasuk menyelidiki keabsahan berkas.

3) On the spot

Merupakan kegiatan pemeriksaan kelapangan dengan meninjau berbagai obyek yang akan dijadikan usaha atau jaminan. Kemudian hasil *on the spot* di cocokkan dengan hasil wawancara awal.

4) Keputusan pembiayaan

Menentukan apakah pemberian pembiayaan atau kredit akan diberikan atau ditolak, jika diterima maka, dipersiapkan administrasinya. Jika permohonan pembiayaan ditolak maka dikirim surat penolakan sesuai dengan alasan masing- masing.

5) Penandatanganan akad pembiayaan/perjanjian yang lainnya

Setelah permohonan tersebut diterima maka sebelum pembiayaan dicairkan terlebih dulu calon nasabah menandatangani akad pembiayaan, mengikat jaminan dengan hipotik dan surat perjanjian atau pertanyaan yang dianggap perlu.

6) Realisasi pembiayaan diberikan setelah penandatanganan akad pembiayaan dan surat-surat yang diperlukan dengan membuka rekening tabungan di bank yang bersangkutan.

7) Penyaluran/penarikan dana

Pencairan atau pengambilan uang dari rekening sebagai realisasi dari pemberian pembiayaan dan dapat diambil sesuai ketentuan dan tujuan pembiayaan yaitu sekaligus dan bertahap.²³

²³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal. 10

E. Pembiayaan Ijarah Muntahiya Bittamlik

1. Pengertian *Ijarah Muntahiya Bittamlik*

Berdasarkan penjelasan pasal 19 ayat (1) UU Perbankan Syariah, yang dimaksud dengan akad *Ijarah Muntahiyya Bit tamlik* adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan kepemilikan barang.

Sedangkan menurut fatwa Dewan Syariah Nasional No. 27/DSN-MUI/III/2002 tentang *Al-Ijarah Al-Muntahiyya Bit Tamlik*, yang dimaksud dengan sewa beli (*al-ijarah al-muntahiya bi al-tamlik*), yaitu perjanjian sewa menyewa yang disertai opsi pemindahan hak milik atas benda yang disewa, kepada penyewa, setelah selesai masa sewa.

Dari Uraian diatas maka dapat disimpulkan pembiayaan *Ijarah Muntahiya Bit tamlik* adalah perjanjian sewa-menyewa antara bank sebagai pemberi sewa dan nasabah sebagai penyewa atas suatu barang yang menjadi objek sewa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa oleh nasabah kepada bank, yang mengikat bank untuk mengalihkan kepemilikan objek sewa kepada penyewa setelah selesai masa sewa.²⁴

²⁴Ascarya, Akad & Produk Bank Syariah, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal., 103.

Landasan Syariah *ijarah muntahiya bittamlik* berdasarkan
Al-Qur'an QS. al-Qashas: 26

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَجَرْتِ

الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

Artinya: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya". (al-Qashas: 26).

Berdasarkan Hadits Nabi yang dapat dijadikan dasar hukum beroperasionalnya kegiatan *ijarah*, meliputi :

Ahmad Abu Daud dan An-Nasa meriwayatkan dari saad bin Abi Waqqash r.a berkata: "Dahulu kami menyewa tanah dengan (jalan membayar dari) tanaman yang tumbuh. Lalu Rasulullah SAW melarang kami cara itu dan memerintahkan kami agar membayarnya dengan uang emas atau perak".²⁵

1) Mekanisme Pembiayaan *Ijarah Muntahiya Bit tamlik*

- a) *Musta'jir* mengajukan permohonan sewa guna usaha barang kepada *muajjir*.
- b) *Muajjir* menyediakan barang yang ingin disewa oleh *musta'jir*.

²⁵ *Ibid.*, hal. 104

- c) Dilaksanakan akad penyewaan, yang berisi spesifikasi barang yang disewa, jangka waktu, biaya sewa, dan berbagai persyaratan transaksi lainnya. Dilengkapi pula dengan opsi pembelian padaakhir masa kontrak.
 - d) *Musta'jir* membayar secara rutin biaya sewa sesuai kesepakatan yang telah ditandatangani kepada muajjir sampai masa kontrak berakhir. Selama proses penyewaan, biaya pemeliharaan ditanggung oleh *muajjir*.
 - e) Setelah masa kontrak berakhir, *musta'jir* memiliki opsi pembelian barang kepada *muajjir*. Apabila opsi tersebut digunakan, barang menjadi milik *musta'jir* sepenuhnya.
- 2) Manfaat dan Resiko yang harus diantisipasi dalam pembiayaan Ijarah Muntahiya Bit tamlik.²⁶

Manfaat dari transaksi al-ijarah untuk bank adalah keuntungan sewa dan kembalinya uang pokok. Adapun resiko yang mungkin terjadi dalam al-ijarah adalah sebagai berikut:

- a. Default, disini nasabah tidak membayar cicilan dengan sengaja.
- b. Rusak, asset ijarah rusak sehingga menyebabkan biaya pemeliharaan bertambah, terutama bila disebutkan dalam kontrak bahwa pemeliharaan harus dilakukan oleh bank.

²⁶Muhammad Antonio Syafi'I, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm., 119.

- c. Berhenti; nasabah berhenti ditengah kontrak dan tidak mau membeli asset tersebut. Akibatnya, bank harus menghitung kembali keuntungan dan mengembalikan sebagian kepada nasabah.

2. Ilustrasi Pembiayaan Ijarah Muntahia Bit Tamlik (IMBT)

Contoh : Ibu Sholihah memiliki usaha di bidang perdagangan pecah belah, maka Bapak Sugeng memerlukan mobil untuk memajukan usahanya. Bapak Sugeng memerlukan mobil tersebut pada tanggal 1 April 2015 dengan cara menyewa selama 1 tahun kemudian membelinya diakhir masa penyewaan yaitu 31 Maret 2016. Penjual mobil menginginkan pola pembayaran sewa tunai di muka sebesar Rp. 70 juta dan Rp. 110 juta diakhir masa sewa untuk dapat memiliki mobil tersebut. Bila mobil tersebut dijual tunai, harganya Rp. 160 juta. Dengan pola pembayaran seperti diatas, kemampuan keuangan Bapak Sugeng tidak memungkinkan. Oleh karena itu Bapak Sugeng mendatangi Bank Syariah untuk mengajukan pembiayaan. Berdasarkan analisa Bank Syariah margin yang ditentukan 20% dari pembiayaan tersebut dengan jangka waktu yang diinginkan ibu Sholihah selama 12 bulan.

Harga Mobil	: Rp. 160.000.000
Margin (20%)	: Rp. 32.000.000
Harga Sewa kepada Anggota	: Rp. 192.000.000
Periode pembiayaan	: 12 bulan

Angsuran Anggota/bulan : Rp. 16.000.000

Pembelian mobil diakhir masa sewa : Rp. 192.000.000²⁷

F. Pengertian Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Pengambilan keputusan merupakan proses memilih suatu rangkaian tindakan dari dua atau lebih alternatif. Perspektif pengambilan keputusan menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller, Seseorang mengambil keputusan pembelian dapat melalui lima tahapan yaitu:

1) Pengenalan kebutuhan

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.

²⁷ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan*,hal., 215.

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 keinginiannya.

4) Keputusan pembelian

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) Perilaku 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 merupakan keputusan nasabah pada saat melakukan pembelian melalui serangkaian langkah-langkah meliputi: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.²⁸

²⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Ed.13 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga,2008), hal., 184-190.

G. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Mizan, Yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap keputusan nasabah mengajukan pembiayaan dengan menggunakan metode penelitian Field Research dan melakukan pengumpulan data dengan cara mengedarkan angket atau kuesioner kepada responden. Penelitian ini mengacu pada pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT BPRS Rahmah Hijrah Agung Lhokseumawe yang masih aktif pada periode tahun 2009 sampai bulan Maret tahun 2013. Jumlah populasi penelitian adalah 940 nasabah. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 90 responden. Hasil dari penelitian tersebut variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah mengajukan pembiayaan pada PT. BPRS Rahmah Hijrah Agung Lhokseumawe.²⁹ Pada penelitian Mizan lebih menekankan pada apakah pendapatan yang didapat nasabah mempengaruhi keinginan nasabah untuk mengajukan pembiayaan kepada lembaga keuangan syariah. Perbedaan dengan penelitian oleh penulis adalah pada variabel dependen, pada penelitian Mizan variabel dependen adalah keinginan nasabah untuk mengajukan pembiayaan kepada LKS sedangkan pada penulis adalah keputusan

²⁹ Muhamad Suip Yusri Hazmi Mizan, *Pengaruh Pendapatan Nasabah Terhadap Pengajuan Pembiayaan pada BPRS Rahmah Hijrah Agung Lhokseumawe* Vol 12, No. 2, ISSN 1693-8852 (Lhokseumawe : Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2014) di <http://jurnal.pnl.ac.id/?p=1500> pada tgl 10 januari 2017 pada pukul 10.31

pengambilan pembiayaan IMBT. Persamaannya adalah pada variabel independen yakni pendapatan.

Penelitian yang dilakukan oleh Joko, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel pendapatan, tingkat pendidikan dan persepsi pelayanan terhadap permintaan pembiayaan. Data yang digunakan berupa data primer dengan cara mengedarkan angket atau kuesioner kepada responden. Analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi berganda linier dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 1323 responden, dan sampel yang digunakan 93 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan, pendidikan dan persepsi terhadap pelayanan (variabel independen), secara persial berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan di BMT Muamalah Mandiri. Nilai r-Square menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap permintaan pembiayaan (variabel dependen).³⁰ Perbedaan pada penelitian ini yaitu penelitian ini hanya dikhususkan pada penelitian pengaruh pendapatan dan bagi hasil. Persamaan penelitian Joko dengan penelitian ini sama-sama meneliti variabel pendapatan.

³⁰ Joko Lelono Bambang Widoyono, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Lembaga Keuangan Syariah(studi Kasus pada BMT Muamalah Mandiri BaturetnoWonogiri*,(Skripsi:UNS Surakarta,2011) dalam http://eprints.uns.ac.id/5617/?_e_pi_=7%2CPAGE_ID10%2C9776944210 diakses pada tanggal 19 Oktober 2016.

Penelitian yang dilakukan oleh Setiyarini, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Murabahah. Penelitian yang dilakukan bersifat kasual komparatif dengan unit analisis yang diteliti adalah nasabah BMT Bumi Sekar Madani. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 96 nasabah dalam pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dengan uji validitas dan reliabilitas. Analisis yang digunakan dalam penelitiannya uji prasyarat analisis yang meliputi uji normalitas, uji linearitas dan uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Persepsi Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,429, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,184 dan nilai t hitung $>$ t tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar 4,599 $>$ 1,980, (2) Margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,262, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,068 dan nilai t hitung $>$ t tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar 2,628 $>$ 1,980, (3) Persepsi Nasabah dan Margin secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan

terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,481, koefisien determinasi (R²) sebesar 0,231 dan nilai F hitung > F tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar 13,976 > 3,09.³¹ Persamaan penelitian Setiyarini dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas variabel independent persepsi dan margin, sedangkan perbedaannya yaitu dalam penelitian ini menambah satu variabel independent yaitu pendapatan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Astuti, yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Cabang Sleman. Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto* yang dilakukan pada BRI Cabang Sleman. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah penyimpan di BRI Cabang Sleman sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode random. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kuisisioner sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji prasyarat (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji linearitas) dan uji statistik (uji t, uji F dan koefisien determinasi). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Persepsi Nasabah

³¹ Alima Setiyarini, *Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Bumi Sekar Madani*, (Disertasi Program Studi Akuntansi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2012) di akses di <http://journal.uny.ac.id/index.php/jkpai/article/view/877/696> diakses pada tanggal 10 Januari 2017 pada pukul 10.32

tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Cabang Sleman.³² Perbedaan peneliti pada penelitian Astuti yaitu pada variabel dependent dalam penelitian ini menggunakan variabel minat menabung sedangkan peneliti menggunakan keputusan pengambilan pembiayaan. Persamaan penelitian Astuti dengan penelitian ini sama-sama meneliti variabel persepsi.

Penelitian yang dilakukan oleh Visa, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga jual dan tingkat margin terhadap keputusan pembiayaan murabahah. Penelitiannya menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan jenis penelitiannya asosiatif. Populasi diambil dari nasabah yang masih aktif menggunakan pembiayaan murabahah yaitu sebanyak 159 nasabah BMT Agritama Blitar sedangkan sampelnya adalah 115 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Hasil dari penelitian tersebut variabel penetapan harga jual dan tingkat margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah.³³ Persamaan dalam penelitian Visa dengan penelitian ini yaitu membahas tentang margin (keuntungan) dan

³² Tri Astuti dan Rr. Indah Mustikawati, *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Vol. 2, No. 1 (Yogyakarta: Jurnal Nominal, 2013)* dalam <http://portalgaruda.com> diakses pada tanggal 09 Juni 2017.

³³ Visa Alvi Sa'adah, *Pengaruh Penetapan Harga Jual dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah pada Anggota BMT Agritama Blitar*, (Skripsi: IAIN Tulungagung, 2015).

metode pengumpulan datanya, sedangkan perbedaannya pada penelitian ini menambah variabel pendapatan nasabah dan persepsi.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggita, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah memilih Bank SulutGo. Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif dan melakukan pengumpulan data dengan menganalisis data melalui kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling insidental, dan sampel yang diteliti sebanyak 100 responden. Hasil penelitian tersebut, Variabel Motivasi, Persepsi, Pengetahuan, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih PT. Bank SulutGo Cabang Utama Manado. Motivasi dan Pengetahuan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih PT. Bank SulutGo Cabang Utama Manado. Persepsi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih PT. Bank SulutGo Cabang Utama Manado.³⁴ Persamaan dari penelitian anggita yaitu sama-sama meneliti tentang persepsi anggota, sedangkan perbedaannya pada penelitian ini menambah variabel pendapatan dan margin.

³⁴ Anggita Novita Gampu, *Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado* Vol. 3, No. 3 Sept. 2015, ISSN 2303-11 (Universitas Sam Ratulangi: Jurnal EMBA, 2015) dalam <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/10416/10002> diakses tanggal 09 Januari 2017 pukul 20.03.

Penelitian yang oleh Juliansyah, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi, preferensi dan sikap mahasiswa terhadap perbankan syariah dan perilaku pengambilan keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah. Dalam penelitiannya menggunakan sampel sebanyak 100 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi UNTAN. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis regresi dengan variabel moderating yaitu sikap, dengan menggunakan asumsi klasik, koefisien determinasi dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sikap dan variabel sikap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pengambilan keputusan.³⁵ Perbedaan penelitian Juliansyah dengan penelitian ini yaitu dalam metode analisis, analisis dalam penelitian Juliansyah menggunakan regresi dengan metode moderating sedangkan penelitian ini hanya menggunakan metode regresi linier berganda. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel persepsi.

Penelitian ini dilakukan oleh Wahyuni, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini yaitu 125 responden. Teknik analisis data yang

³⁵ Eggi Juliansyah, *Analisis Persepsi, Preferensi dan Sikap Mahasiswa Terhadap Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Vol. 4 No. 4* (UNTAN: Jurnal Mahasiswa Akuntansi, 2015) dalam <http://id.portalgaruda.ac.id> diakses pada tanggal 11 Juni 2017.

digunakan adalah regresi linier berganda, koefisien determinasi berganda, koefisien korelasi berganda dan koefisien parsial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.³⁶ Perbedaan penelitian wahyuni dan penelitian ini yaitu pada objek penelitian dan metode penelitian. Sedangkan untuk persamaannya sama-sama membahas tentang persepsi dan keputusan.

Penelitian yang dilakukan oleh Raharjo, yang bertujuan untuk menguji pengaruh suku bunga, pendapatan nasabah, status pekerjaan nasabah dan jangka waktu kredit terhadap jumlah pengambilan kredit pada nasabah perusahaan daerah badan kredit kecamatan Eromoko Kabupaten Wonogiri. Penelitian ini mengacu pada pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PD BKK Eromoko Kabupaten Wonogiri. Jumlah populasi penelitian adalah 400 nasabah. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, koefisien determinasi berganda, koefisien korelasi berganda dan koefisien parsial. Hasil dari penelitian tersebut variabel pendapatan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap jumlah pengambilan kredit.³⁷ Perbedaan penelitian Raharjo dengan penelitian

³⁶ Dewi Urip Wahyuni, *Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk "Honda" di Kawasan Surabaya Barat Vol. 10 No. 1* (Universitas Kristen Petra: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 2008) dalam <http://id.portalgaruda.ac.id> diakses pada tanggal 11 Juni 2017

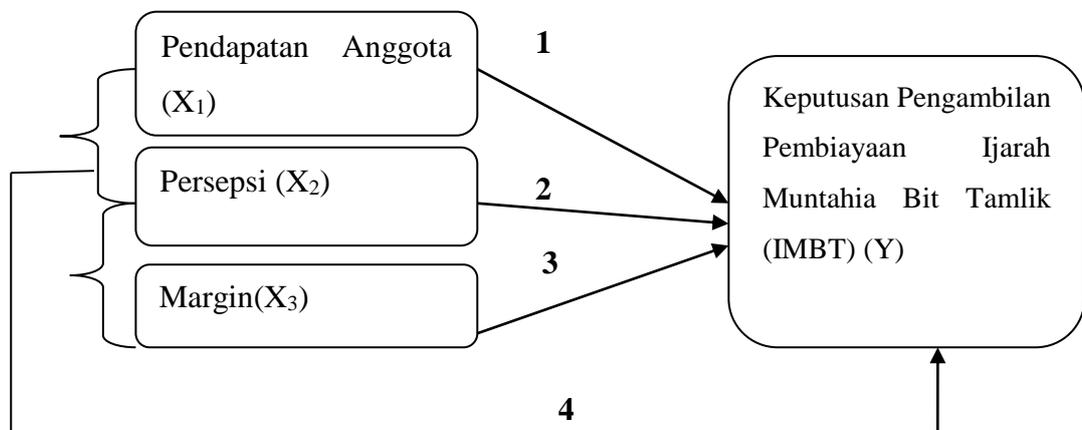
yang akan dilakukan yaitu objek penelitian dan variabel dependent. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian yaitu menggunakan uji regresi linier berganda, koefisien determinasi, koefisien korelasi, uji t dan uji f.

Penelitian ini dilakukan oleh Aini, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk menjawab pertanyaan apakah margin berpengaruh terhadap margin laba usaha pembiayaan murabahah dan besarnya pengaruh keputusan pembuatan keputusan. Pembiayaan murabahah di BMT UGT Sidogiri Waru Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan sampel 90 pelanggan yang menggunakan pembiayaan murabahah. Kuesioner diuji validitas dan reliabilitas dari 20 pelanggan sebelum pengumpulan data penelitian. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji prasyarat analisis termasuk uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Untuk analisis data digunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa tingkat margin positif dan signifikan berdampak pada pengambilan keputusan pembiayaan Murabaha seperti yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi (R)

³⁷ Sugeng Raharjo, *pengaruh suku bunga, pendapatan nasabah, status pekerjaan nasabah dan jangka waktu kredit terhadap jumlah pengambilan kredit pada nasabah perusahaan daerah badan kredit kecamatan Eromoko Kabupaten Wonogiri* (STIE AUB Surakarta: Jurnal Ekonomi, 2010) dalam [www://doaj.org.com](http://doaj.org.com) diakses pada tanggal 11 Juni 2017.

sebesar 0,989, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,977.³⁸ Perbedaan penelitian Aini dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian, dan variabel independent ada tiga. Persamaannya sama-sama membahas tentang tingkat margin.

H. Kerangka Konseptual



Keterangan :

- 1) Pengaruh Pendapatan Anggota terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *Ijarah Muntahia Bit Tamlik* didukung teori yang dikemukakan oleh Winardi³⁹, Sumarwan⁴⁰. Serta didukung penelitian terdahulu oleh Mizan⁴¹, Joko⁴² dan Raharjo⁴³.

³⁸ Aisyah Nur Aini, *Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo Vol. 05 No. 01*, (Jurnal: El-Qist, 2015) dalam <http://www.e-jurnal.com/2016/01/pengaruh-tingkat-margin-terhadap.html> diakses pada 12 Juni 2017

³⁹ Winardi, *Pengantar Ekonomi...*, hal., 56.

⁴⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...*, hal. 204.

⁴¹ Muhamad Suip Yusri Hazmi Mizan, *Pengaruh Pendapatan Nasabah ...*

⁴² Joko Lelono Bambang Widoyono, *Analisis Faktor-faktor ...*

⁴³ Sugeng Raharjo, *pengaruh suku bunga, pendapatan nasabah, ...*

- 2) Pengaruh Persepsi terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *Ijarah Muntahia Bit Tamlik* didukung teori yang dikemukakan oleh Kotler⁴⁴, Rivai⁴⁵, Setiadi⁴⁶. Serta didukung penelitian terdahulu oleh Anggita⁴⁷, Setiyarini⁴⁸, Astuti⁴⁹, Juliansyah⁵⁰, dan Wahyuni⁵¹.
- 3) Pengaruh Margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *Ijarah Muntahia Bit Tamlik* didukung teori yang dikemukakan oleh Karim⁵², Kotler⁵³. Serta didukung penelitian terdahulu oleh Visa⁵⁴, Setiyarini⁵⁵, dan Aini⁵⁶.
- 4) Pengaruh pendapatan anggota, persepsi dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *Ijarah Muntahia Bit Tamlik* didukung teori yang dikemukakan oleh Etta⁵⁷, Keller⁵⁸.

I. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih dalam rumusan posisi yang dapat diuji secara empiris. Untuk itu dalam penelitian ini adalah:

⁴⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran...*, hal., 174.

⁴⁵ Veitzal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi ...*, hlm. 231.

⁴⁶ Nugraha J Setiadi, *Perilaku Konsumen...*, hal.160.

⁴⁷ Anggita Novita Gampu, *Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan...*

⁴⁸ Alima Setiyarini, *Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin...*

⁴⁹ Tri Astuti dan Rr. Indah Mustikawati, *Pengaruh Persepsi Nasabah,...*

⁵⁰ Eggi Juliansyah, *Analisis Persepsi, Preferensi,...*

⁵¹ Dewi Urip Wahyuni, *Pengaruh Motivasi, Persepsi dan,...*

⁵² Adiwarman Karim, *Bank Islam, Analisis Fiqih Dan Keuangan...*, hal.280.

⁵³ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran...*, hal., 84-85.

⁵⁴ Visa Alvi Sa'adah, *Pengaruh Penetapan Harga Jual dan Tingkat Margin...*

⁵⁵ Alima Setiyarini, *Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin...*

⁵⁶ Aisyah Nur Aini, *Pengaruh Tingkat Margin Terhadap,...*

⁵⁷ Etta Mamang Sangadji & Sopiha, *Perilaku Konsumen- Pendekatan Praktis...*, hal.,64.

⁵⁸ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran...*, hal., 222-224.

1. H1 = Terdapat hubungan yang signifikan antara pendapatan anggota terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Ijarah Muntahia Bit Tamlik (IMBT) di KSPPS BTM Surya Madinah.
2. H2 = Terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Ijarah Muntahia Bit Tamlik (IMBT) di KSPPS BTM Surya Madinah.
3. H3 = Terdapat hubungan yang signifikan antara margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Ijarah Muntahia Bit Tamlik (IMBT) di KSPPS BTM Surya Madinah.
4. H4 = Terdapat hubungan yang signifikan antara pendapatan anggota, Persepsi dan margin secara bersamaan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Ijarah Muntahia Bit Tamlik (IMBT) di KSPPS BTM Surya Madinah.