BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan dalam dunia keuangan bertindak sebagai penyedia jasa keuangan bagi nasabahnya, dimana pada umumnya lembaga ini diatur oleh regulasi keuangan dari pemerintah. Bentuk umum dari lembaga keuangan ini adalah termasuk perbankan, *building society* (sejenis koperasi diInggris), *credit union*, pialang saham, aset manajemen, modal ventura, koperasi, asuransi, dana pensiun, dan bisnis serupa lainnya.

Di Indonesia lembaga keuangan dapat dikelompokkan dalam dua bentuk yaitu lembaga keuangan Bank dan lembaga keuangan non Bank. Perbankan di Indonesia terdiri dari 2 (dua) jenis, yaitu Bank umum dan Bank Perkreditan Rakyat, sedangkan lembaga keuangan non Bank itu antara lain berbentuk koperasi, asuransi dan yang lainnya yang melakukan kegiatan usahanya dalam bentuk konvensional maupun syariah. Semakin beragamnya lembaga keuangan sekaligus menandakan kebangkitan dari dunia perbankan itu sendiri, dimulai pada era tahun 1980an yang pada saat itu menunjukkan tanda-tanda perkembangan perbankan di Indonesia yang mulai tampak.

Sejak ada krisis moneter pada tahun 1998 ini maka banyak bermunculan lembaga keuangan yang berstandart syariah, karena lembaga keuangan syariah ini sejak adanya regulasi dari lembaga hukum yang menaungi perbankan syariah di Indonesia semakin kuat. Berevolusi mulai dar Undang-undang Perbankan No. 7 Tahun 1992, dan dikuatkan PP No. 72 Tahun 1992 dan UU

No. 10 tahun 1998, serta Undang-undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah seperti mendapatkan jalannya untuk membuka usaha di Indonesia. Melalui keputusan surat Direksi Bank Indonesia No.32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 aturan mainnya pun ditetapkan pula oleh pemerintah.[1] Hasilnya, perkembangan lembaga keuangan ini setiap tahun mengalami peningkatan baik dari segi kuantitasnya maupun aset yang dimilikinya.

Peningkatan tersebut adalah bukti nyata bahwa bangsa Indonesia semakin hari semakin menaruh kepercayaan tinggi kepada lembaga keuangan berbasis syariah. Disamping karena mayoritas penduduk Indonesia beragama islam, yang secara tegas dalam ajarannya mengharamkan bunga bank karena dianggap sama dengan riba, sebagai masyarakat muslim kiranya kurang tepat memilih lembaga keuangan konvensional sebagai pilihan, karena didukung oleh usaha dari lembaga keuangan syariah itu sendiri yang semakin menunjukan citra positif dan professional. Kini, bank syariah yang dulunya diragukan akan sistem operasinya, sekarang telah menunjukkan kemajuan yang signifikan. Sehingga perbankan yang yang berprinsip syariah ini menjadi alternatif sumber pembiayaan bagi nasabah yang akan mengajukan pembiayaan. Perkembangan perbankan syariah tidak hanya dari skala makro misalnya Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah, Pasar Modal Syariah. Melainkan juga di skala mikro misalnya BPR Syariah.

---

[1] M. Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman, cet. III*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hal: 61

BPRS merupakan salah satu jenis lembaga keuangan yang berstandart syariah. Keberadaan BPRS secara khusus dijabarkan dalam bentuk SK Direksi BI No. 32/34/Kep/Dir, tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum berdasarkan Prinsip Syariah dan SK Direksi BI No. 32/36/Kep/Dir, tertanggal 12 Mei 1999 dan Surat Edaran BI No. 32/4/KPPB tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat Berdasarkan Prinsip Syariah. Perkembangan bank syariah dari awal keberadaannya hingga November 2001 terdapat 81 BPRS. BPRS tersebut distribusi jaringan kantor tersebar pada 18 provinsi yang beradadi Indonesia.[2]

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik merupakan salah satu BPRS di Indonesia. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses diresmikan pada tanggal 1 Juli 2008 yang beralamat di Jl. Panglima Sudirman No. 103 Gresik, kemudian pindah di Jl. Kartini No. 7 Ruko Andalusia Square Blok A2 Gresik. Memiliki dua Kantor Cabang yaitu beralamat di Jl. Diponegoro 1F Bojonegoro dan di Jl. Lukman hakim No. 35 Tuban, dan memiliki tiga Kantor Kas yaitu yang beralamat di Perum Menganti Permai Blok A3 No. 1 (Belakang Toko Usaha Baru) Menganti-Gresik, Jl. Pahlawan No.4 Sidayu-Gresik, dan Jl. Raya Permata Suci 10A Pondok Permata Suci Gresik. Lokasi Kantor Pusat BPRS Mandiri Mitra sukses memilih tempat di perkotaan untuk memudahkan pengaksesan kegiatan operasional bank yaitu beralamat di Jl. Kartini No.7 Ruko Andalusia Square Blok A2 Gresik. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses

[2]Ismail, "Sejarah Perkembangan BPR Syariah di Indonesia", di akses dari https://ismail125cc.blogspot.co.id/2014/03/sejarah-perkembangan-bpr-syariah-di.html, pada tanggal 16 Oktober 2017 pukul 18:22 wib

Gresik merupakan tergolong BPRS yang baru berdiri dan sudah memiliki berbagai produk yang ditawarkannya termasuk produk pembiayaan yang banyak jenisnya yang bisa ditawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah, salah satunya yaitu produk pembiayaan dengan akad *murabahah*. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik merupakan salah satu lembaga keuangan syariah mikro yang membantu masyarakat menengah kebawah. Disisi lain, BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik juga memiliki ciri khas tersendiri yaitu sektor pasar nya berada pada pasar-pasar tradisional dimana nasabah nya hampir 99% berasal dari pedagang pasar yang sistemnya menggunakan jemput bola.

Jika keberadaan lembaga-lembaga keuangan yang ada di Indonesia pada era-10 tahun sebelumnya masih bersifat pasif, dalam arti hanya menunggu nasabah datang ke lembaga keuangan tersebut. Cara-cara seperti ini kemudian berubah dan ditinggalkan, karena ternyata masyarakat kurang mengerti fungsi dari lembaga keuangan. Bahkan ada kesan eksklusif yang diberikan kepada dunia perbankan pada saat itu. Saat ini keadaan yang ada justru menjadi terbalik, seiring berkembangnya perbankan di Indonesia juga adanya perbankan syariah, kesan eksklusif lembaga keuangan selama ini menjadi pupus dengan kesan ramah dan bersahabat yang ditunjukkan oleh segenap karyawan di Lembaga keuangan. Lembaga keuangan yang ada mulai aktif mengejar nasabah dan berusaha menarik minat nasabah untuk menikmati jasa lembaga keuangan yang ditawarkan. Kegiatan seperti inilah yang merupakan

kegiatan pemasaran sebagai kegiatan ujung tombak untuk memajukan lembaga keuangan termasuk di lembaga keuangan syariah.[3]

Sehubungan dengan cara menumbuhkan minat nasabah tentu dibutuhkan manajemen pemasaran yang baik, manajemen pemasaran yang ada di perbankan syariah memberikan sumbangan fungsional yang paling besar dalam proses perencanaan strategis, karena pemasaran merupakan peranan yang penting dalam dunia usaha. Kegiatan pemasaran dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan untuk mendapatkan laba. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perlu melakukan stategi yang tepat seperti strategi yang sudah diterapkan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik yaitu menggunakan stategi promosi.

Promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Seringkali terjadi ketidaksesuaian nasabah setelah memutusakan menggunakan salah satu produk di suatu bank tertentu, karena tidak sesuai dengan keinginan atau gambaran sebelumnya. Karena itu dalam melakukan promosi ada beberapa faktor yang harus diperhatikan untuk mendukung

---

[3] Muhammad Ibnu ‘Azizan, *Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Griya ib Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung* (2014), diakses menggunakan alamat *http://repo.iain-tulungagung.ac.id/107/* pada Jam 09:31 Tanggal 29 November 2017

kegiatan tersebut. Agar kegiatan promosi dapat berjalan lancar, perlu adanya tujuan yang jelas dari kegiatan promosi yang akan dilakukan oleh bank tersebut. Promosi berkenaan pula dengan mempengaruhi tingkah laku pembeli, maka kegiatan promosi sangatlah penting dalam meningkatkan nasabah. Karena dengan promosi, nasabah dapat mengetahui tentang sifat dan karakteristik produk yang ditawarkan oleh bank.

Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli, bukan hanya sekedar untuk membeli saja melainkan promosi juga dapat untuk mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk-produk bank yang lainnya dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.[4] Pada kenyataanya masih banyak karyawan yang tidak mempromosikan produk-produk lain yang dimiliki perusahaan untuk menunjang pendapatan perusahaan, ini yang menjadi salah satu penghambat perkembangan suatuan perusahaan tersebut.

Pada dasarnya kegiatan mempromosikan barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan meliputi tiga aspek, yaitu memberi informasi mengenai sesuatu barang atau jasa (misalnya apa keunggulannya), membujuk

[4] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hal. 175.

para konsumen untuk membeli barang tersebut dan mempengaruhi para konsumen.[5]

Dalam memasarkan suatu produk pembiayan tentunya tidak luput dari tingkat margin yang ditawarkan oleh suatu perusahaan tersebut. Disisi lain, masih terdapat kritikan-kritikan terhadap beberapa praktik yang dilakukan perbankan syariah dan BPRS selama ini terutama pada pembiayaan (*murabahah*) yang dianggap masih sama dengan kredit pada perbankan konvensional. Analisis ini didasarkan pada kenyataan bahwa proses penentuan harga jual *murabahah* adalah tetap menggunakan *flat rate* yang merupakan pikiran utama dalam perbankan konvensional.[6]

Dalam penentuan tingkat margin terkadang lembaga keuangan syariah penetapannya masih ditentukan dari lembaga tersebut, karena beberapa nasabah terkadang belum paham tentang berapa margin yang sesuai pada saat ini, bahkah banyak nasabah yang tidak mengerti dengan istilah margin. Dengan fenomena tersebut bisanya Lembaga Keuangan Syariah mulai mematok berapa margin yang akan diberikan kepada nasabah dan langsung menjelaskan berapa angsuran per bulanya. Seharusnya lembaga keuangan menjelaskan berapa patokan margin plafon pembiayaan yang diinginkan nasabah, dan memusyawarahkan antara nasabah dengan lembaga keuangan kesesuaian margin yang ditentukan dengan kesepakatan kedua belah pihak.

---

[5] Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 235.

[6] Visa Alvi Sa'adah, *Pengaruh Penetapan Harga Jual Dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah Pada Anggota Bmt Agritama Blitar* (2015), diakses menggunakan alamat http://repo.iain-tulungagung.ac.id/1770/ pada Jam 08:17 Tanggal 29 November 2017

Bagi lembaga yang bergerak pada bidang jasa perbankan syariah, memberi pelayanan yang baik dapat menunjang dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarkat yang luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah merupakan hal yang penting. Kualitas pelayanan mempunyai peranan yang sangat penting karena menentukan puas atau tidaknya suatu nasabah atas pelayanan yang diberikan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik maka nasabah (masyarakat) akan dengan sendirinya untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah tersebut.

Secara umum calon nasabah yang akan melakukan transaksi tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan factor-faktor tertentu untuk memutuskan bertransaksi. Selain itu nasabah juga memperhatikan kualitas pelayanan serta produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menggunakan salah satu produk bank, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannnya.[7]

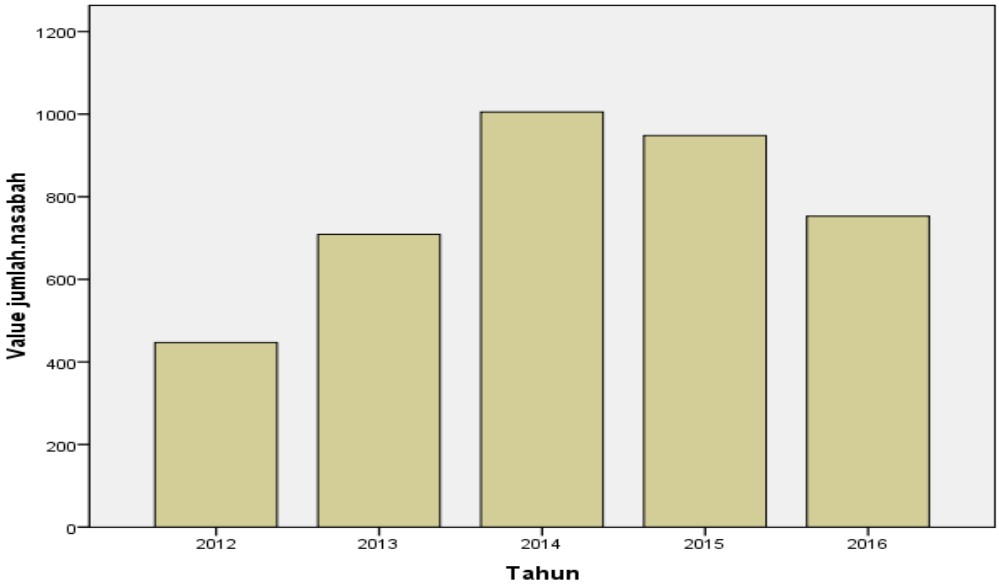
Dari beberapa faktor diatas melatar belakangi nasabah untuk mengambil keputusan, terutama dalam memilih keputusan mengambil pembiayaan *murabahah*. Pembiayaan *murabahah* merupakan salah satu pembiayaan yang

[7] Neneng Fajriyah, *Pengaruh Promosi, Reputasi, Dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri Kcp Tangerang Bintaro Sektor III* (2013), diakses menggunakan alamat http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/23879/1/Neneng%20Fajriyah%20NIM%20%20108081000058.pdf, pada Jam 18:38 Tanggal 03 Desember 2017

tingkat risiko nya rendah dibandingkan dengan pembiayaan yang lain karena plafon pembiayaan yang diberikan tidak terlalu besar. Pembiayaan murabahah sangat cocok diberikan kepada penjual pasar yang notabene nya kebanyakan nasabah yang ada di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik adalah pedagang pasar.

Berikut grafik jumlah nasabah pembiayaan murabahah di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik mulai dari tahun 2012-2016:[8]

Gambar 1.1
Grafik Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik dari Tahun 2012-2016



Dari grafik diatas dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan nasabah pembiayaan *murabahah* pada tahun 2012-2014 hal ini menunjukan meningkatnya minat nasabah dalam memakai produk pembiayaan *murabahah* tersebut dan dapat kita ketahui dari grafik diatas adanya penurunan pada tahun 2015-2016. Adanya peningkatan dan penurunan jumlah nasabah pembiayaan

[8] Laporan data nasabah pembiayaan BPRS Mandiri Mitra Sukses gresik tahun 2012-2016

murabahah ini menarik peneliti untuk meneliti terkait promosi, tingkat margin, dan pelayanan terhadap keputusan mengambil pembiayaan *murabahah*.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Promosi, Tingkat Margin, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan Murabahah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik"**.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan kemungkinan-kemungkinan cakupan yang dapat muncul dalam penelitian dengan judul pengaruh promosi, tingkat margin, dan pelayanan terhadap keputusan mengambil pembiayaan *murabahah* pada Bank Pengkreditan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik. Adapun identifikasi masalah yang akan muncul diantaranya adalah 1) Kurangnya manajemen pemasaran salah satunya promosi produk pembiayaan pada Bank Pengkreditan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik, 2) Kurang tepatnya pembagian tingkat margin yang diberikan oleh Bank Pengkreditan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik kepada nasabah, 3) Kurang baiknya pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah dan 4) Kurang perdulinya nasabah Bank Pengkreditan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik terhadap penelitian yang sedang dilaksankan.

2. Batasan Masalah

Batasan masalah adalah hal-hal yang ditentukan oleh peneliti untuk menetapkan batas-batas masalah secara jelas, sehingga mana saja yang termasuk dan tidak termasuk dalam masalah yang akan dilakukan oleh peneliti dalam penilitin dengan judul pengaruh promosi, tingkat margin, dan pelayanan terhadap keputusan mengambil pembiyaan *murabahah* pada Bank Pengkreditan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik. Adapaun batasan masalah sebagai berikut: 1) Penelitian dilaksanakan di kantor pusat Bank Pengkreditan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses di Kabupaten Gresik, 2) Penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas yaitu promosi, tingkat margin dan pelayanan dan terdiri dari satu variabel terikat yaitu keputusan mengambil pembiayaan *murabahah*, 3) Obyek penelitian adalah seluruh nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Mandiri Mitra Sukses Gresik.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti maka rumusan masalah dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik?

2. Apakah tingkat margin berpengaruh siginifikan terhadap keputusan dalam mengambil prmbiayaan *murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik?
3. Apakah Pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada bank Pembiayaan Rakyat Mandiri Mitra Sukses Gresik?
4. Apakah promosi, tingkat margin, dan pelayanan secara bersama-sama akan berpengaruh keputusan dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan maslah yang ada yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik.
2. Mengetahui tingkat tingkat margin berpengaruh siginifikan terhadap keputusan dalam mengambil prmbiayaan *murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik.
3. Untuk mengetahui apakah pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada bank Pembiayaan Rakyat Mandiri Mitra Sukses Gresik.

4. Untuk mengetahui apakah promosi, tingkat margin, dan pelayanan secara bersama-sama akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Praktis

Adapun kegunaan penelitian secara praktis yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

a. Bagi Penulis

Sebagai bahan masukan untuk menambah wawasan serta memperluas pengetahuan penulis tentang hubungan promosi, tingkat margin, dan pelayanan terhadap keputusan mengambil pembiayaan, sehingga akan menciptakan etos kerja yang baik di masa yang akan datang.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa IAIN Tulungagung untuk penelitian dibidang promosi, tingkat margin, dan pelayanan terhadap keputusan mengambil pembiayaan *murabahah* dimasa yang akan datang dan sebagai reverensi pembendaharaan Perpustakaan IAIN Tulungagung.

c. Bagi Bank Pembiayaann Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak lembaga dalam usaha meningkatkan pemasaran produk pembiayaan supaya lebih memuaskan nasabah dan menambah loyalitas nasabah kepada lembaga

serta untuk mempertahankan strategi pemasaran yang sudah ada guna menguntungkan dimasa kini dan dimasa yang akan datang.

d. Bagi Pembaca

Penelitian ini dihrapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi untuk memperkaya khasanah keilmuan di bidang yang sama.

2. Secara Teoristis

Dalam dunia pendidikan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber pengetahuan bagi para pelajar maupun mahasiswa dalam memahami pengaruh promosi, tingkat margin, dan pelayanan terhadap keputusan mengambil pembiayaan *murabahah* pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Pengaruh

Adalah daya yang ada atau tumbuh dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak. Menurut Kamus Baru Bahasa Indonesia, pengaruh berarti daya kekuatan yang datang dari keadaan sekelilingnya.[9]

[9] Departeman Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus besar Bahasa Indonesia* (Balai Pustaka, Jakarta 2000), hal 664

b. Promosi

Suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan atau penjual untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.[10]

c. Margin

Margin adalah laba kotor atau tingkat selisih antara biaya produksi dan harga jual dipasar.[11]

d. Pelayanan

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang karyawan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik untuk memberian kepuasan kepada nasabah.

e. Keputusan

Sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa.[12]

f. Nasabah

Adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi langganan bank (dalam hal keuangan).[13]

g. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang

---

[10]Padji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hal. 222.

[11] *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa,* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, Edisi Revisi 2008), hal. 879

[12] Ahmad Ulinuha, *pengaruh pelayanan dan citra pegadaian syari'ah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada pegadaian syari'ah cabang majapahit semarang*, (Semarang, 2010), hal.17.

[13] Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rieneka Cipta. 1998). hal.15

merupakan *defisit unit*. Pembiayaan *murabahah* merupakan pembiayaan untuk biaya pengadaan bahan baku dan penolong, dan juga dapat digunakan untuk biaya proses produksi dan penjualan seperti upah tenaga kerja, biaya pengepakan, biaya distribusi, serta biaya-biaya lainnya.[14]

2. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini memuat variabel X1 yaitu promosi, variabel X2 yaitu tingkat margin, dan variabel X3 pelayanan terhadap variable Y yaitu bauran keputusan mengambil pembiayaan *murabahah*. Secara operasionalnya, kajian dalam judul ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh promosi berpengaruh terhadap keputusan mengambil pembiayaan *murabahah*, pengaruh bagi hasil terhadap keputusan mengambil pembiayaan *murabahah*, pengaruh pelayanan terhadap keputusan mengambil pembiayaan *murabahah*, dan untuk mengetahui pengaruh promosi, bagi hasil, dan pelayanan apakah akan mempengaruhi keputusan dalam mengambil pembiayaan *murabahah* secara bersamaan.

G. Sistematika Skripsi

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika pembahasan disajikan dalam enam bab, dan disetiap babnya terdapat sub bab sebagai perincian dari bab-bab tersebut. Sehingga sistematika pembahasannya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

[14] Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 160-164

Diuraikan secara garis besar permasalahan penelitian yang meliputi: Latar belakang masalah; Identifikasi dan Pembatasan Masalah; Rumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Kegunaan Penelitian; Penegasan Istilah dan Sistematika Skripsi

BAB II : LANADASAN TEORI

Berisi tentang landasan teori yang mencakup tentang: Diskripsi teori (promosi, tingkat margin, pelayanan, dan produk pembiayaan *murabahah*); Penelitian Terdahulu; Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan gambaran proses penelitian dilapangan di tempat observasi, yang disesuaikan dengan teori atau konsep-konsep relevan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Dimana metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Rancangan Penelitian yang berisi tentang Pendekatan Penelitian; Populasi dan pengambilan sampling, Sumber Data; Teknik Pengumpulan Data; dan Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian yang berisikan tentang hasil penelitian yang telah diteliti, deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V : PEMBAHASAN

Pada bagian pembahasan memuat keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan atau teori

yang ditemukan terhadap teori temuan sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkapkan dari lapangan.

BAB VI : PENUTUP

Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran, peneliti menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti juga menguraikan saran-saran yang diharapkan bermanfaat bagi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses gresik.