BAB II

Landasan Teori

A. Kerangka Teori

1. Minat Nasabah

1) Pengertian Minat

Dalam kehidupan ini kita akan selalu berkomunikasi atau berhubungan dengan orang lain, benda, situasi dan aktivitas-aktivitas yang terdapat di sekitar kita. Dalam berhubungan tersebut kita mungkin bersikap menerima, membiarkan atau menolaknya. Apabila kita menaruh minat, itu berarti kita menyambut atau bersikap positif dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan tersebut dengan demikian maka akan cenderung untuk memberi perhatian dan melakukan tindakan lebih lanjut.[15]

Dari segi bahasa minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan.

Sedangkan menurut istilah, ada beberapa ahli berpendapat sebagai berikut:

[15] Abdul Rahman Shaleh, Muhbib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam,* (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 262

Menurut Sujanto minat adalah sesuatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungannya.[16]

Menurut Sabri minat adalah suatu kecenderungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus menerus.

Menurut Sutjipto minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu soal atau sesuatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Sedangkan menurut Walgito minat adalah salah satu motif objektif (*objectif motivase*) yag tertuju pada sesuatu yang khusus. Apabila individu telah mempunyai minat terhadap sesuatu maka perhatiannya dengan akan tertarik terhadap objek tersebut.

Dari beberapa pendapat yang dikemukakan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Di dalam minat juga ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha (untuk: mendekati/ mengetahui/ memiliki/ menguasai/ berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek.

Minat merupakan sesuatu yang harus diteruskan pada hal-hal konkret. Karena sebenarnya minat masih merupakan hal yang abstrak. Upaya kita dalam membedakan minat inilah yang dituntut dalam Islam.

[16] Sujanto, *Psikologi Umum...*, hal. 92

Jika kita memiliki minat yang besar terhadap sesuatu namun tidak melakukan upaya untuk meraih, mendapatkan atau memilikinya maka minat itu tidak ada gunanya. Sesuatu hal yang naif jika seseorang memiliki minat pada sesuatu namun tidak meresponnya dengan tindakan nyata. Karena pada dasarnya jika kita menaruh minat pada sesuatu, maka berarti kita menyambut baik dan bersikap positif dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan tersebut.

2) Macam-macam Minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, tergantung pada sudut pandang dan cara penggolongannya. Diantaranya sebagai berikut[17]:

a. Berdasarkan timbulnya, minat dibedakan menjadi dua yaitu:

   a) Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makan.

   b) Minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Misalnya keinginan untuk memiliki mobil.

b. Berdasarkan arahnya, minat dibedakan menjadi dua yaitu:

   a) Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau

[17] Shaleh, *Psikologi Suatu...*, hal. 265-268

minat asli. Misalnya seseorang belajar karena memang senang membaca.

b) Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.

c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dibedakan menjadi empat yaitu:

a) *Expressed interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi dan paling tidak disenangi.

b) *Manifest interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobinya.

c) *Tested interest* adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.

d) *Inventoried interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandardisasikan.

3) Kebutuhan nasabah pemicu timbulnya minat

a. Pengertian Kebutuhan

Kebutuhan dapat didefinisikan sebagai suatu kesenjangan atau pertentangan yang dialami antar suatu kenyataan dengan dorongan yang ada dalam diri. Apabila nasabah kebutuhannya tidak terpenuhi, ia akan menunjukkan perilaku kecewa. Sebaliknya, jika kebutuhan terpenuhi, konsumen akan memperlihatkan perilaku yang gembira sebagai manifestasi rasa puasnya. Kebutuhan merupakan fundamental yang mendasari perilaku konsumen. Kita tidak mungkin memahami perilaku konsumen tanpa mengerti kebutuhannya. Kebutuhan konsumen mengandung elemen dorongan biologis, fisiologis, psikologis dan sosial.[18]

b. Tipologi kebutuhan

a) Hierarki kebutuhan menurut Teori Abraham Maslow

Abraham Maslow berpendapat bahwa hierarki kebutuhan manusia adalah:

1. Kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan untuk makan, minum, perlindungan fisik, bernafas, seksual. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan tingkat-tingkat terendah atau disebut pula sebagai kebutuhan paling dasar.

[18] Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), hal. 5-6

2. Kebutuhan rasa aman merupakan kebutuhan akan perlindungan dari ancaman, bahaya, pertentangan dan linkungan hidup.
3. Kebutuhan untuk merasa memiliki merupakan kebutuhan untuk diterima oleh kelompok, berafiliasi, berinteraksi dan kebutuhan untuk mencintai dan dicintai.
4. Kebutuhan akan harga diri merupakan kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh orang lain.
5. Kebutuhan untuk aktualisasi diri merupakan kebutuhan untuk menggunakan kemampuan, skill dan potensi, kebutuhan untuk berpendapat dengan menemukan ide-ide, memberi penilaian dan kritikan terhadap sesuatu.

Selanjutnya Abraham Maslow mengemukakan bahwa orang dewasa dapat memuaskan kira-kira 85 persen kebutuhan fisiologis, 70 persen kebutuhan rasa aman, 50 persen kebutuhan untuk memiliki dan mencintai, 40 persen kebutuhan harga diri, dan hanya 10 persen kebutuhan aktualisasi diri.

Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf mengemukakan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat korelasi positif antara posisi hierarki kebutuhan perbedaan suatu produk. Tingkat kebutuhan yang lebih tinggi akan menunjukkan perbedaan yang lebih besar terhadap suatu produk.

b) Kebutuhan menurut David McClelland

David McClalland mengemukakan bahwa ada tiga macam kebutuhan yaitu[19]:

1. *Need for achievement* yaitu kebutuhan untuk berprestasi yang merupakan refleksi dari dorongan akan tanggung jawab untuk pemecahan masalah. Seorang yang kebuthan berorestasinya tinggi cenderung untuk berani mengambil risiko.
2. *Need for affiliation* yaitu kebutuhan untuk berafiliasi yang merupakan dorongan untuk berinteraksi dengan orang lain, berada bersama orang lain, tidak mau melakukan sesuatu yang merugikan orang lain.
3. *Need for power* yaitu kebutuhan akan kekuasaan yang merupakan refleksi dari dorongan untuk mencapai autoritas, untuk memiliki pengaruh kepada orang lain.

4) Indikator Minat

Indikator yang dapat dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah mengacu pada Crow and Crow (1973) berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat yaitu[20]:

a. Dorongan dari dalam diri individual. Dorongan ini seperti rasa ingin tau, hal ini akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar.

[19] Mangkunegara, *Perilaku Konsumen...*, hal. 6-8

[20] Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar...*, hal. 264 - 265

b. Motif sosial. Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain.

c. Faktor emosional. Minat ini mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

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

5) Faktor yang Mempengaruhi Minat

a. Faktor Produk

Atribut yang ada pada suatu produk merupakan hal yang penting guna menarik seseorang untuk menggunakannya.

b. Faktor Kepercayaan

Kepercayaan seseorang terhadap suatu produk memiliki peran tersendiri dalam membentuk perilaku dari orang tersebut, yaitu dengan memilih produk yang baik dan juga terpercaya.

c. Faktor Kebutuhan

Kebutuhan merupakan sifat alamiah seseorang sehingga dijadikan sebagai suatu motivasi dalam berperilaku, yaitu dengan memanfaatkan fasilitas yang ada.

d. Faktor Bagi Hasil

Bagi hasil menurut terminologi asing (Inggris) dikenal dengan *profit sharing*. *profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. Secara definitif profit sharing diartikan distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan. Secara syariah prinsip bagi hasil (profit sharing) berdasarkan pada kaidah *mudharabah.* Dimana bank akan bertindak sebagai shahibul maal (penyandang dana).

e. Faktor Fasilitas Pelayanan

Telah kita temui bahwa dalam memberikan pelayanan seorang pegawai bank juga diperlukan etika, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai.

f. Faktor Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditunjuk untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat mengenal akan produk yang ditawarkan sehingga diharapkan konsumen menjadi senang menggunakannya.[21]

2. Pembiayaan Murabahah

1) Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan atau *financing*, merupakan pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

Salah satu tujuan pembiayaan yaitu untuk tingkat makro. Tujuan pembiayaan untuk tingkat makro yaitu[22]:

a. Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi. Dengan demikian, dapat meningkatkan taraf ekonominya.

b. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melakukan aktivitas pembiayaan. Pihak yang

[21] Djaslim Saladin, *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, Cet. Ke-2,* (Bandung: Mandar Maju, 1996), hal. 51

[22] Rival, *Islamic Banking...*, hal. 681-682

surplus dana menyalurkan kepada pihak minus dana, sehingga dapat tergulirkan.

c. Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat usaha agar mampu meningkatkan daya produksinya. Sebab upaya produksi tidak akan dapat jalan tanpa adanya dana.

d. Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja. Hal ini berarti menambah atau membuka lapangan kerja baru.

e. Terjadinya distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatn dari hasil usahnya. Penghasilan merupakan bagian dari pendapatan masyarakat. Jika ini terjadi maka akan terdistribusi pendapatan.

2) Pengertian Pembiayaan Murabahah

a. Pengertian murabahah

yaitu perjanjian jual-beli antara bank dan nasabah di mana bank Islam membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar

harga perolehan ditambah dengan margin/keuntungan yang disepakati antara bank Islam dan nasabah.[23]

Singkatnya, murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts*, karena dalam murabahah ditentukan beberapa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang ingin diperoleh).[24]

Murabahah dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan. Dalam murabahah berdasarkan pesanan, bank melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari nasabah. Murabahah berdasarkan pesanan dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat nasabah untuk membeli barang yang dipesannya. Pembayaran murabahah dapat dilakukan secara tunai atau cicilan.[25]

Ciri dasar kontrak murabahah adalah:

a) Si pembeli harus memiliki pengetahuan tentang biaya-biaya terkait dan tentang harga hasil barang, dan batas laba (*mark-up*) harus

[23] Rival, *Islamic Banking...*, hal. 688

[24] Karim, *Bank Islam...*, hal. 113

[25] Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), hal. 271-272

ditetapkan dalam bentuk nominal/persentase dari total harga plus biaya-biayanya.

b) Apa yang dijual adalah barang atau komoditas dan dibayar dengan uang.

c) Apa yang diperjual-belikan harus ada dan dimiliki oleh si penjual dan si penjual harus mampu menyerahkan barang itu kepada si pembeli

d) Pembayaran di tangguhkan.[26]

b. Landasan Hukum

Landasan hukum akad murabahah ini adalah:

Ayat-ayat Al-Quran yang secara umum membolehkan jual beli, diantaranya adalah firman Allah:

وَأَحَلَّ اللهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

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

Ayat ini menunjukkan bolehnya melakukan transaksi jual beli dan murabahah merupakan salah satu bentuk dari jual beli.

Dan firman Allah:

[26] Asiyah, *Manajemen Pembiayaan...*, hal. 152

يَاأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لاَتَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلاَّ أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ.

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu" (QS. An-Nisaa:29).

c. Rukun Murabahah

a) Penjual (Ba'i)

b) Pembeli (*Musytari*)

c) Objek jual beli (*Mabi'*)

d) Harga (*Tsaman*)

e) Ijab qabul

3. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)

1) Pengertian BMT

BMT merupakan kependekan dari Baitul Mal wa Tamwil atau dapat juga ditulis dengan baitul maal wa baitul tamwil. Secara harfiah/ lughowi baitul maal berarti rumah dana dan baitul tamwil berarti rumah usaha. Baitul maal dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan

perkembangan Islam, dimana baitul maal berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial. Sedangakn baitul tamwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.

Dari pengertian tersebut dapat ditarik suatu pengertian yang menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Peran sosial BMT akan terlihat pada definisi baitul maal, sedangkan peran bisnis BMT terlihat dari definisi baitul tamwil. Sebagai lembaga sosial, baitul maal memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan Lembaga Amil Zakat (LAZ), oleh karenanya, baitul maal ini harus didorong agar mampu berperan secara profesional menjadi LAZ yang mapan. Fungsi tersebut paling tidak meliputi upaya pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah, wakaf dan sumber dana-dana sosial yang lain, dan upaya pensyarufan zakat kepada golongan yang paling berhak sesuai dengan ketentuan asnabiah (UU Nomor 38 tahun 1999).

2) Visi BMT

Visi BMT harus mengarah pada upaya untuk mewujudkan BMT menjadi lembaga yang mampu meningkatkan kualitas ibadah anggota (ibadah dalam arti yang luas), sehingga mampu berperan sebagai wakil-pengabdi Allah SWT, memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Titik tekan perumusan visi BMT adalah mewujudkan lembaga yang profesional dan dapat meningkatkan kualitas ibadah. Ibadah harus dipahami dalam arti yang luas, yakni tidak saja

mencakup aspek ritual peribadatan seperti sholat misalnya, tetapi lebih luas mencakup segala aspek kehidupan. Sehingga setiap kegiatan BMT harus berorientasi pada upaya mewujudkan ekonomi yang adil dan makmur.

Masing-masing BMT dapat saja merumuskan visinya sendiri. Karena visi sangat dipengaruhi oleh lingkungan bisnisnya, latar belakang masyarakatnya serta visi para pendirinya. Namun demikian, prinsip perumusan visi harus sama dan tetap dipegang teguh. Karena visi sifatnya jangka panjang, maka perumusannya harus dilakukan dengan sungguh-sungguh. Pendirian tidak dapat begitu saja menghabiskan aspek ini.

3) Misi BMT

Misi BMT adalah membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dan struktur masyarakat madani yang adil berkemakmuran-berkemajuan, serta makmur-maju berkeadilan berlandaskan syariah dan ridho Allah SWT.

Dari pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa misi BMT bukan semata-mata mencari keuntungan dan penumpukan laba-modal pada segolongan orang kaya saja, tetapi lebih berorientasi pada pendistribusian laba yang merata dan adil, sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Masyarakat ekonomi kelas bawah-mikro harus didorong untuk

berpartisipasi dalam modal melalui simpanan penyertaan modal, sehingga mereka dapat menikmati hasil-hasil BMT.

Struktur masyarakat madani yang adil merupakan cerminan dari struktur masyarakat yang dibangun pada masa Nabi Muhammad SAW di Madinah. Pada musim ini kehidupan umat (Islam dan non Islam) dapat berjalan secara damai. Hubungan masyarakatnya berjalan dibawah kendali Nabi. Kehidupan ekonominya dapat berkembang. Zakat yang menjadi kewajiban umat Islam serta jizyah, yang menjadi beban warga non muslim dapat berjalan dengan baik. Pendistribusian keuangan negara dapat dilaksanakan secara merata dan adil.

4) Tujuan BMT

Didirikannya BMT bertujuan; meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Pengertian tersebut dapat dipahami bahwa BMT berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat. Anggota harus diberdayakan (*empowering*) supaya dapat mandiri. Dengan sendirinya, tidak dapat dibenarkan jika para anggota dan masyarakat menjadi sangat tergantung kepada BMT. Dengan menjadi anggota BMT, masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup melalui peningkatan usahanya.

Pemberian modal pinjaman sedapat mungkin dapat memandirikan ekonomi para peminjam. Oleh sebab itu, sangat perlu dilakukan

pendampingan. Dalam pelemparan pembiayaan, BMT harus dapat menciptakan suasana keterbukaan, sehingga dapat mendeteksi berbagai kemungkinan yang timbul dari pembiayaan. Untuk mempermudah pendampingan, pendekatan pola kelompok menjadi sangat penting. Anggota dikelompokkan berdasarkan usaha yang sejenis atau kedekatan tempat tinggal, sehingga BMT dapat dengan mudah melakukan pendampingan.[27]

4. Pendapatan Nasabah

Dalam PSAK Nomor 23 Buku SAK 1994, penghasilan (*income*) berarti suatu penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Penghasilan meliputi pendapatan (*revenues*) dan keuntungan (*gains*). Pendapatan terjadi karena pelaksanaan aktivitas perusahaan yang biasa dan dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti penjualan (barang), imbalan atas jasa, bunga, dividen, royalti, dan sewa.[28] Pendapatan dalam ilmu ekonomi teoritis adalah hasil yang diterima, baik berupa uang maupun lainnya atas penggunaan kekayaan (jasa manusia).[29] Pendapatan didefinisikan sebagai peningkatan manfaat ekonomi selama satu periode

[27] Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil,* (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal. 126-128

[28] Gunadi, *Akuntansi Pajak Sesuai dengan Undang-Undang Pajak Baru,* (Jakarta: PT Grasindo, 2006), hal. 131

[29] Ahmad Hasan Ridwan, *BMT dan bank Islam,* (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), hal. 33

akuntansi tertentu dalam bentuk pemasukan atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang menyebabkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Dijelaskan pula bahwa pendapatan adalah hasil penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Selain itu pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subyek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.

Pendapatan masyarakat digolongkan menjadi dua bagian yaitu :

1) Pendapatan permanen (*permanent income*)

   Merupakan pendapatan yang selalu diterima pada setiap periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya. Pendapatan ini juga merupakan pendapatan yang diperoleh dari semua faktor yang menentukan kekayaan seseorang.

2) Pendapatan sementara (*transitory income*)

   Merupakan pendapatan yang tidak dapat diperkirakan.

Winardi mengatakan bahwa pendapatan adalah 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. Pada umumnya pengaruh pendapatan terhadap permintaan adalah positif dalam arti bahwa kenaikan pendapatan akan menaikkan permintaan. Hal ini terjadi apabila barang tersebut merupakan barang sub perior atau normal, ini seperti efek selera dan efek banyaknya pembeli yang mempunyai efek positif. Begitu sebaliknya pada kasus barang interior, maka kenaikan pendapatan justru menurunkan permintaan.[30]

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan yaitu[31]:

1) Kesempatan kerja yang tersedia, semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.
2) Kecakapan dan keahlian, dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.
3) Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh.
4) Keuletan kerja, pengertian keuletan kerja dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan.

[30] Widayat, *Metode Penelitian...*, hal. 47

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

5) Banyak sedikitnya modal yang digunakan, besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan.

6) Jenis pekerjaan, terdapat banyak jenis pekerjaan yang dapat dipilih seseorang dalam melakukan pekerjaannya untuk mendapatkan penghasilan.

5. Sumber-sumber Pendapatan

Kaitannya dengan kegiatan operasional perusahaan, pendapatan berasal dari tiga sumber, yaitu[32]:

1) Pendapatan operasi merupakan pendapatan yang tidak terkait dengan aktivitas perusahaan dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama perusahaan.

2) Pendapatan non operasi merupakan pendapatan yang tidak terkait dengan aktivitas perusahaan, yaitu pendapatan yang didapat dari faktor eksternal.

3) Pendapatan luar biasa merupakan pendapatan yang tak terduga, dimana pendapatan ini tidak sering terjadi dan biasanya diharapkan tidak terulang lagi dimasa yang akan datang.

---

[32] Dian Sempana, *Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Pendapatan Nasabah, Kualitas Pelayanan Dan Nisbah Bagi Hasil Tabungan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada BMT Pahlawan Tulungagung,* (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), (Diakses tanggal 04 Oktober 2017 pukul 13.58), hal. 41

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

1) Golongan pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp 3.500.000 per bulan
2) Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp 2.500.000 – s/d Rp 3.500.000 per bulan
3) Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp 1.500.000 – s/d Rp 2.500.000 per bulan
4) Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp 1.500.000 per bulan. [33]

6. Tingkat Margin

1) Pengertian Tingkat Margin

Tingkat margin menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi

[33] Diana Wulansari, *Pengaruh Pendapatan Anggota, Persepsi dan Margin terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Ijarah Muntahia Bit Tamlik (Studi Kasus Anggota KSPPS BTM Surya Madinah)*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkah, 2017), (Diakses tanggal 04 Oktober 2017 pukul 21.45), hal. 22

Jasa Keuangan Syariah, Margin adalah keuntungan yang diperoleh koperasi atas hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya.[34]

Bank syariah menerapkan marjin keuntungan terhadap produk-produk pembiayaan yang berbasis *Natural Certainty Contracts* (NCC), yakni 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 persentase tertentu yang ditetapkan per tahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari. Perhitungan keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan.

Pada umumnya, nasabah pembiayaan melakukan pembayaran secara angsuran. Tagihan yang timbul dari transaksi jual beli dan atau sewa berdasarkan akad murabahah, salam, istishna' dan atau ijarah disebut sebagai piutang. Besarnya piutang tergantung pada plafond pembiayaan, yakni jumlah pembiayaan (harga beli ditambah harga pokok) yang tercantum dalam perjanjian pembiayaan.

---

[34] Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, No: 91/Kep/M.KUKM I/IX/2004, *Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah,* (t.t.p, t.p, 2004)

Dalam menetapkan margin yang berdampak pada keuntungan bank erat kaitannya dengan harga yang terbentuk dalam pembiayaan yang dilakukan. Harga pembiayaannya yang diterapkan di perbankan syariah sebagaimana dalam bukunya Hasan dan Lewis yang berjudul *Handbook of Islamic Banking* dinyatakan bahwa: "Nilai waktu dari uang dilakukan dalam transaksi perdagangan dan persewaan yang sifatnya *fixed rate* (bersifat tetap) dan *low risk* (risiko rendah). Artinya keuntungan bersifat pasti sehingga risiko pembiayaan menjadi rendah. Hal inilah yang menjadikan praktik pembiayaan dengan akad jual beli relatif dominan".[35]

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan margin dan bagi hasil di bank syariah yaitu[36]:

a. Komposisi pendanaan

   Bagi bank syariah yang pendanaannya sebagian besar diperoleh dari dana 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.

[35] Asiyah, *Manajemen Pembiayaan...*, hal. 104

[36] Asiyah, *Manajemen Pembiayaan...*, hal. 15-106

b. Tingkat persaingan

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

c. Risiko pembiayaan

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

d. Jenis nasabah

Yang dimaksud adalah nasabah prima dan nasabah biasa. Bagi nasabah prima, 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 : *revial, boom/peak*-puncak, resesi, dan depresi. Jika perekonomian secara umum berada pada dua kondisi pertama, dimana usaha berjalan 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) terkait dengan masalah keadaan perekonomian pada umumnya dan juga risiko 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.

2) Metode-metode Penentuan Profit Margin Pembiayaan

Ada empat metode penentuan profit margin yang diterapkan pada bisnis/bank yaitu[37]:

a. *Mark-up Pricing* merupakan penentuan tingkat harga dengan me-markup biaya produksi komoditas yang bersangkutan.

b. *Target-Return Pricing* merupakan penentuan harga jual produk yang bertujuan mendapatkan tingkat return atas besarnya modal yang diinvestasikan. Dalam bahasan keuangan dikenal dengan Return on Investment (ROI). Dalam hal ini, perusahaan akan menentukan berapa return yang diharapkan atas modal yang telah diinvestasikan.

c. *Perceived-Value Pricing* merupakan penentuan harga dengan tidak menggunakan variabel harga sebagai dasar harga jual. Harga jual

[37] Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan profit Margin pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal. 116-118

didasarkan pada harga produk dimana perusahaan melakukan penambahan atau perbaikan unit untuk meningkatkan kepuasan pembeli.

d. *Value Pricing* merupakan kebijakan harga yang kompetitif atas barang yang berkualitas tinggi.

3) Penetapan Margin Keuntungan

Karim dalam penetapan marjin keuntungan pembiayaan berdasarkan rekomendasi langsung, usul dan saran dari Tim ALCO Bank Syariah, dengan mempertimbangkan beberapa hal yaitu[38]:

a. *Direct Competitor's Market Rate* (DCMR) merupakan tingkat marjin keuntungan rata-rata perbankan syariah, atau tingkat marjin keuntungan rata-rata beberapa bank syariah yang ditetapkan dalam rapat ALCO sebagai kelompok kompetitor langsung, atau tingkat marjin keuntungan bank syariah tertentu yang ditetapkan dalam rapat ALCO sebagai kompetitor langsung terdekat.

b. *Inderect Competitior's Market Rate* (ICMR) merupakan tingkat suku bunga rata-rata perbankan konvensional, atau tingkat rata-rata suku bunga beberapa bank konvensional yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai kelompok kompetitor tidak langsung, atau tingkat

[38] Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hal. 280

rata-rata suku bunga bank konvensional tertentu yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai kompetitor tidak langsung yang terdekat.

c. *Expected Competitive Return Investors* (ECRI) merupakan target bagi hasil kompetitif yang diharapkan dapat diberikan kepada dana pihak ketiga.

d. *Acquiring Cost* merupakan biaya yang dikeluarkan oleh bank yang langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.

e. Overhead Cost merupakan biaya yang dikeluarkan oleh bank yang tidak langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Ngapifatul Mufaidah yang berjudul Pengaruh Keperibadian, Religiusitas dan Pendapatan Anggota Terhadap Tingkat Pengembalian Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Istiqomah Unit II Tulungagung (2016), tujuan untuk menilai kelayakan calon anggota untuk mengembalikan pembiayaan yang diberikan. Anggota yang telah diberikan pembiayaan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan secara penuh agar tidak terjadi kelalaian. Jika terjadi kelalaian atau kesalahan dalam menganalisis calon anggota maka akan merugikan pihak BMT Istiqomah Unit II Tulungagung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian, religiusitas dan pendapatan anggota secara bersama-sama

berpengaruh signifikan secara statistik terhadap tingkat pengembalian pembiayaan murabahah. Hasil hitung menggunakan uji T diketahui variabel kepribadian mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengembalian pembiayaan murabahah. Variabel religiusitas anggota mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengembalian pembiayaan murabahah dan variabel pendapatan anggota mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap tingkat pengembalian pembiayaan murabahah. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada salah satu variabel independen yaitu pendapatan nasabah. Perbedaannya terletak pada variabel dependen serta tempat penelitiannya.[39]

Penelitian yang dilakukan oleh Dede Nurdiansyah yang berjudul Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah BPRS Al-Salam (2009), tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah. Lembaga-lembaga keuangan Islam, akan diterima apabila dapat memenuhi tuntutan objektif yang berlandaskan efesiensi. Dan akan bertahan juga berkembang jika mampu menawarkan keserbapraktisan dan kelebihpraktisan bagi ummat dalam urusan keuangan, baik untuk menyimpan maupun untuk meminjam. Lembaga-lembaga keuangan pun harus mampu memberikan kepada calon nasabahnya dalam mendapatkan kredit/ pembiayaan berikut segala konsekuensinya, serta dalam menyediakan

[39] Siti Ngapifatul Mufaidah, *Pengaruh Kepribadian, Religiusitas dan Pendapatan Anggota Terhadap Tingkat Pengembalian Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Istiqomah Unit II Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016) (Diakses hari Rabu tanggal 04 Oktober 2017 pukul 11.27)

imbalan bagi simpanan yang dititipkan ummat yang menjadi nasabahnya. Dalam penelitian ini terlihat sebanyak 58.8% responden menjawab sistem syariah adalah transaksi non ribawi, sehingga masyarakat memahami sistem syariah adalah sistem tanpa ada unsur riba, dengan tidak ada unsur memberatkan dan berprinsip atas kesepakatan bersama.[40]

Penelitian yang dilakukan oleh Aisyah Nur Aini yang berjudul Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo (2015), tujuan penelitian ini untuk menghubungkan sebab akibat antara variabel tingkat margin dengan keputusan pengambilan pembiayaan Murabahah. Jenis penelitian yang dilakukan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara tingkat margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Murabahah di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada salah satu variabel independen yaitu tingkat margin. Perbedaannya terletak pada variabel dependen serta tempat penelitiannya.[41]

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmatul Laili yang berjudul Analisis Faktor-faktor Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan

---

[40] Dede Nurdiansyah, *Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah BPRS Al-Salam*, (Bogor: Skripsi Diterbitkan: Al-Iqtishad: Vol. I, No. 1, Januari, 2009) (Diakses hari Rabu tanggal 04 Oktober 2017 pukul 12.04)

[41] Aisyah Nur Aini, *Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo*, (Vol. 05, No. 01, April 2015) (Diakses hari Selasa tanggal 10 Oktober 2017 pukul 18.47)

murabahah di BPRS Central Syariah Utama Surakarta (2016), tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah BPRS Central Syariah Utama Surakarta dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis faktor menghasilkan 3 faktor terbentuk yang mempengaruhi proses penentu keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah di BPRS Central Syariah Utama Surakarta (1) Faktor Pelayanan, (2)Faktor Margin, (3)Faktor Produk. Dan Faktor Margin adalah faktor yang dominan dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan memilih produk pembiayaan murabahah dengan nilai *eigenvalue* sebesar 6,033 dengan begitu faktor tingkat margin dapat menerangkan data sebesar 50,279%. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada salah satu variabel dependen yaitu minat nasabah memilih pembiayaan murabahah. Perbedaannya terletak pada variabel independen.[42]

Penelitian yang dilakukan Ahmad Zaenal Arifin yang berjudul Pengaruh Penerapan Budaya Sadar Resiko, Peningkatan Kualitas Tata Kelola Perusahaan dan Konsep 5C Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Blitar (2017), Penelitian dilatarbelakangi oleh peran konsep 5C dalam pembiayaan murabahah yang dapat mempengaruhi kualitas tata kelola perusahaan Bank

[42] Rahmatul Laili, *Analisis Faktor-faktor Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah di BPRS Central Syariah Utama Surakarta*, (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016) (Diakses hari Rabu tanggal 04 Oktober 2017 pukul 11.43)

Muamalat Kantor Cabang Pembantu Blitar. Penelitian ini menghubungkan variabel-variabel bebas yang meliputi Budaya Sadar Resiko, Peningkatan Kualitas Tata Kelola Perusahaan, dan Konsep 5C dalam Pembiayaan dengan variabel terikat, Minat Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara tidak signifikan secara statistic pada tingkat α 5% atau 0.05 antara budaya sadar resiko. Pada variabel peningkatan kualitas tata kelola perusahaan menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikansi secara statistic pada tingkat α 5% atau 0.05. Serta pada variabel Konsep 5C tidak berpengaruh positif dan signifikan secara statistic pada tingkat α 5% atau 0.05 terhadap minat nasabah dalam memilih pembiyaan murabahah. Begitu juga dengan pengaruh budaya sadar resiko, kualitas tata kelola perusahaan, dan konsep 5C secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada statistik tingkat pada tingkat α 5% atau 0.05 terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada salah satu variabel dependen yaitu minat nasabah memilih pembiayaan *Murabahah*. Perbedaannya terletak pada variabel independen.[43]

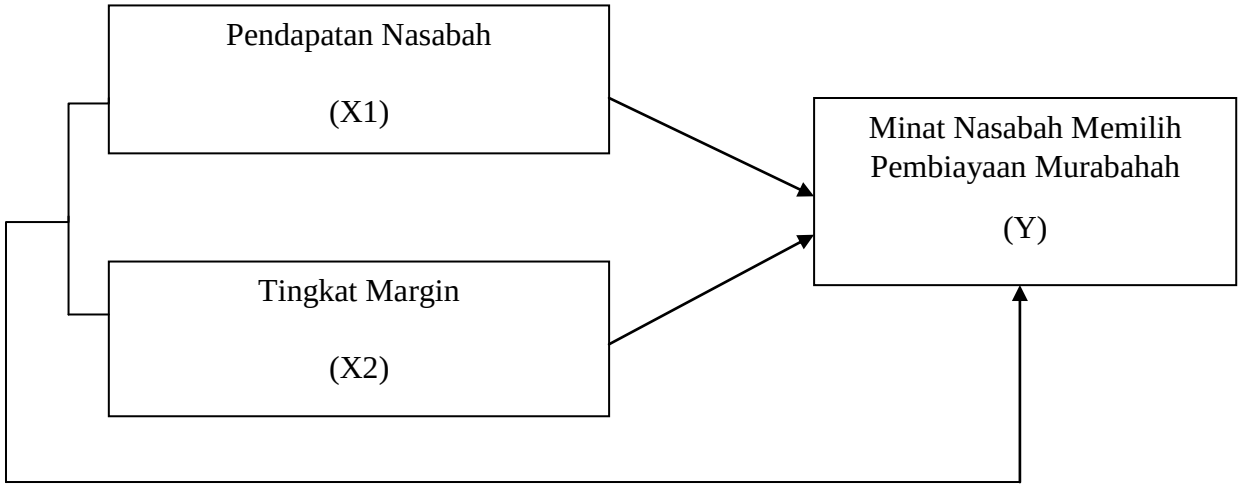
[43] Ahmad Zaenal Arifin, *Pengaruh Penerapan Budaya Sadar Resiko, Peningkatan Kualitas Tata Kelola Perusahaan dan Konsep 5C Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Blitar*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017) (Diakses hari Rabu tanggal 04 Oktober 2017 pukul 12.21)

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel pendapatan nasabah dan fasilitas produk pembiayaan merupakan variabel independennya, sedangkan variabel keputusan nasabah menjadi variabel dependen.

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



Keterangan:

1. Pengaruh pendapatan nasabah terhadap minat nasabah memilih pembiayaan murabahah di dukung oleh teori yang dikemukakan Widayat[44], Ratna Sukmayani[45]

[44] Widayat, *Metode Penelitian...*, hal. 47

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

2. Pengaruh tingkat margin terhadap minat nasabah memilih pembiayaan murabahah di dukung oleh teori yang dikemukakan Asiyah Nur Aini[46], Muhamad[47]

3. Pengaruh pendapatan nasabah dan tingkat margin terhadap minat nasabah memilih pembiayaan murabahah di dukung oleh teori yang dikemukakan Abdul Rahman Shaleh[48]

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sehingga dibutuhkan pengujian secara empiris.

H1 = Pendapatan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah memilih pembiayaan murabahah pada BMT Makmur Sejahtera Wlingi Blitar.

H2 = Tingkat Margin berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah memilih pembiayaan murabahah pada BMT Makmur Sejahtera Wlingi Blitar.

H3 = Pendapatan Nasabah dan tingkat margin berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat nasabah memilih pembiayaan murabahah pada BMT Makmur Sejahtera Wlingi Blitar.

---

[46] Asiyah Nur Aini, *Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo,* (Vol. 05, No. 01, April 2015) (Diakses hari Selasa tanggal 10 Oktober 2017 pukul 18.47)

[47] Muhamad, *Teknik Perhitungan…* hal. 116-118

[48] Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar...*, hal. 264 - 265