

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

Peran BMT di Indonesia dalam memperdayakan kalangan ekonomi mikro cukup signifikan. Hal ini bisa dilihat dari data Kompilasi Data Gema PKM-Oktober 2004 dalam artikel Bambang Ismawan dan Setyo Budiantoro, Mapping Microfinance in Indonesia, Jurnal Ekonomi Rakyat, Edisi Maret 2005 jumlah BMT adalah sebanyak 3.038 unit. <sup>1</sup>

Keberadaan BMT dapat dipandang memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf serta dapat pula berfungsi sebagai institusi yang bergerak dibidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana layaknya bank. Pada fungsi yang kedua ini dapat dipahami bahwa selain berfungsi sebagai lembaga keuangan BMT juga berfungsi sebagai lembaga ekonomi dan bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) yang mempercayakan dananya disimpan di BMT dan menyalurkannya dana kepada masyarakat (anggota BMT) atau yang biasa disebut dengan *funding* dan *lending*. Istilah *lending* pada bank syariah secara umum biasa disebut dengan pembiayaan. Baik itu dalam bentuk pembiayaan modal kerja atau produktif, pembiayaan konsumtif seperti jual beli maupun pembiayaan yang bersifat hibah.

Masyarakat pastinya memerlukan suatu barang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sebagian masyarakat untuk membeli barang yang

---

<sup>1</sup> Neni Sri Imaniyati, *Aspek-Aspek Hukum BMT*, (Bandung : Citra Adhya Bakti, 2010) hal. 76.

diinginkan itu tidak langsung bisa membeli dengan cara tunai. Dikarenakan beberapa faktor yang menjadi penghalang masyarakat tidak bisa membeli produk itu seperti kurangnya uang dan barang yang susah didapat. Selanjutnya pendapatan nasabah merupakan penerimaan uang tunai yang diperoleh selama jangka waktu tertentu baik dari hasil penjualan barang maupun jasa atau piutang ataupun dari sumber-sumber lain. Pendapatan masyarakat tersebut sebagai sumber penghasilan dari berbagai macam mata pekerjaan, seperti pegawai negeri, wiraswasta, dan petani.

Pendapatan nasabah adalah semua penghasilan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan, pendapatan tersebut dapat berupa pendapatan tetap dan sampingan.<sup>2</sup> Selain itu ada juga faktor yang membuat nasabah memilih BMT yaitu tingkat margin disini pastinya sebelum melakukan pembiayaan antara nasabah dan pihak BMT akan bermusyawarah tentang tingkat margin seberapa besar margin yang akan didapat BMT dan pastinya dalam menentukan margin tersebut tidak memberatkan salah satu pihak dan menguntungkan salah satu pihak lainnya.

Sedangkan jual beli *murabahah* termasuk transaksi yang dibolehkan oleh syariat. Mayoritas ulama, dari kalangan para sahabat, tabi'in dan para Imam mazhab, juga membolehkan jual beli jenis ini. Hanya saja, menurut ulama Malikiyah, jual beli ini hukumnya *khilaaful awla*.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Ima Rahma Mardiah, *Pengantar...*, hal. 8

<sup>3</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), hal. 358

## A. Kebutuhan

### 1. Pengertian Kebutuhan

Menurut Nugroho kebutuhan adalah konstruk mengenai kekuatan di bagian otak yang mengorganisir berbagai proses seperti persepsi, berfikir, dan berbuat untuk mengubah kondisi yang ada dan tidak memuaskan.<sup>4</sup> Kebutuhan bisa dibangkitkan oleh proses internal, tetapi lebih sering dirangsang oleh faktor lingkungan. Kebutuhan dibarengi dengan perasaan atau emosi khusus, dan memiliki cara khusus untuk mengekspresikannya dalam mencapai pemecahannya. Sedangkan menurut Hodgeets kebutuhan adalah suatu keadaan dimana seseorang merasakan kekurangan dan berusaha untuk menutupi atau memenuhi kekurangan tersebut.<sup>5</sup>

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian kebutuhan adalah keinginan manusia terhadap benda atau jasa yang dapat memberikan kepuasan. Kebutuhan muncul karena adanya rasa ketidaknyamanan yang dirasakan oleh konsumen, sehingga diperlukan usaha untuk menyamakan atau pemenuhan kebutuhan yang diperlukan.

### 2. Tingkatan Kebutuhan

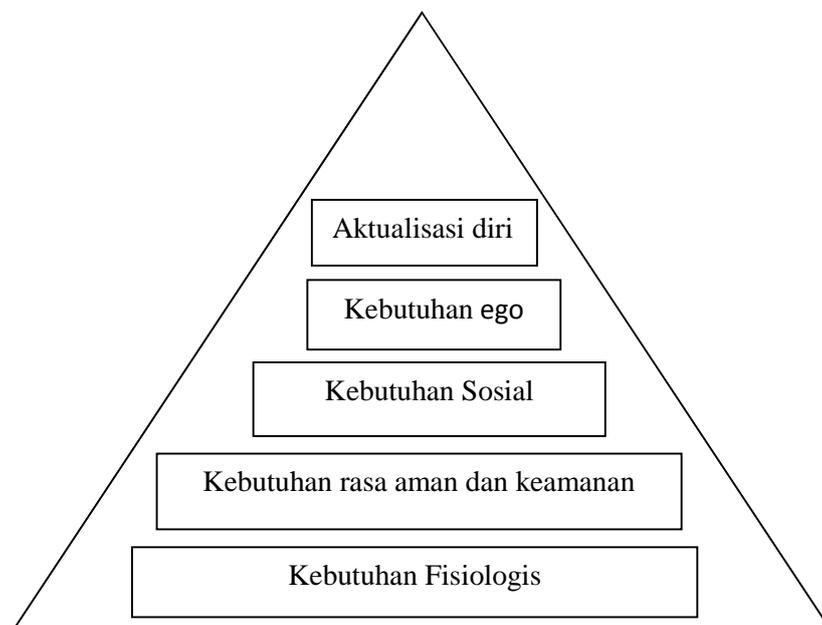
Teori hirarki kebutuhan yang dikemukakan oleh Abraham Maslow, yang memperkenalkan teori berjenjang sebagai teori Maslow

---

<sup>4</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PRENADA MEDIA GRUP, 2003), hal. 33.

<sup>5</sup> Richard M. Hotgeets, *Organizational Behaviour: Theory and Practice*, (Newyork: McMillan Publishing, 1991), hal. 130.

atau Hirarki Kebutuhan Manusia (*Maslow's Hierarchy of Needs*). Maslow mengemukakan lima kebutuhan manusia berdasarkan tingkat kepentingannya mulai dari yang paling rendah, yaitu kebutuhan psikogenik (*psychogenic needs*). Menurut teori Maslow, manusia berusaha memenuhi tingkat rendahnya terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Konsumen yang telah bisa memenuhi kebutuhan dasarnya, maka kebutuhan lainnya yang lebih tinggi biasanya muncul, begitulah seterusnya.<sup>6</sup> Mengenai tingkatan Abraham Maslow menggambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Tingkatan Kebutuhan**

---

<sup>6</sup> Abraham Maslow, *Motivasi dan Kepribadian: Teori Motivasi dengan ancangan Hirarki Kebutuhan Manusia*, diterj. Nurul Iman, (Jakarta: Pustaka Brahmana Pressindo, 1984), hal 95.

Kebutuhan-kebutuhan manusia adalah sebagai berikut:<sup>7</sup>

a. Kebutuhan fisiologis (*Physiological Needs*)

Kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan tubuh manusia untuk mempertahankan hidup. Kebutuhan tersebut meliputi makanan, udara, rumah, pakaian, dan seks. Seorang yang bernama Engel membuat suatu teori yang dikenal sebagai teori Engel, yang menyatakan bahwa semakin sejahtera seseorang maka semakin kecil persentase pendapatan untuk membeli makanan.

Bagi masyarakat sejahtera jenis-jenis kebutuhan ini umumnya telah terpenuhi. Ketika kebutuhan dasar di atas terpuaskan, dengan segera kebutuhan-kebutuhan lain (yang lebih tinggi tingkatnya) akan muncul dan mendominasi perilaku manusia.<sup>8</sup> Tak diragukan lagi bahwa kebutuhan fisiologis ini adalah kebutuhan yang paling kuat dan mendesak. Ini berarti bahwa pada diri manusia yang sangat merasa kekurangan segala-galanya dalam kehidupannya, besar sekali kemungkinan bahwa motivasi yang paling besar ialah kebutuhan fisiologis dan bukan yang lain-lainnya. Dengan kata lain, seorang individu yang melarat kehidupannya, mungkin sekali akan selalu termotivasi oleh kebutuhan-kebutuhan ini.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hal. 38

<sup>8</sup> Rank G Goble, *Mazhab Ketiga: Psikologi Humanistik Abraham Maslow*, diterj. Supratiknya (Yogyakarta: Kanisius, 1987), hal. 71-72

<sup>9</sup> Winardi J, *Motivasi dan Pemoivasian dalam Manajemen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 14

b. Kebutuhan rasa aman (*Safety Needs*)

Kebutuhan rasa aman adalah kebutuhan tingkat kedua setelah kebutuhan dasar. Ini merupakan kebutuhan perlindungan bagi fisik manusia. Manusia membutuhkan perlindungan dari gangguan kriminalitas, sehingga ia bisa hidup dengan rasa aman dan nyaman ketika berada di rumah maupun ketika berpergian. Keamanan secara fisik akan menyebabkan diperolehnya rasa aman secara psikis, karena konsumen tidak merasa was-was dan khawatir serta terancam jiwanya dimana saja ia berada.<sup>10</sup> Kebutuhan rasa aman menampilkan diri dalam kategori kebutuhan akan kemantapan, perlindungan, kebebasan dari rasa takut, cemas dan kekalutan; kebutuhan akan struktur, ketertiban, hukum, batas-batas, dan sebagainya.

c. Kebutuhan sosial (*Sosial Needs* atau *Belonginess Needs*)

Setelah kebutuhan dasar dan rasa aman terpenuhi, manusia membutuhkan rasa cinta dari orang lain, rasa memiliki dan dimiliki, serta diterima oleh orang-orang sekelilingnya. Inilah kebutuhan tingkat ketiga dari Maslow, yaitu kebutuhan sosial. Kebutuhan tersebut berdasarkan kepada perlunya manusia berhubungan satu dengan yang lainnya. Pernikahan dan keluarga adalah cermin kebutuhan sosial yang dipratikkan oleh manusia. Keluarga adalah lembaga sosial yang mengikat anggota-anggotanya secara fisik dan

---

<sup>10</sup> Rank G Goble, *Mazhab Ketiga...*, hal. 73

emosional. Sesama anggota saling membutuhkan, saling menyayangi, saling melindungi, dan saling mendukung. Keluarga yang satu akan berhubungan dengan keluarga lain sehingga membentuk hubungan social yang luas, karena sesama keluarga saling membutuhkan agar bisa diterima dan berkomunikasi.

d. *Kebutuhan ego (Egoistic or Esteem Needs)*

Kebutuhan *ego* atau *esteem* adalah kebutuhan tingkat keempat, yaitu kebutuhan untuk berprestasi sehingga mencapai derajat yang lebih tinggi dari yang lainnya. Manusia tidak hanya puas dengan telah terpenuhinya kebutuhan dasar, rasa aman, dan sosial. Manusia memiliki ego yang kuat untuk bisa mencapai prestasi kerja dan karier yang lebih baik untuk dirinya maupun lebih dari orang lain. Manusia berusaha prestis, reputasi, dan status yang baik. Bahkan seorang individu ingin dikenali sebagai orang yang berprestasi maupun sukses.

e. *Kebutuhan aktualisasi diri (Need for Self-Actualization)*

Derajat tertinggi atau kelima dari kebutuhan adalah keinginan dari seseorang individu untuk menjadikan dirinya sebagai orang terbaik sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimilikinya. Seorang individu perlu mengekspresikan dirinya dalam suatu aktivitas untuk membuktikan dirinya bahwa ia mampu melakukan hal tersebut. Seorang yang berbakat menjadi olahragawan akan terdorong untuk meraih prestasi tertinggi dalam bidang olahraga, untuk menjadi juara

pada berbagai pesta olahraga yang bergensi seperti kejuaraan nasional, olimpiade, dan sebagainya. Kebutuhan aktualisasi diri juga menggambarkan keinginan seseorang untuk mengetahui, memahami dan membentuk suatu sistem nilai, sehingga ia bisa mempengaruhi orang lain. Kebutuhan aktualisasi diri adalah keinginan untuk bisa menyampaikan ide, gagasan dan sistem nilai yang di yakini kepada orang lain.<sup>11</sup>

Semua kebutuhan tersebut di atas apabila tidak dapat terpenuhi, maka akan dapat menimbulkan ketegangan-ketegangan dan frustrasi, yang reaksinya dapat bersifat positif maupun negatif. Oleh karenanya harus mampu untuk mengusahakan jalan keluarnya, sehingga tingkah lakunya tidak menimbulkan hal-hal yang bersifat negatif.

Teori lain sebagai penguatan teori Maslow adalah dalam menjalankan bisnis, para eksekutif dituntut untuk memahami konsep-konsep dasar dalam ilmu pemasaran dan perilaku konsumen yaitu kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Kebutuhan manusia adalah ketidakberadaan beberapa kepuasan dasar. Manusia membutuhkan makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal, keamanan, hak milik, dan harga diri. Kebutuhan merupakan hakikat biologis dan kondisi manusia. Kebutuhan tidak perlu diciptakan oleh pemasar karena hakikatnya melekat pada diri setiap manusia. Kebutuhan konsumen atau nasabah adalah:

- a. Kebutuhan akan produk dan jasa.

---

<sup>11</sup> *Ibid*,

- b. Kebutuhan rasa aman dalam menggunakan produk atau jasa tersebut.
- c. Kebutuhan kenyamanan menggunakan produk atau jasa.
- d. Kebutuhan untuk dihormati dan dihargai.
- e. Kebutuhan untuk persahabatan.
- f. Kebutuhan untuk diberi perhatian.
- g. Kebutuhan status/ prestise.
- h. Kebutuhan aktualisasi sendiri.<sup>12</sup>

Keinginan adalah hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik. Pemasar tidak menciptakan kebutuhan, tetapi mempengaruhi keinginan manusia. Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Keinginan konsumen adalah:

- a. Ingin memperoleh pelayanan yang cepat.
- b. Ingin agar bank dapat mengatasi masalah yang sedang dihadapi.
- c. Ingin memperoleh komitmen perusahaan.
- d. Ingin memperoleh pelayanan yang bermutu (cepat dan memuaskan).
- e. Ingin memperoleh kepuasan atas penggunaan produk atau jasa.
- f. Ingin dihargai dan dihormati.
- g. Ingin memperoleh perhatian.

---

<sup>12</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sisopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hal. 7

- h. Ingin memperoleh status/ *prestise*.
- i. Ingin memperoleh keuntungan atau manfaat.<sup>13</sup>

Keinginan atau hasrat kompetitif untuk menonjol atau melampaui orang lain boleh dikatakan sebagai sifat universal manusia. Kebutuhan akan penghargaan ini jika dikelola dengan tepat dapat menimbulkan aktivitas proses belajar mengajar yang luar biasa. Tidak seperti halnya kebutuhan-kebutuhan di tingkat lebih rendah, kebutuhan akan penghargaan ini jarang sekali terpenuhi secara sempurna.

## **B. 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).<sup>14</sup> Dijelaskan pula bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Selain itu pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya. Dijelaskan pula oleh Djohadikusumo Sumitro, bahwa pendapatan menurut ilmu ekonomi

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, hal.7

<sup>14</sup> Ahmad Hasan Ridwan, *BMT dan Bank Islam*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), hal.

merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.<sup>15</sup>

Pendapatan masyarakat dapat digolongkan menjadi dua bagian, yaitu:

- a. Pendapatan permanen (*permanent income*) adalah pendapatan yang selalu diterima pada setiap periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya, misalnya pendapatan dari gaji atau upah. Pendapatan ini juga merupakan pendapatan yang diperoleh dari semua faktor yang menentukan kekayaan seseorang (yang menciptakan kekayaan).
- b. Pendapatan sementara (*transitory income*) adalah pendapatan yang tidak bisa diperkirakan.<sup>16</sup>

Pengertian yang dijelaskan oleh Winardi tentang pendapatan merupakan pendapatan tingkat hidup yang dapat dinikmati oleh individu dimasyarakat, dan juga pendapatan masyarakat yang nantinya akan digunakan untuk mengembalikan pinjaman bagi yang melakukan pinjaman. Pendapatan masyarakat tersebut sebagai sumber penghasilan dari berbagai macam jenis pekerjaan, seperti pegawai negeri, wiraswasta, petani, pengusaha, pengerajin dan seniman.<sup>17</sup> Pada umumnya pengaruh pendapatan terhadap permintaan adalah positif dalam arti bahwa

---

<sup>15</sup> Djojohadikusumo Sumitro, *Sejarah Pemikiran Ekonomi*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1990), hal. 25

<sup>16</sup> Mangkoesobroto Guritno dan Algifari, *Teori Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: STIE YPKN, 1998), hal. 72

<sup>17</sup> Winardi, *Pengantar Ekonomi*, (Jakarta: Gahlia Indonesia, 2001), hal 56

kenaikan pendapatan akan menaikkan permintaan. Hal ini terjadi apabila barang tersebut merupakan barang superior atau normal, ini seperti efek selera dan efek banyaknya pembeli yang mempunyai efek positif. Begitu sebaliknya pada kasus barang inferior, maka kenaikan pendapatan justru menurunkan pendapatan.<sup>18</sup>

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

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan adalah:

- a. Kesempatan kerja yang tersedia, semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.
- b. Jenis pekerjaan, terdapat banyak jenis pekerjaan yang dapat dipilih seseorang dalam melakukan pekerjaannya untuk mendapatkan penghasilan.
- c. Kecakapan dan keahlian, dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan.

---

<sup>18</sup> Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran*, (Malang: UMM, 2004), hal 47

- d. 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.
- e. Keuletan kerja, pengertian keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meneliti ke arah kesuksesan dan keberhasilan.
- f. 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.<sup>19</sup>

## 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 utama perusahaan yang berhubungan langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan yang bersangkutan. Pendapatan ini

---

<sup>19</sup> Ratna Sukmayanti, dkk, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta: PT Galaxy Puspa Mega, 2008), hal. 117

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:

- a. Penjualan kotor yaitu semua hasil penjualan barang atau jasa sebelum dikurangi dengan potongan yang menjadi hak pembeli.
- b. Penjualan bersih yaitu hasil penjualan yang sudah dikurangi dengan biaya potongan yang menjadi hak pembeli.<sup>20</sup>

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:

- a. Pendapatan yang diperoleh dari penggunaan aktiva atau sumber ekonomi perusahaan oleh pihak lain. Contohnya pendapatan bunga, sewa, dan royalti.
- b. 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:

---

<sup>20</sup> *Ibid.*, hal. 120

- a. Golongan pendapatan sangat tinggi, adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp. 3.500.000 per bulan
- b. Golongan Pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. 2.500.000 – s/d Rp. 3.500.000 per bulan
- c. Golongan Pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. 1.500.000 – s/d Rp. 2.500.000 per bulan
- d. Golongan Pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. 1.500.000 per bulan.<sup>21</sup>

### C. Tingkat Margin

#### 1. Pengertian Tingkat Margin

Tingkat margin menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil dan Menengah tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi jasa Keuangan Syariah, “Margin adalah keuntungan yang diperoleh koperasi atas hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya”.<sup>22</sup> Margin dalam menentukan jangka waktu pembiayaan adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun, perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan margin secara bulanan maka ditetapkan 12 bulan. Pada umumnya, nasabah melakukan pembayaran secara angsuran.<sup>23</sup> Dalam

---

<sup>21</sup> <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/953> diakses pada 08/12/2017

<sup>22</sup> Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, .No:91/Kep/M.KUKM I/IX/2004, *Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah*, 2004

<sup>23</sup> Adiwarman Karim, *Bank Islam....*, hal. 280

menetapkan margin yang berdampak pada keuntungan, bank erat kaitannya dengan harga yang terbentuk dalam pembiayaan yang dilakukan.

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.<sup>24</sup>

Dalam penentuan margin ini memiliki perhatian lebih dari nasabah yang akan melakukan transaksi pembiayaan ijarah. Karena dengan adanya margin ini, nasabah bisa memperkirakan berapa harga yang pantas dari barang yang akan dibeli dari pihak Bank Syariah ataupun Lembaga Keuangan Syariah. Margin adalah harga perolehan penentu akhir yang diperoleh dari penambahan harga pokok dari supplier.

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

---

<sup>24</sup> Adiwarmar Karim, *Bank Islam, Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 279-280.

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

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

Penjual pada prinsipnya bebas menetapkan harga barang-barangnya. Jika harga-harga ini terlalu tinggi, pembeli boleh memilih untuk tidak membelinya atau mencari penggantinya, atau penjual lain boleh masuk ke pasar untuk menciptakan keseimbangan harga.<sup>25</sup>

Namun demikian bank syariah dalam menjaga fungsi intermediasi, tidak hanya berpikir untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi melainkan bagaimana fungsi intermediasi berjalan lancar, karena sangat terkait dengan keluar masuknya nasabah di bank syariah.

## 2. Faktor-faktor Penetapan Margin

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

### a. Komposisi Pendanaan

Bagi bank syariah yang pendanaanya sebagian besar diperoleh dari dana giro dan tabungan, yang nisbah nasabah tidak setinggi deposito (bahwa bonus untuk giro cukup rendah karena

---

<sup>25</sup> Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2014), hal. 156

diserahkan sepenuhnya pada kebijakan bank syariah), maka penentuan keuntungan (margin atau bagi hasil bagi bank) akan lebih kompetitif.

b. Tingkat Persaingan

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

c. Risiko Pembiayaan

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

d. Jenis Nasabah

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

e. Kondisi Perekonomian

Siklus ekonomi meliputi kondisi: revival, boom atau peak puncak, resesi<sup>26</sup> dan depresi. Jika perekonomian secara umum berada

---

<sup>26</sup> Resesi adalah kondisi ketika produk domestik bruto (GDP) menurun atau ketika pertumbuhan ekonomi riil bernilai negatif selama dua kuartal atau lebih dalam satu tahun. Resesi dapat mengakibatkan penurunan secara simultan pada seluruh aktivitas ekonomi seperti lapangan kerja, investasi, dan keuntungan perusahaan. Resesi sering diasosiasikan dengan turunnya harga-harga (deflasi), atau sebaliknya, meningkatkan harga-harga secara tajam (inflasi) dalam proses yang dikenal sebagai stagflasi. Resesi ekonomi yang berlangsung lama disebut depresi ekonomi. Penurunan drastic tingkat ekonomi (biasanya akibat depresi parah, atau akibat hiperinflasi) disebut kebangkrutan ekonomi (*economi collapse*).

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. Namun demikian, apapun kondisinya serta siapapun debiturnya, bank dalam operasionalnya, setiap tahun tertentu telah menetapkan berapa besar keuntungan inilah yang akan berpengaruh pada kebijakan penentuan besarnya margin ataupun nisbah bagi hasil untuk bank.<sup>27</sup>

Menurut Agus Priyono ada beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan tingkat margin, yakni:

a. Faktor Negoisasi

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

---

<sup>27</sup> *Ibid.*, hal. 159

perjanjian transaksi *murabahah* yang dilakukan antara BMT dan nasabah menyebutkan keuntungan profit yang di bebaskan serta beberapa detail relevan lain (negoisasi margin keuntungan, harga jual dan periode angsuran). Perjanjian tersebut diakhiri dengan kesepakatan cara membayar yaitu dengan tunai atau melalui cicilan.

b. Faktor positif dan Negatif

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

c. Faktor Kondisi

Faktor yang mempengaruhi harga jual dan profit margin yang ada di BMT. Terkait dengan jangka waktu, penggunaan dana dan kondisi nasabah. Sehingga faktor tersebut sulit untuk dihindari bahkan tidak dapat dihindari karena faktor yang telah disebutkan sangat erat kaitannya dalam menentukan harga jual dan *profit margin*.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Agus Priyono, *Mekanisme Penentuan Harga Jual dan Profit Margin Pembiayaan Murabahah di BMT Istiqomah Cabang Bago Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi tidak Diterbitkan, 2012), hal. 100

#### **D. Pembiayaan *Murabahah***

##### 1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan adalah aktivitas menyalurkan dana yang terkumpul kepada anggota pengguna dana, memilih jenis usaha yang akan dibiayai agar diperoleh jenis usaha yang produktif, menguntungkan dan dikelola oleh anggota yang jujur dan bertanggung jawab”.<sup>29</sup> Sementara itu, menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah No:91/Kep/M.KUKMI/IX/2004 tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, pembiayaan adalah kegiatan penyediaan dana untuk investasi atau kerjasama permodalan antar koperasi dengan anggota, calon anggotanya, yang mewajibkan penerima pembiayaan itu untuk melunasi pokok pembiayaan yang diterima kepada pihak koperasi sesuai akad disertai pembayaran sejumlah bagi hasil dari pendapatan atau laba dari kegiatan yang dibiayai atau penggunaan dana pembiayaan tersebut.<sup>30</sup>

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

- a. Pembiayaan konsumtif, yakni pembiayaan yang diberikan untuk pembelian ataupun pengadaan barang tertentu yang tidak digunakan untuk tujuan usaha.

---

<sup>29</sup> Ahmad Sumiyanto, *BMT menuju Koperasi Modern*, (Yogyakarta: ISES Publishing, 2008), hal. 165

<sup>30</sup> Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, No: 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004, *Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah*, 2004

- b. Pembiayaan produktif, yakni pembiayaan yang diberikan untuk kebutuhan usaha. Pembiayaan produktif terbagi menjadi dua yakni: pembiayaan investasi dan pembiayaan modal kerja.

Perbedaan perlakuan antara pembiayaan konsumtif dan produktif terletak pada metode pendekatan analisisnya. Pada pembiayaan konsumtif fokus analisa dilakukan pada kemampuan finansial pribadi dalam mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya seperti gaji. Sedangkan pada pembiayaan produktif, fokus analisa diarahkan pada kemampuan finansial usaha untuk melunasi pembiayaan yang telah diterimanya.<sup>31</sup>

## 2. Jenis-jenis Pembiayaan

Pembiayaan syariah dapat digolongkan menjadi enam pembiayaan yaitu:

- a. Pembiayaan modal kerja syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip syariah. Jangka waktu pembiayaan modal maksimum satu tahun dan dapat diperpanjang sesuai kebutuhan
- b. Pembiayaan investasi syariah adalah penanaman dana dengan maksud memperoleh imbalan, manfaat, dan keuntungan dikemudian hari.

---

<sup>31</sup> Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003) hal.61

- c. Pembiayaan konsumtif syariah adalah jenis pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha umumnya bersifat perorangan.
- d. Pembiayaan sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk obyek pembiayaan tertentu.
- e. Pembiayaan berdasarkan *take over* adalah membantu masyarakat untuk mengalihkan transaksi nonsyariah yang telah berjalan menjadi transaksi yang sesuai dengan syariah.
- f. Pembiayaan *letter of credit* adalah pembiayaan yang diberikan dalam rangka memfasilitasi transaksi impor atau ekspor nasabah.<sup>32</sup>

3. Faktor-faktor yang berhubungan dengan pembiayaan

Ada empat hal yang berpengaruh dalam pembiayaan antara lain:

- a. Simpanan adalah seluruh dana yang dihasilkan dari produk penghimpunan dana pada perbankan syariah, seperti giro *wadiah*, tabungan *wadiah*, dan tabungan atau deposito *mudharabah*. Dalam hal ini, dinyatakan bahwa semakin besar sumber dana yang ada di bank semakin besar pula bank dapat menyalurkan pembiayaan.
- b. Modal bank adalah aspek yang penting bagi unit bisnis bank. Sebab beroperasi tidaknya atau dipercaya tidaknya suatu bank dipengaruhi oleh kondisi kecukupan modalnya. Salah satu sumber pembiayaan adalah modal sendiri, sehingga semakin besar sumber dana yang ada maka dapat menyalurkan pembiayaan dalam batas maksimum.

---

<sup>32</sup> Adiwarman Karim, *Bank Islam...*, hal. 231

- c. *Non Performing Loan* (NPL) merupakan pembiayaan yang buruk yaitu pembiayaan yang tidak tertagih. Besarnya NPL mencerminkan tingkat pengendalian biaya dan kebijakan pembiayaan yang dijalankan oleh bank, sehingga semakin rendah NPL maka akan semakin kecil jumlah pembiayaan yang disalurkan oleh bank dan sebaliknya.
- d. Persentase bagi hasil (*margin*). Penetapan presentase bagi hasil ini didasarkan pada tingkat margin keuntungan yang diperkirakan. Semakin rendah tingkat margin yang diambil oleh bank maka semakin besar pembiayaan yang diminta masyarakat dan akan semakin besar pula pembiayaan yang dapat disalurkan oleh bank.<sup>33</sup>

#### 4. Pengertian Pembiayaan *Murabahah*

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

---

<sup>33</sup> Pratin dan Akhyar Adnan, *Analisis Hubungan, Modal Sendiri, NPL, Prosentase Bagi Hasil dan Markup Keuntungan Terhadap Pembiayaan Pada Perbankan Syariah Studi Kasus pada Bank Muammalat Indonesia*, (Sinergi : Kajian Bisnis dan Manajemen, 2005), hal. 35

beli, kebutuhan modal pedagang terpenuhi dengan harga tetap, sementara bank syariah mendapat keuntungan margin tetap dengan meminimalkan resiko.<sup>34</sup>

*Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.<sup>35</sup> Sebagaimana fatwa Dewan Syari'ah Nasional (DSN) Majelis Utama Indonesia (MUI), karakteristik pembiayaan *murabahah* berbeda dengan kredit yang terjadi pada perbankan konvensional. Diantaranya harga jual kredit kepada konsumen pada perbankan konvensional memakai tingkat bunga yang tergantung situasi pasar, sedangkan pada pembiayaan *murabahah*, margin atau tingkat keuntungan *murabahah* (bila sudah terjadi ijab kabul) bersifat tetap, sehingga harga jual tidak boleh berubah.

Ciri-ciri dasar kontrak *murabahah* adalah:

- a. Si pembeli harus memiliki pengetahuan tentang biaya-biaya terkait dan batas laba (*mark-up*) harus ditetapkan dalam bentuk nominal atau 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.

---

<sup>34</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 125

<sup>35</sup> *Ibid.*, hal. 113

d. Pembayaran ditangguhkan.<sup>36</sup>

Dalam jual beli secara umum, mekanisme pembayaran secara tunai, dengan mekanisme *murabahah*, jual beli menjadi bersifat tangguh dalam pembayaran, serta penjual dapat mengambil tambahan keuntungan dari barang yang dibeli. Bai' al-*Murabahah* ini muncul karena bank tidak memiliki barang yang diinginkan oleh pembeli, sehingga bank melakukan transaksi pembelian atas barang yang diinginkan kepada pihak lainnya yang disebut sebagai supplier. Dengan demikian, bank bertindak selaku penjual disatu sisi, dan disisi lain bertindak selaku pembeli. Kemudian bank akan menjualnya kembali kepada pembeli dengan harga yang disesuaikan yakni harga beli ditambah margin (*ribhun*) yang disepakati.

Permasalahan yang biasanya muncul adalah kemampuan membayar pembeli atau nasabah. Kebanyakan pembeli di pasar untuk obyek dengan nilai yang besar membutuhkan bantuan bank berupa pembayaran tangguh atau cicilan. Untuk itulah kemudian *murabahah* berkembang sehingga sistem pembayarannya dapat dilakukan secara tunai, cicilan ataupun tangguhan.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan...*, hal. 223

<sup>37</sup> Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis...*, hal. 61

Firman Allah SWT yang berbunyi:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. (Q.S. Al-Baqarah: 275).<sup>38</sup>

Pembiayaan *murabahah* juga didasarkan pada kewajiban membantu seseorang kepada yang lainnya dalam bermuamalah secara umum dengan cara transaksi secara tangguh.<sup>39</sup> Firman Allah SWT, yang berbunyi:

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

Artinya: “Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan” (QS. Al-Baqarah (2) ayat 280).<sup>40</sup>

Untuk terjadi transaksi perlu ada kesepakatan harga jual, syarat-syarat pembayaran antara bank dengan pembeli. Harga jual dicantumkan dalam akad, sehingga tidak dapat diubah oleh masing-masing pihak sampai masa akad berakhir. Pembiayaan *Murabahah* ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan *customer* terhadap barang tertentu karena tidak memiliki uang dalam jumlah besar atau karena tidak ingin dibeli secara tunai. Di sini penjual berkewajiban memberitahu harga pokok barang yang

<sup>38</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, hal. 36.

<sup>39</sup> Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik dan Kritis*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hal. 190-191.

<sup>40</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, hal.37.

dibeli dan menentukan tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Dengan sistem ini *customer* dapat memenuhi kebutuhannya terhadap suatu barang tertentu sesuai kebutuhan. Praktiknya bank membelikan barang yang dibutuhkan *customer* dengan harga tertentu sesuai dengan kesepakatan, dan di sini bank mengambil inisiatif untuk menetapkan harga jual.<sup>41</sup>

Dijelaskan pula mengenai *murabahah* menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, bahwa *murabahah* adalah tagihan atas transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati pihak penjual (koperasi) dan pembeli (anggota, calon anggota, koperasi – koperasi lain dan atau anggotanya) atas transaksi jual beli tersebut, yang mewajibkan anggota untuk melunasi kewajibannya sesuai jangka waktu tertentu disertai dengan pembayaran imbalan berupa margin keuntungan yang disepakati dimuka sesuai akad.<sup>42</sup> Contoh : harga rumah, 500 juta, margin (keuntungan) bank 100 juta, maka yang dibayar nasabah peminjam ialah 600 juta dan diangsur selama waktu yang disepakati di awal antara bank dan nasabah.<sup>43</sup>

Pembiayaan dengan prinsip *murabahah* memiliki manfaat diantaranya: adanya keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dan

---

<sup>41</sup> Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hal 760

<sup>42</sup> Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah No: 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004

<sup>43</sup> Ingrid Tan, *Bisnis dan Investasi Sistem Syariah*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009), hal. 68

harga jual kepada nasabah, bentuk pembiayaannya sederhana sehingga memudahkan administrasi di bank syariah. Risiko yang mungkin timbul dari pembiayaan *murabahah*:

- a. Kelalaian nasabah yang sengaja tidak membayar angsuran.
- b. Fluktuasi harga barang komparatif, bank tidak lagi bisa merubah harga setelah barang dibeli oleh bank.
- c. Adanya kemungkinan penolakan terhadap barang yang dikirim oleh bank terhadap nasabah, sehingga perlu dilindungi dengan asuransi.
- d. Kemungkinan penipuan yang dilakukan nasabah karena memberikan pinjamannya kepada orang lain yang tidak sesuai akad.<sup>44</sup>

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

Adapun kelebihan kontrak *murabahah* (pembayaran yang ditunda) adalah sebagai berikut: (a) pembeli mengetahui semua biaya yang semestinya serta mengetahui harga pokok barang dan keuntungan yang diartikan sebagai persentase harga keseluruhan dan ditambah biaya-biayanya; (b) subyek penjualan adalah barang atau komoditas; (c) subyek penjualan hendaknya memiliki penjual dan dimiliki olehnya dan ia

---

<sup>44</sup> Binti Nur Aisyah, *Manajemen Pembiayaan...*, hal. 226

seharusnya mampu mengirimkannya kepada pembeli; dan (d) pembayaran yang ditunda. *Murabahah* sebagaimana diyakini di sini, diterapkan pada setiap pembiayaan di mana ada komoditas yang dapat diidentifikasi untuk dijual.

Bank-bank Islam pada umumnya menggunakan *murabahah* sebagai metode utama pembiayaan, yang merupakan hampir tujuh puluh lima persen dari assetnya. *Murabahah* sebagai penjualan pembayaran tertunda, dapat (a) melawan harga tunai, menghindari mark-up berkenaan dengan waktu yang diperkenankan untuk membayar, (b) melawan harga tunai, ditambah *mark-up* berkenaan dengan waktu yang diperkenankan untuk membayar.<sup>45</sup>

Jadi, *murabahah* merupakan bentuk penjualan pembayaran yang ditunda dan perjanjian komersial murni, walaupun tidak berdasarkan pada teks Al-Qur'an atau as-Sunnah, tetapi dibolehkan dalam hukum Islam. Bank-bank Islam telah menggunakan perjanjian *murabahah* dalam aktivitas pembiayaan melalui barang-barang dagangan, dan memperluas jaringan dan penggunaannya.<sup>46</sup>

Hadirnya bank Syariah dewasa ini menunjukkan kecenderungan yang semakin baik membangun perekonomian bangsa, hal ini ditandai dengan meningkatnya *share market* bank syariah telah mencapai 2,05%. Produk-produk yang dikeluarkan bank syariah cukup variatif, dan

---

<sup>45</sup> Abdullah Saeed, *Bank Islam dan Bunga studi Kritis Larangan Riba dan Interpretasi kontemporer Cet, II*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 138-140.

<sup>46</sup> *Ibid.*, hal. 167

diantaranya yang paling diminati dalam pembiayaan adalah kontrak *murabahah* 60%.<sup>47</sup>

## E. Keputusan Pengambilan Pembiayaan

### 1. Pengertian Keputusan

Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Menurut Kotler dan Armstrong keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual.<sup>48</sup>

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Menurut Setiadi mendefinisikan suatu keputusan (*decision*) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda.<sup>49</sup> Sedangkan menurut Mulyadi Nitisusastro keputusan pembelian merangkum tiga tahapan yaitu proses yakni proses

---

<sup>47</sup> Muhammad Aswad, *Diklat Sistem Transaksi Islam*, (STAIN Tulungagung, 2009), hal. 14

<sup>48</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 181

<sup>49</sup> Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal. 341

masuknya informasi, proses pertimbangan konsumen dalam membeli, dan diakhiri dengan proses pengambilan keputusan oleh konsumen.<sup>50</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

## 2. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian.<sup>51</sup> Seseorang mengambil keputusan pembelian dapat melalui lima tahapan yaitu:

- a. 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.

---

<sup>50</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 195

<sup>51</sup> John Mowen C dan Michael Miror, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal 11

- b. 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.
- c. Evaluasi alternatif konsumen akan menggunakan perhitungan yang cermat dan logis dalam memproses informasi untuk sampai pada pilihannya. Atas dasar tujuan pembelian, alternatif-alternatif pembelian yang telah diidentifikasi akan dinilai dan diseleksi menjadi satu alternatif pembelian yang memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginannya.
- d. Keputusan pembelian untuk membeli disini merupakan proses pembelian yang nyata. Jadi setelah tahap-tahap sebelumnya dilakukan maka, konsumen 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.
- e. Purna atau paska pembelian setelah memutuskan untuk mengambil suatu produk, proses pembelian tidak berakhir pada saat produk sudah dibeli tetapi berlanjut sampai periode sesudah pembelian. Konsumen

akan merasakan suatu kepuasan atau ketidakpuasan setelah membeli suatu barang atau jasa. Konsumen merasa puas dan tidak puas didasarkan pada harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan. Ketika konsumen merasa puas maka akan cenderung menggunakan produk kembali namun jika konsumen tidak puas akan membawa efek pada konflik pasca pembelian. Kepuasan akan menimbulkan pembelian ulang dan sebaliknya ketidakpuasan akan menjauhkan konsumen dengan calon konsumen.

Dengan demikian, keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* merupakan keputusan nasabah pada saat melakukan pengambilan pembiayaan *murabahah* melalui serangkaian langkah-langkah meliputi: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.<sup>52</sup> Keputusan konsumen merupakan tahapan akhir dari serangkaian tahapan proses yang terjadi pada nasabah, yang sudah melalui pengetahuan, pertimbangan membeli dan sebagainya.

### 3. Faktor yang mempengaruhi Pengambilan Keputusan

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

---

<sup>52</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran...*, hal. 222

a. Faktor-faktor pribadi

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

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

b. Faktor-faktor Psikologis

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

- 1) Persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian, dan penginterpretasian masukan informasi untuk menghasilkan makna.
- 2) Motif adalah kekuatan energi internal yang mengarahkan kegiatan seseorang kearah pemenuhan kebutuhan atau pencapaian sasaran.

- 3) Sikap merujuk pada pengetahuan dan perasaan positif atau negatif terhadap sebuah obyek atau kegiatan tertentu.
- 4) Kemampuan dan pengetahuan. Kemampuan adalah kesanggupan dan efisiensi dalam melakukan tugas-tugas tertentu dalam hal ini ialah kemampuan seorang individu untuk belajar. Sedangkan pengetahuan merupakan aspek lain dari kemampuan seorang individu dalam hal ini ialah pengenalan akan produk dan keahlian untuk menggunakan produk.

c. Faktor-faktor Sosial

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

- 1) Peran dan pengaruh keluarga, peran merupakan sekelompok tindakan dan kegiatan yang diharapkan untuk dilakukan oleh seseorang dalam posisi tertentu, peran keluarga berkaitan secara langsung dengan keputusan pembelian.
- 2) Kelompok referensi adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang.
- 3) Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang terbuka untuk para individu yang memiliki tingkat serupa.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Lutfi Efendi, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah pada Bank Muamalat Malang*, (Skripsi UIN Malang, 2009), hal. 37

#### **F. Hubungan Kebutuhan Anggota, Pendapatan Anggota, Tingkat Margin dan Pengambilan Keputusan**

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

Mengenai hubungan antara kebutuhan nasabah, pendapatan nasabah dan tingkat margin terhadap pengambilan keputusan, terjadi karena kebutuhan barang diduga menjadi faktor nasabah memilih pembiayaan, dimana nasabah kesulitan mencari barang dan mudahnya bertransaksi. Karena barang itu dibutuhkan maka nasabah akan berusaha mendapatkan barang tersebut.

Pendapatan mempengaruhi keputusan pengambilan pembiayaan karena pendapatan nasabah terkait dengan kemampuan seseorang dalam mengangsur pembiayaan serta melunasi pembiayaan tersebut. Selain itu juga dapat dijadikan sebagai patokan dalam melakukan pembiayaan. Masyarakat di sekitar BMT Harum masih banyak yang berpenghasilan tidak tetap atau rendah. Mata pencarian yang ada di daerah Tulungagung beraneka ragam ada yang menjadi pedagang, petani, berwirausaha, buruh, guru honorer, salon dan sebagainya. Dengan pekerjaan yang mereka miliki itu masih sangat kurang

untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sehingga mereka membutuhkan tambahan pendapatan dengan cara lain yakni dengan membuka usaha tambahan, dimana modal mereka untuk usaha dapat diambil dengan cara melakukan pembiayaan di BMT Harum Tulungagung dengan sistem pembiayaan *murabahah*.

Praktik akad *murabahah* oleh BMT, terlihat bahwa dalam hal penghitungan jumlah margin keuntungan senantiasa mempertimbangkan jangka waktu pembiayaan. Semakin lama jangka waktu pembiayaannya, maka semakin besarlah margin keuntungan yang diminta oleh pihak BMT.<sup>54</sup> Dapat disimpulkan dari beberapa uraian diatas mengenai pengaruh kebutuhan, pendapatan nasabah dan tingkat margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* yang mempunyai keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Dalam memilih satu keputusan untuk melakukan pembiayaan yang akan diambil, maka seseorang akan melihat kebutuhan barang yang diinginkan, melihat besarnya penghasilan mereka perbulan, sehingga mereka juga bisa menentukan tingkat margin yang ditentukan murah, sistem perhitungan tidak sulit, nasabah pasti akan menentukan keputusannya untuk memilih pembiayaan *murabahah*.

---

<sup>54</sup> Nur Kholis, *Kajian Terhadap Kepatuhan Syariah Dalam Praktik Pembiayaan BMT Sleman*, (Yogyakarta: Jurnal UII Fenomena: Vol. 5, No.2, 2007), hal. 56

### G. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Efendi bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembiayaan. Metode yang digunakan pendekatan kuantitatif jenisnya asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, faktor-faktor seperti, usia, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, pendapatan perbulan, pelayanan yang baik, dan faktor syariah secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan pada Bank Muamalat Malang dan hasil hipotesis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Efendi adalah sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, jenis penelitian asosiatif, menggunakan variabel X dan Y yang sama yaitu pendapatan dan keputusan mengambil pembiayaan *murabahah*. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel X yang lain. Penelitian yang dilakukan Efendi menggunakan variabel X1 usia, X2 tingkat pendidikan, X3 tanggungan keluarga, X4 pendapatan, X5 pelayanan yang baik dan pada penelitian ini menggunakan variabel X1 kebutuhan, variabel X2 pendapatan, dan variabel X3 tingkat margin.<sup>55</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Nur'atiah, bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya akad, kecepatan pencarian pembiayaan, dan keuntungan margin terhadap permintaan pembiayaan *murabahah* nasabah non muslim.

---

<sup>55</sup> Lutfi Efendi, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat Malang*. hal. 53.

Metode yang digunakan kuantitatif jenisnya asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya akad, kecepatan pencairan pembiayaan, dan keuntungan margin secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pembiayaan *murabahah* nasabah non muslim pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur'atiah adalah sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, jenis penelitian asosiatif, menggunakan variabel X dan Y yang sama yaitu tingkat margin dan keputusan mengambil pembiayaan *murabahah*. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel X yang lain. Penelitian yang dilakukan Nur'atiah menggunakan variabel, X1 biaya akad, X2 kecepatan pencairan pembiayaan, X3 keuntungan margin dan pada penelitian ini menggunakan variabel X1 kebutuhan, variabel X2 pendapatan, dan variabel X3 tingkat margin.<sup>56</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Sa'adah bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan tingkat margin terhadap keputusan memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Aritama Blitar. Metode yang digunakan kuantitatif jenisnya asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penetapan harga dan tingkat margin (*variabel independen*), secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih pembiayaan *murabahah*. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur'atiah adalah sama-sama menggunakan pendekatan penelitian

---

<sup>56</sup> Nur Ati'ah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Nasabah Non Muslim Terhadap Pembiayaan Murabahah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang* (Skripsi: USU Medan, 2011), hal. 34, diakses pada tanggal 24 Desember 2017

kuantitatif, jenis penelitian asosiatif, menggunakan variabel X dan Y yang sama yaitu tingkat margin dan keputusan mengambil pembiayaan *murabahah*. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel X yang lain. Penelitian yang dilakukan Sa'adah menggunakan variabel, X1 penetapan harga, X2 tingkat margin dan pada penelitian ini menggunakan variabel X yaitu X1 kebutuhan, variabel X2 pendapatan, dan variabel X3 tingkat margin.<sup>57</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Setiyarini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* di BMT Bumi Sekar Madani. Metode yang digunakan kuantitatif jenisnya asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah dan margin secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah*. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiyarini adalah sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, jenis penelitian asosiatif. Menggunakan variabel X dan Y yang sama yaitu tingkat margin dan keputusan mengambil pembiayaan *murabahah*. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel X yang lain. Penelitian yang dilakukan Setiyarini menggunakan variabel, X1 Persepsi nasabah, X2 tingkat margin dan pada penelitian ini menggunakan variabel X yaitu X1 kebutuhan, variabel X2 pendapatan, dan variabel X3 tingkat margin.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Visa Alvi Sa'adah, *Pengaruh Penetapan Harga Jual Dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah Pada Anggota Bmt Agritama Blitar* (2015), diakses menggunakan <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/1770/> pada Tanggal 03 Desemberr 2017

<sup>58</sup> Alima Setiyarini, *Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Bumi Sekar Madani*, (Skripsi: UNY Yogyakarta, 2012), hal. 32, diakses pada 03 Desember 2017

Penelitian yang dilakukan oleh Mufidah bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi pembiayaan *murabahah* pada Bank Umum Syariah. Metode yang digunakan kuantitatif jenisnya asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa DPK, margin keuntungan, modal sendiri, NPF, SWBI dan suku bunga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap pembiayaan *murabahah*. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Mufidah adalah sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, jenis penelitian asosiatif. Menggunakan variabel X dan Y yang sama yaitu tingkat margin dan keputusan mengambil pembiayaan *murabahah*. Sedangkan perbedaannya adalah pada variabel X yang lain. Penelitian yang dilakukan Mufidah menggunakan variabel, X1 DPK, X2 margin keuntungan, X3 modal sendiri, X4 NPF, X5 SWBI, X6 suku bunga dan pada penelitian ini menggunakan variabel X yaitu X1 kebutuhan, variabel X2 pendapatan, dan variabel X3 tingkat margin<sup>59</sup>

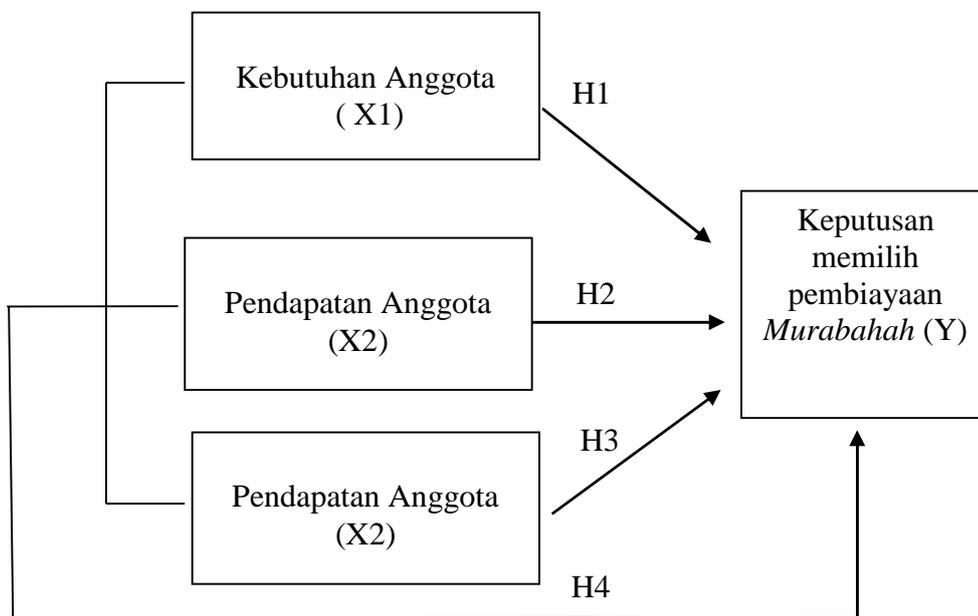
#### **H. Kerangka Konseptual**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan judul dengan variabel bebas kebutuhan anggota (X1), pendapatan anggota (X2), tingkat margin (X3), terhadap keputusan memilih pembiayaan *murabahah* (Y) yang dilakukan di BMT Harum Tulungagung.

---

<sup>59</sup> Latifatul Mufidah, *Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah pada Bank Umum Syariah Periode Tahun 2009-2011*, (Skripsi: UIN Sunan Kali Jaga, 2012), hal. 25, diakses pada 03 Desember 2017

**Gambar 2.2 Kerangka Penelitian**



Dari kerangka konseptual diatas, dapat dilihat bahwasannya kebutuhan anggota, pendapatan anggota dan tingkat margin berpengaruh secara parsial terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* dan ketiga variabel berpengaruh secara simultan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah*.

### I. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan elemen penting dalam penelitian ilmiah, khususnya penelitian kuantitatif. Hipotesis yang dirumuskan harus bisa menjawab masalah penelitian, sehingga antara hipotesis dan rumusan masalah terlihat keterkaitannya secara konsisten. Berdasarkan kerangka berfikir, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Diduga kebutuhan anggota mempengaruhi keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di Baitul Maal Wat Tamwil Harum Tulungagung .
2. Diduga kebutuhan anggota tidak mempengaruhi keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di Baitul Maal Wat Tamwil Harum Tulungagung.
3. Diduga pendapatan anggota mempengaruhi keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di Baitul Maal Wat Tamwil Harum Tulungagung.
4. Diduga pendapatan anggota tidak mempengaruhi keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di Baitul Maal Wat Tamwil Harum Tulungagung.
5. Diduga tingkat margin mempengaruhi keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di Baitul Maal Wat Tamwil Harum Tulungagung.
6. Diduga tingkat margin tidak mempengaruhi keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di Baitul Maal Wat Tamwil Harum Tulungagung
7. Diduga secara bersama-sama kebutuhan anggota, pendapatan anggota dan tingkat margin mempengaruhi keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di Baitul Maal Wat Tamwil Harum Tulungagung.
8. Diduga secara bersama-sama kebutuhan anggota, pendapatan anggota dan tingkat margin tidak mempengaruhi keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di Baitul Maal Wat Tamwil Harum Tulungagung.