

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga *intermediary* yakni memiliki fungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat. Pada lembaga keuangan syariah baik bank maupun non-bank kegiatan penyaluran dana dinamakan pembiayaan (*Financing*). Di era sekarang, setiap lembaga keuangan saling bersaing dalam memperoleh nasabah. Dengan munculnya lembaga-lembaga keuangan asing multinasional yang membeli perusahaan pembiayaan swasta di Indonesia. Bank-bank atau Lembaga keuangan asing tersebut kelebihan dana murah, seperti Jepang. Suku bunga yang mereka tawarkan kepada perusahaan pembiayaan sangat rendah, sehingga bank-bank syariah jauh kalah *Pricing* dibanding bank-bank multinasional tersebut.

Selain itu, tren konsumen saat ini sudah menjadikan internet menjadi salah satu kebutuhan utama. Hal ini dapat dilihat dari lonjakan pengguna internet terutama saat era smartphone saat ini. Terkait dengan perkembangan tersebut, lembaga keuangan bank dan non-bank tidak boleh ketinggalan dalam mengupgrade teknologi yang digunakan. Dilihat dari sisi masyarakat yang sangat selektif dalam memilih lembaga untuk mempercayakan dananya, serta memilih lembaga yang dapat menguntungkan usaha yang dijalankan. Sehingga masyarakat akan cenderung sangat berhati-hati dalam memilih lembaga keuangan.

Koperasi merupakan salah satu lembaga keuangan non-bank yang ada di Indonesia. Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian pada Pasal 1 menjelaskan bahwa, “Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum Koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip Koperasi”.

Dalam Pasal 4 menyebutkan bahwa tujuan koperasi yakni meningkatkan kesejahteraan Anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, sekaligus sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan. Pada Pasal 5 tentang nilai yang mendasari kegiatan koperasi yaitu, kekeluargaan, menolong diri sendiri, bertanggung jawab, demokrasi, persamaan, berkeadilan, dan kemandirian. Selain itu Nilai yang diyakini Anggota Koperasi yaitu, kejujuran, keterbukaan, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap orang lain.

Dalam Islam, koperasi merupakan wadah kemitraan, kerjasama, kekeluargaan, kebersamaa usaha yang sehat, baik dan halal. Allah berfirman dalam QS. Al-Ma'idah Ayat 2 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشُّهُرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهُدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ  
 الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن  
 صَدَّقْتُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ  
 وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya, *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”*.<sup>2</sup>(QS. Al-Ma'idah : 2)

Dalam ayat diatas, diketahui bahwa tolong menolong dalam hal kebaikan sangat dianjurkan dalam Islam. Koperasi yang memiliki prinsip kekeluargaan, kepedulian terhadap sesamanya, serta melibatkan potensi yang ada pada anggotanya merupakan salah satu konsep yang dianjurkan dalam Islam. Konsep tersebut menguntungkan bagi berbagai pihak karena untung dan rugi saling ditanggung bersama, sehingga tidak memberatkan masing-masing anggota. Allah berfirman dalam QS. As-Shaad : 24 yang artinya, *“.....Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh, dan amat sedikitlah mereka*

---

<sup>2</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Juz 1-30 Edisi Baru*, (Jakarta : CV. Pustaka Agung Harapan), Hlm. 141

*ini.....*”. Bahwa setiap orang yang berserikat itu dzalim kepada sesamanya kecuali orang-orang yang beriman dan beramal shaleh, hal ini sesuai dengan prinsip koperasi yang tidak ada unsur kedzaliman dan pemerasan didalamnya.

Margin merupakan salah satu prinsip Islam dalam menjalankan setiap kegiatan yang berhubungan dengan bidang ekonomi. Margin adalah tingkat selisih atau kenaikan nilai dari aset yang mengalami peningkatan nilai dari biaya produksi dan harga jual.<sup>3</sup> Margin yakni tambahan keuntungan yang diperoleh Bank/Lembaga Keuangan Syariah pada transaksi menggunakan akad jual beli. Margin ditetapkan berdasarkan hasil tawar-menawar antara nasabah dengan bank. Banyak nasabah yang belum mengetahui konsep margin yang sesungguhnya.

Karena kebanyakan masyarakat melakukan kredit dilembaga konvensional dengan prinsip bunga yang besarannya telah ditetapkan. Konsep bunga yang telah lebih dahulu dipahami oleh masyarakat luas menyebabkan timbullah suatu asumsi bahwa belum tentu nasabah mengetahui konsep tentang margin yang di usung oleh Bank Syariah maupun Lembaga Keuangan Syariah dalam pembiayaan dengan prinsip jual beli.

Masyarakat di era sekarang cenderung menyukai segala sesuatu yang bersifat instan, mudah, dan cepat. Seperti dalam hal memperoleh pelayanan, kemudahan dalam hal mencapai lokasi untuk bisa merasakan pelayanan sebagai bagian dari lembaga keuangan syariah juga sangat diharapkan oleh masyarakat. Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus melakukan

---

<sup>3</sup> Sri Dewi Anggadini, “Penerapan Margin Pembiayaan Murabahah Pada BMT As-Salam Pacet-Cianjur”, *Majalah Ilmiah UNIKOM*, Vol.9, No.2, 8 Agustus 2011, Hlm.190

operasi. Jadi lokasi adalah tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di mana lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses di bandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama.<sup>4</sup> Masyarakat akan memilih lokasi yang mudah ditemukan, dan mudah diakses. Selain itu lokasi yang lebih dekat dengan fasilitas umum lainnya akan cenderung diminati dibandingkan dengan yang letaknya jauh dari fasilitas umum.

*Image* (citra) merupakan istilah yang mulai terkenal sejak tahun 1950-an, yang dikemukakan dalam berbagai konteks seperti image terhadap organisasi, image terhadap perusahaan, image nasional, image terhadap merek atau *brand image*, image publik, *self-image*, dan sebagainya. Pendapat Buchari tentang citra adalah merupakan impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu *object*, orang atau mengenai lembaga.<sup>5</sup> Citra suatu lembaga dapat dikatakan suatu gambaran yang ada di dalam fikiran masyarakat umum terkait suatu lembaga, apakah citra yang diperoleh itu baik ataukah buruk. Citra tersebut yang akan menumbuhkan suatu keyakinan untuk percaya ataukah tidak terhadap suatu lembaga.

---

<sup>4</sup> Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), Hlm. 144

<sup>5</sup> Rokhmat Subagiyo, *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Di Bmt Sahara Tulungagung*, jurnal Malia Volume 8 Nomor 1 Desember 2016 diakses pada 20 Mei 2017 dari <http://jurnal.yudharta.ac.id>

Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan merupakan salah satu dari 3000 Baitul Maal Wat Tamwil yang tersebar di seluruh Indonesia. Berdiri dan diresmikan pada Hari Pahlawan yakni 10 Nopember 1996 oleh Bupati Tulungagung. Prinsip kerja Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits. Dalam hal ini Baitul Maal Wat Tamwil akan berusaha keras menjauhi riba dengan menjalankan praktik kerjasama (syirkah) dan jual beli. Para anggota Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan sebagai pemilik modal maupun para penyimpan akan diberikan imbalan bagi hasil keuntungan dengan nisbah/pembagian secara adil dan layak sesuai kesepakatan antara Baitul Maal Wat Tamwil dengan anggota sebagai pemilik modal. Demikian juga antara Baitul Maal Wat Tamwil dengan anggota lainnya yang membutuhkan modal. Disamping bagi hasil, pembiayaan yang dipakai menerapkan pola jual beli, di mana Baitul Maal Wat Tamwil bertindak sebagai penyedia barang dan nasabah bertindak sebagai pembeli barang.

Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan memiliki 4 (empat) produk, diantaranya yakni Simpanan Produk Khusus, Simpanan atau Tabungan, Program Zakat, Infaq, dan Shodaqoh, dan Produk Pembiayaan. Simpanan Produk Khusus yakni merupakan investasi mulia dan terbuka bagi anggota. Baik perorangan maupun kelompok yang bermaksud ikut memiliki Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan. Dengan menanamkan SPK (semacam saham) di Baitul Maal Wat Tamwil yang bersangkutan bukan saja memiliki dana abadi dan akan memetik hasil/ SHUnya, tapi juga beribadah dengan niat suci ikut membantu kaum dhuafa. Sebab pemanfaatan modal ini digulirkan pada mereka dengan

prinsip bagi hasil. Kemudian produk yang kedua yakni Simpanan atau Tabungan dengan menggunakan tiga jenis simpanan seperti, Simpanan Mudharabah, Simpanan Berjangka / Deposito Berjangka, dan Simpanan Isyada.

Produk ketiga dari Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan yaitu Program Zakat, Infaq, dan Shodaqoh. Program ini dilakukan untuk mewujudkan misi Baitul Maal Wat Tamwil sebagai Baitul Maal yakni lembaga sosial dan dakwah, dimana Baitul Maal Wat Tamwil bertindak sebagai sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang akan mengumpulkan Zakat, Infaq, Shodaqoh, Hibah, dan Wakaf dari orang-orang yang peduli untuk disalurkan kepada kaum dhuafa. Bantuan ini akan disertai pembinaan dan bimbingan kearah pemberdayaan. Produk yang keempat yakni Produk Pembiayaan dengan menggunakan 3 (tiga) jenis akad pembiayaan yang sering digunakan seperti, Pembiayaan Murabahah, Pembiayan Bai' Bitsaman Ajil, dan Pembiayaan Qordhul Hasan.

**Tabel 1.1**

**Perkembangan Penerima Pembiayaan BMT Pahlawan Tulungagung**

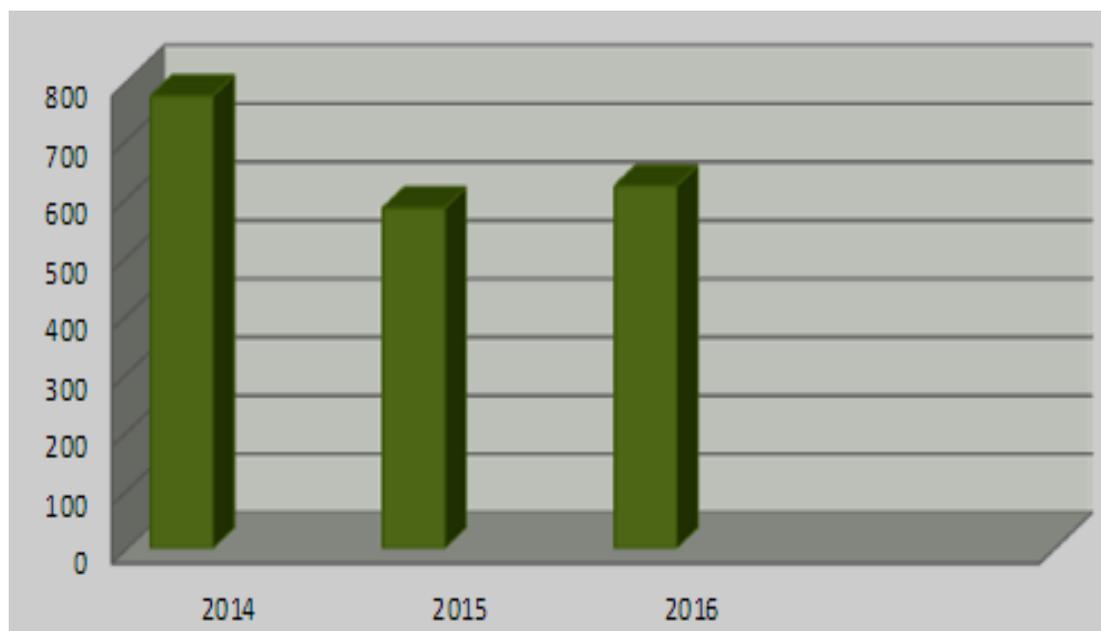
<b>Anggota</b>	<b>Tahun 2014</b>	<b>Tahun 2015</b>	<b>Tahun 2016</b>
Penerima Pembiayaan			
a. Pembiayaan BBA	774 orang	582 orang	620 orang
b. Pembiayaan Murabahah	601 orang	471 orang	503 orang
c. Pembiayaan Qordul Hasan	60 orang	52 orang	53 orang

Sumber : RAT BMT Pahlawan 2016

Penelitian tentang pengetahuan tentang bagi hasil, lokasi, dan citra lembaga ini penting karena Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan memiliki 13.470 anggota di tahun 2016. Jumlah tersebut merupakan jumlah yang besar

untuk ukuran sebuah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan juga memiliki banyak cabang diberbagai wilayah di Tulungagung dan juga memiliki banyak produk pembiayaan yakni dengan jumlah nasabah penerima pembiayaan sebanyak 1.170 orang di tahun 2016, salah satu produk pembiayaan yang paling diminati yakni pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil.

**Gambar 1.1**  
**Perkembangan Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil**  
**di BMT Pahlawan Tulungagung**



Sumber : RAT BMT Pahlawan 2016, diolah

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung juga salah satu lembaga yang telah lama berdiri di Tulungagung yakni sejak tahun 1996. Namun, belum tentu citra yang ada dalam pemikiran publik merupakan citra positif, hal ini berhubungan dengan apa saja yang publik sukai atau tidak disukai di dalam Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung.

Selain itu, masyarakat di wilayah Tulungagung khususnya masih banyak yang belum mengetahui tentang pembiayaan dengan akad-akad syariah dan prinsipnya serta tentang koperasi syariah.

Dari berbagai uraian diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian terkait dengan adanya “Pengaruh Pengetahuan tentang Margin, Lokasi Kantor, dan Citra Lembaga terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Bai’ Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung”.

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Margin merupakan salah satu prinsip operasional dari lembaga keuangan syariah. Masalah yang timbul dalam hal ini yakni konsep bunga terlebih dahulu dikenal oleh masyarakat dibandingkan konsep bagi hasil. Pengetahuan masyarakat tentang konsep margin masih sangat minim dalam melakukan akad/perjanjian dengan prinsip jual beli. Seperti halnya dalam pembiayaan masyarakat lebih familiar dengan konsep kredit dengan menggunakan bunga pada lembaga keuangan konvensional, dibandingkan pembiayaan dengan konsep jual beli yang ada pada lembaga keuangan syariah.
2. Lokasi kantor adalah tempat sebuah usaha dalam melakukan aktivitas bisnis. Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung memiliki 4 (empat) cabang. Masalah yang dihadapi yakni setiap cabang dari Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung memiliki jumlah nasabah yang berbeda. Sehingga setiap kantor cabang memiliki tingkat kesibukan sendiri-sendiri.

Terdapat beberapa cabang yang aktivitas kantornya lebih lenggang cenderung sepi dibandingkan cabang lainnya yang lebih padat.

3. Citra lembaga timbul dari persepsi masyarakat tentang suatu lembaga. Masalah yang timbul yakni meskipun Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung telah lama berdiri yakni sejak tahun 1996, tetapi masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung meskipun masyarakat tersebut dekat dengan lokasi kantor Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung tersebut berada.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah pengetahuan tentang margin memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung?
2. Apakah lokasi kantor memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung?
3. Apakah citra lembaga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung?
4. Apakah ketiga variabel berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian berdasarkan rumusan masalah yang diambil adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji ada tidaknya pengaruh signifikan pengetahuan tentang margin terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung.
2. Untuk menguji ada tidaknya pengaruh signifikan lokasi kantor terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung.
3. Untuk menguji ada tidaknya pengaruh signifikan citra lembaga terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung.
4. Untuk menguji ada tidaknya pengaruh secara simultan dari ketiga variabel yakni pengetahuan tentang margin, lokasi kantor dan citra lembaga terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoretis  
Sumbangsih pemikiran dibidang kajian manajemen pemasaran syariah.
2. Secara Praktis
  - a. Memberikan sumbangan pemikiran dalam hal Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil bagi Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung.

- b. Memperkaya kebendaharaan kepustakaan dalam bidang pemasaran syariah.
- c. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dengan tema yang sama.

#### **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini digunakan untuk membatasi permasalahan yang akan diteliti, lokasi penelitian sehingga tidak menyimpang dari tujuan yang dikehendaki, dan adanya keterbatasan waktu, dana, tenaga, serta teori-teori dari penulis.

Adapun ruang lingkup dan keterbatasan penelitian adalah :

1. Pengetahuan tentang margin, lokasi kantor dan citra lembaga merupakan variabel independen/variabel bebas dan keputusan nasabah merupakan variabel dependen/variabel terikat.
2. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh pengetahuan nasabah, lokasi kantor, dan citra lembaga terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil.
3. Objek penelitian hanya nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung yang telah memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil.
4. Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu 3 (tiga) bulan.

## G. Penegasan Istilah

### 1. Penegasan Konseptual

- a. Pengetahuan konsumen/nasabah adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.<sup>6</sup>
- b. Margin merupakan salah satu prinsip Islam dalam menjalankan setiap kegiatan yang berhubungan dengan bidang ekonomi. Margin adalah tingkat selisih atau kenaikan nilai dari aset yang mengalami peningkatan nilai dari biaya produksi dan harga jual.<sup>7</sup>
- c. Lokasi adalah tempat dimana diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor Bank yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan Bank. Di samping lokasi yang strategis, hal lain juga yang mendukung lokasi tersebut adalah layout gedung dan layout ruangan Bank itu sendiri.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2003), Hlm. 120

<sup>7</sup> Sri Dewi Anggadini, "Penerapan Margin Pembiayaan Murabahah Pada BMT As-Salam Pacet-Cianjur", *Majalah Ilmiah UNIKOM*, Vol.9, No.2, 8 Agustus 2011, Hlm.190

<sup>8</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2005), Hlm. 163

- d. Citra Lembaga / *Corporate Image* adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi.<sup>9</sup> Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas, dan setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya.<sup>10</sup>
- e. Keputusan Nasabah merupakan sesuatu proses yang terdiri dari lima tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian.<sup>11</sup>
- f. Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil, pembiayaan atau *Financing* merupakan pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan baik dilakukan sendiri maupun lembaga. BBA (Bai' Bitsaman Ajil) yaitu akad pembiayaan dengan konsep jual beli antara Baitul Maal Wat Tamwil dan nasabah dimana Baitul Maal Wat Tamwil mendapat margin (keuntungan) dari penjualan tersebut. Pengembalian pokok dan keuntungan dilakukan dengan cicilan. Selain itu dapat dijelaskan bahwa Bai' Bitsaman Ajil adalah Pembiayaan berupa talangan dana yang dibutuhkan nasabah untuk membeli suatu barang / jasa dengan kewajiban mengembalikan talangan dan tersebut ditambah margin keuntungan bank secara mencicil samapai

---

<sup>9</sup> Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, Cetakan kedelapan, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2012), Hlm. 111-112

<sup>10</sup> *Ibid*, Hlm. 113

<sup>11</sup> Philip Kotler & Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Ed. 12, terj, Bob Sabrana, (Jakarta : Erlangga, 2008), Hlm. 179

lunas dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan. Bank memperoleh margin keuntungan berupa selisih harga beli dari pemasok dengan harga jual bank kepada nasabah.<sup>12</sup>

## 2. Penegasan Operasional

Dari definisi konseptual diatas maka dapat dijelaskan maksud dari judul “Pengaruh Pengetahuan tentang Margin, Lokasi Kantor, dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Bai’ Bitsaman Ajil” adalah untuk mengetahui pengetahuan tentang margin, lokasi kantor, dan citra lembaga berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan Bai’ Bitsaman Ajil.

## H. Sistematika Skripsi

Sistematika penelitian penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) bagian utama diantaranya yaitu sebagai berikut :

### 1. Bagian Awal

Halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

### 2. Bagian Inti

Bab I                      Pendahuluan, menggambarkan secara singkat terkait apa yang akan dibahas dalam penelitian. Dalam bab ini disajikan beberapa unsur seperti, latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan

---

<sup>12</sup> Wirduyaningsih et al, *Bank Dan Asuransi Islam Indonesia*, Ed. 1, Cet. 2, ( Jakarta. Kecana Prenada, 2005), Hlm.109

- penelitian, batasan masalah, kegunaan/manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.
- Bab II Landasan Teori, dalam bab ini menggambarkan tentang teori, dan konsep mengenai pengetahuan tentang bagi hasil, lokasi kantor, citra lembaga, keputusan nasabah, penelitian terdahulu, kerangka konseptual serta hipotesis penelitian.
- Bab III Metode Penelitian, dalam bab ini memuat tentang rancangan penelitian yakni pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel, dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.
- Bab IV Hasil Penelitian, dalam bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang berisi diskripsi data dan pengujian hipotesis.
- Bab V Pembahasan, berisikan pembahasan dari rumusan masalah I, rumusan masalah II, rumusan masalah III, dan rumusan masalah IV.
- Bab IV Penutup, dalam bab ini memuat tentang kesimpulan dan saran dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti.

### 3. Bagian Akhir

Terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.