

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis

1. Hakikat Keputusan Anggota

Keputusan adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Berarti Keputusan (*decision*) adalah pilihan (*choice*), yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Sebagian besar keputusan berada pada satu dari dua kategori: terprogram dan tidak terprogram.²⁷

Keputusan pembelian berkaitan dengan kegiatan dimana seseorang konsumen akan memutuskan untuk mencari suatu produk atau jasa yang dia inginkan. Keinginan ini dimulai dari kebutuhan yang dirasakan mendesak bagi konsumen tersebut. Ada beberapa pola perilaku yang menentukan ketika akan melakukan pembelian. Adapun tahapannya adalah sebagai berikut: (1) Tahap pengenalan masalah/kebutuhan, merupakan proses pembelian dimana ketika pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkannya; (2) Tahap pencarian informasi, pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli suatu produk.

²⁷ Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 2

Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (pencarian internal) atau mencari dari luar (pencarian eksternal); (3) Tahap evaluasi alternatif, pada tahap ini konsumen mengevaluasi pilihan harga dan merek berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih. Konsumen memandang setiap produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari dan memuaskan kebutuhan; (4) Tahap pilihan (keputusan pembelian), dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk minat pembelian untuk membeli merek yang paling disukai; (5) Tahap perilaku purna pembelian, setelah membeli produk, konsumen akan merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Konsumen juga akan melakukan tindakan purnabeli dan menggunakan produk tersebut.²⁸

2. Hakikat Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi yang sangat dinamis dan berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan.²⁹ Sedangkan pelayanan adalah suatu usaha memberikan bantuan dengan penuh hati untuk memuaskan harapan konsumen atau masyarakat.³⁰ Jadi, kualitas

²⁸ Sopiah dan Etta Mamang, *Salesmanship ...*, hlm. 253

²⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hlm. 274

³⁰ Sopiah dan Etta Mamang, *Salesmanship*, hlm. 171

pelayanan merupakan kegiatan pemenuhan kebutuhan konsumen agar mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan sesuai dengan yang diharapkan ataupun melebihi harapan konsumen.

John Wanamaker mengemukakan bahwa berikan pelayanan terbaik, serta mutu terbaik maka pasar akan tumbuh didepan rumah anda. Ungkapan tersebut mengisyaratkan pentingnya pelayanan dan kualitas produk.³¹ Oleh karena itu sangat penting mengetahui standart pengukuran yang diterapkan dalam mengukur keberhasilan dari setiap strategi pelayanan yang diterapkan.

Islam mengajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik, berupa barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan pelayanan atau jasa yang buruk kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا
أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan

³¹ *Ibid.*, hlm. 166

daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (QS. Al Baqarah: 267).

32

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya mengharapkan kualitas pelayanan yang meliputi kriteria sebagai berikut: (1) *Tangibles*, merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi tangibles ini menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa; (2) *Reliability*, reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu; (3) *Responsiveness*, *responsiveness* atau daya tangkap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap; (4) *Assurance*, *assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employe untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan; (5) *Emphaty*, *emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh

³² Al-Qur'an dan Terjemah

karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.³³

3. Hakikat Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Dikatakan Gazalba (1987) sebagaimana yang dikutip oleh Ghufron dan Risnawati bahwa religiusitas berasal dari kata *religi* dalam bahasa Latin “religio” yang akar katanya adalah *religire* yang berarti mengikat. Dengan demikian, mengandung makna bahwa religi atau agama pada umumnya memiliki aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh pemeluknya. Kesemuanya itu berfungsi mengikat seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam sekitarnya.³⁴

Menurut Mokhlis yang dikutip oleh Asraf, *Religiosity is the degree to which an individual is committed to his/her religion*. Religiusitas adalah tingkat dimana seseorang komitmen kepada agamanya. Sedangkan menurut Magill yang dikutip oleh Asraf, dimana religiusitas merupakan sikap seseorang terhadap agama secara umum, bukan hanya kepada satu aspek atau bidangnya saja dari agama, tetapi lebih kepada sikap seseorang dalam memperlihatkan

³³ Sopiah dan Etta Mamang, *Salesmanship* hlm. 176

³⁴ M. Nur Ghufron & Rini Risnawita S, *Teori-Teori Psikologi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), hlm. 167

atau menunjukkan intensitas seseorang untuk menjadi orang beragama.

35

b. Aspek-Aspek Religiusitas

Pembagian dimensi-dimensi religiusitas menurut Glock dan Stark sebagaimana yang dikutip oleh M. Nur Gufron & Rini Risnawati terdiri dari lima dimensi, diantaranya: (1) Dimensi keyakinan (*the ideological dimension*), dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima dan mengakui hal-hal yang dogmatik dalam agamanya. Misalnya keyakinan adanya sifat-sifat Tuhan adanya malaikat, surga, para Nabi, dan sebagainya; (2) Dimensi peribadatan atau praktik agama (*the ritualistic dimension*), dimensi ini adalah tingkatan sejauh mana seseorang menunaikan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Misalnya menunaikan shalat, zakat, puasa, haji, dan sebagainya; (3) Dimensi *feeling* atau penghayatan (*the experiential dimension*), dimensi penghayatan adalah perasaan keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan seperti merasa dekat dengan Tuhan, tenteram saat berdoa, tersentuh mendengar ayat kitab suci, merasa takut berbuat dosa, merasa senang doanya dikabulkan, dan sebagainya; (4) Dimensi pengetahuan agama (*the intellectual dimension*), dimensi ini adalah seberapa jauh seseorang mengetahui dan memahami ajaran-ajaran agamanya terutama yang ada dalam kitab suci, hadis, pengetahuan tentang fikih,

³⁵Asraf, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menyimpan Dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator*, (e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 2, Nomor 1, Januari 2014), hlm.63

dan sebagainya; (5) Dimensi *effect* atau pengalaman (*the consequential dimension*), dimensi pengalaman adalah sejauh mana implikasi ajaran agama memengaruhi perilaku seseorang dalam kehidupan sosial. Misalnya mendermakan harta untuk keagamaan dan sosial, menjenguk orang sakit, mempererat silaturahmi, dan sebagainya.³⁶

4. Hakikat Margin Keuntungan

Bank syariah menerapkan keuntungan terhadap produk-produk pembiayaan yang berbasis Natural Certainty Contracts (NCC), yakni akad bisnis memberikan kepastian pembayaran, baik dari segi jumlah (*amount*) maupun waktu (*timing*), seperti pembiayaan *murabahah*, *ijarah*, *ijarah mutahia bit tamlik*, *salam*, dan *istishna*.³⁷

Secara teknis, yang dimaksud dengan margin keuntungan adalah persentase tertentu yang diterapkan per tahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan margin, keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulanan.³⁸ Pada umumnya, nasabah pembiayaan melakukan pembiayaan secara angsuran. Tangihan 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

³⁶ M. Nur Ghufroon & Rini Risnawita S, *Teori-Teori ...*, hlm. 169

³⁷ Adiwarman Karim, *Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm 279-280

³⁸ *Ibid.*,

pembiayaan, yakni jumlah pembiayaan (harga beli ditambah harga pokok) yang tercantum di dalam Perjanjian Pembiayaan.³⁹

Harga jual pada pembiayaan murabahah dapat ditetapkan dengan memperhatikan harga beli bank, *cost recovery*, dan persentase keuntungan yang diinginkan. *Cost Recovery* (biaya yang telah dikeluarkan) bisa didekati dengan membagi nilai pembiayaan yang dikeluarkan bank dengan estimasi total pembiayaan dikalikan dengan jumlah biaya operasional. Sedangkan prosentase keuntungan yang diinginkan bisa dirasionalkan dengan membagi biaya operasional dengan total aset yang dimiliki bank.⁴⁰

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan margin dan bagi hasil di bank syariah antara lain: (1) Komposisi Pendanaan, bagi bank syariah yang pendanaannya sebagian besar diperoleh dari dana giro dan tabungan, yang nisbah nasabah tidak setinggi deposito (bahwa bonue/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; (2) Tingkat Persaingan, jika tingkat kopetisi ketat, porsi keuntungan bank tipis, sedangkan pada tingkat persaingan masih longgar bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi; (3) Risiko Pembiayaan, pada pembiayaan pada sektor yang berisiko tinggi, bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi dibanding yang berisiko

³⁹ *Ibid.*,

⁴⁰ Fithria Aisyah Rahmawati, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Margin pada Pembiayaan Murabahah di BMT se-Kabupaten Jepara*, Jurnal Ekonomi Syariah STAIN Kudus, Vol. 3, No.2 Desember 2015 dalam <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1257>

sedang; (4) 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; (5) Kondisi Perekonomian, siklus ekonomi meliputi kondisi: *revival*, *boom/peak* puncak, resesi, dan depresi. Jika perekonomian secara umum berada pada dua kondisi pertama, dimana usaha berjalan lancar, maka bank dapat mengambil kebijakan pengambilan keuntungan yang lebih longgar. Namun pada kondisi lainnya (resesi dan depresi) bank tidak merugipun sudah bagus keuntungan sangat tipis; (6) 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 beberapa besar keuntungan yang dianggarkan. Anggaran keuntungan inilah yang akan berpengaruh pada kebijakan penentuan besarnya margin ataupun nisbah bagi hasil untuk bank.⁴¹

⁴¹ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2014), hlm. 157-158

5. Hakikat Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan atau *financing*, yaitu 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 yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.⁴² Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.⁴³

Pembiayaan bank syariah dibedakan menjadi beberapa jenis antara lain: Pembiayaan dilihat dari tujuan penggunaan, pembiayaan dilihat dari jangka waktunya, pembiayaan dilihat dari sektor usaha, pembiayaan dilihat dari segi jaminan, dan pembiayaan dilihat dari jumlahnya.⁴⁴

b. Tujuan Pembiayaan

Secara umum, tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok besar, yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro, dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro. Secara makro, pembiayaan

⁴² Veithzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 681

⁴³ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 106

⁴⁴ *Ibid.*, hlm. 113

bertujuan untuk: (1) 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; (2) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melakukan aktivitas pembiayaan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak minus dana, sehingga dapat tergulirkan; (3) 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; (4) 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; (5) Terjadi distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya. Penghasilan merupakan bagian dari pendapatan masyarakat. Jika ini terjadi maka akan terdistribusi pendapatan.⁴⁵

Adapun secara mikro, pembiayaan bertujuan untuk: (1) Upaya memaksimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha

⁴⁵ Veithzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking ...*, hlm. 682

menginginkan mampu mencapai laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup; (2) Upaya meminimalkan risiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul. Risiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan; (3) Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan *mixing* antara sumber daya manusianya ada, dan sumber daya modal tidak ada, maka dipastikan diperlukan pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi; (4) Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang kelebihan dana, sementara ada pihak yang kekurangan dana. Dalam kaitan dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana pihak yang kelebihan (surplus) kepada pihak yang kekurangan (minus) dana.⁴⁶

6. Hakikat Pembiayaan Murabahah

a. Pengertian Murabahah

Kata murabahah berasal dari kata (Arab) *rabaha, yarabihu, murabahatan*, yang berarti untung atau menguntungkan, seperti ungkapan “*tijaratun rabihah, wa baa’uasy-syai murabahatan*” artinya perdagangan yang menguntungkan, dan menjual sesuatu barang yang

⁴⁶ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, hlm. 5

memberi keuntungan. Kata murabahah juga berasal dari kata ribhun yang berarti tumbuh, berkembang, dan bertambah.

Menurut para ahli hukum Islam (*fuqaha*), pengertian *murabahah* adalah “*al-bai’ bira ‘sil maal waribhun ma’lum*” artinya jual beli dengan harga pokok ditambah keuntungan yang diketahui. Ibn Jazi menggambarkan jenis transaksi ini “penjual barang memberitahukan kepada pembeli harga barang dan keuntungan yang akan diambil dari barang tersebut. Para *fuqaha* mensifati *murabahah* sebagai bentuk jual beli atas dasar kepercayaan (*dhaman buyu’ al-amanah*). Hal ini mengingat penjual percaya kepada pembeli yang diwujudkan dengan menginformasikan harga pokok barang yang akan dijual berikut keuntungannya kepada pembeli.⁴⁷

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 berupa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang diperoleh). Jadi secara sederhananya, *murabahah* berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati.⁴⁸

⁴⁷ Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm.108-109

⁴⁸ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam ...*, hlm. 113

b. Rukun Murabahah

Menurut Ascarnya dalam bukunya menjelaskan bahwa terdapat rukun jual beli murabahah, diantaranya yaitu: (1) pelaku akad, yaitu *ba'i* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytari* (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang; (2) objek akad, yaitu *mabi'* (barang dagangan) dan *tsaman* (harga), dan (3) shighah, yaitu Ijab dan Qabul.⁴⁹

c. Dasar Hukum Murabahah

Karena murabahah ini merupakan salah satu bentuk jual beli, mayoritas ulama berpendapat bahwa dasar hukum murabahah ini sama seperti dalam dasar hukum jual beli pada umumnya. Diantara dasar hukum yang digunakan *jumhur* ulama adalah Al-Quran dan Hadits Rasulullah saw. Ayat-ayat Alquran yang dimaksud adalah sebagai tertuang dalam Alquran surah QS. An-Nisa (4): 29 dan QS. Al-Baqarah (2): 198⁵⁰

Al-Qur'an Surat An-Nisa Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا

⁴⁹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm.82

⁵⁰ Fathurrahman Djamil, *Penerapan ...*, hlm.111

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 di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa : 29) ⁵¹

Al-Qur’an Surat Al-Baqarah Ayat 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.....

Artinya: “...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...” (QS. Al-Baqarah: 275)⁵²

Hadits

Artinya: “Dari Suhaib ar-Rumi ra. Bahwa Rasulullah saw. bersabda “tiga hal yang didalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah) dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual”. (HR. Ibnu Majah). ⁵³

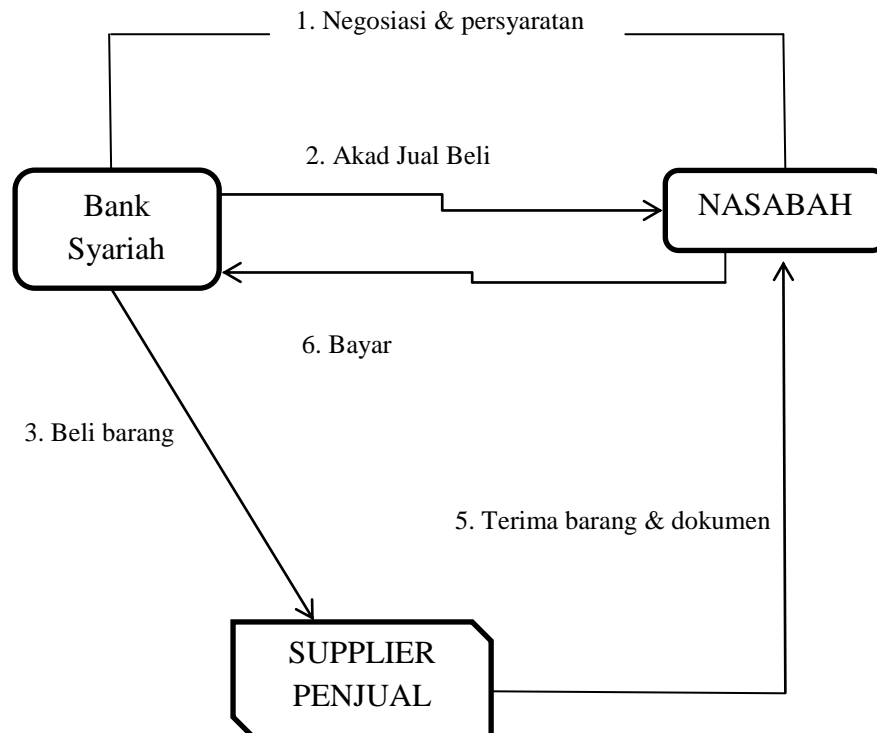
⁵¹ Al-Qur’an dan Terjemah

⁵² *Ibid.*,

⁵³ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, hlm.225

d. Skema Pembiayaan Murabahah

Dalam pembiayaan murabahah, sekurang-kurangnya terdapat dua pihak yang melakukan transaksi jual beli, yaitu bank syariah sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli barang.



Keterangan:

1. Bank syariah dan nasabah melakukan negosiasi tentang rencana transaksi jual beli yang akan dilaksanakan. Poin negosiasi meliputi jenis barang yang akan dibeli, kualitas barang, dan harga jual.
2. Bank syariah melakukan akad jual beli dengan nasabah, dimana bank syariah sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Dalam akad jual beli ini, ditetapkan barang yang menjadi objek jual beli yang telah dipilih oleh nasabah, dan harga jual barang.

3. Atas dasar akad yang dilaksanakan antara bank syariah dan nasabah, maka bank syariah membeli barang dari *supplier*/penjual. Pembelian yang dilakukan oleh bank syariah ini sesuai dengan keinginan nasabah yang telah tertuang dalam akad
4. Supplier mengirimkan barang kepada nasabah atas perintah bank syariah.
5. Nasabah menerima barang dari supplier dan menerima dokumen kepemilikan barang tersebut.
6. Setelah menerima barang dan dokumen, maka nasabah melakukan pembayaran. Pembayaran yang lazim dilakukan oleh nasabah ialah dengan cara angsuran.⁵⁴

e. Syarat Pokok Murabahah

Pembiayaan murabahah dalam praktiknya harus memenuhi syarat pokok, diantaranya sebagai berikut yaitu: (1) Murabahah merupakan salah satu bentuk jual beli ketika penjual secara eksplisit menyatakan biaya perolehan barang yang akan dijualnya dan menjual kepada orang lain dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan; (2) Tingkat keuntungan dalam murabahah dapat ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama dalam bentuk lumpsum atau persentase tertentu dari biaya; (3) Semua biaya yang dikeluarkan penjual dalam rangka memperoleh barang, seperti biaya pengiriman, pajak, dan sebagainya dimasukkan ke dalam biaya perolehan untuk

⁵⁴ Ismail, *Perbankan Syariah ...*, hlm. 139

menentukan harga agregat dan margin keuntungan di dasarkan pada harga agregat ini. Akan tetapi, pengeluaran yang timbul karena usaha, seperti gaji pegawai, sewa tempat usaha, dan sebagainya tidak dapat dimasukkan kedalam harga untuk suatu transaksi. Margin keuntungan yang diminta itulah yang meng-*cover* pengeluaran-pengeluaran tersebut; dan (4) Murabahah dikatakan sah hanya ketika biaya-biaya perolehan barang dapat ditentukan secara pasti. Jika biaya-biaya tidak dapat dipastikan, barang/komoditas tersebut tidak dapat dijual dengan prinsip murabah. ⁵⁵

7. Hakikat Koperasi Syariah

a. Pengertian Koperasi

Istilah Koperasi berasal dari kata (co = bersama, operation = usaha) yang secara bahasa berarti bekerja bersama dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Undang-Undang Nomor 12 tahun 1967 tentang pokok-pokok perkoperasian, Koperasi Indonesia adalah organisasi ekonomi rakyat berwatak sosial, beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang merupakan tata susunan ekonomi sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, menyatakan bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus

⁵⁵ Ascarya, *Akad dan*, hlm. 83

sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.⁵⁶

Menurut Prof. R.S. Soeriaatmadja, dalam kuliahnya pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia memberikan definisi koperasi sebagai berikut: “Koperasi ialah suatu perkumpulan dari orang-orang yang atas dasar persamaan derajat sebagai manusia, dengan tidak memandang haluan agama dan politik secara sukarela masuk, untuk sekedar memenuhi kebutuhan bersama yang bersifat kebendaan atas tanggungan bersama.”⁵⁷

b. Dasar Hukum

Kenyataan bahwa koperasi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan ekonomi masyarakat. Karenanya agar praktik koperasi tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, diperlukan adanya upaya perbaikan secara konseptual melalui implementasi akad-akad muamalah. Dilihat dari usahanya yang dijalankan secara bersama-sama, koperasi identik dengan persekutuan (*syirkah*). *Syirkah* disyariatkan Allah karena tidak semua kegiatan ekonomi/bisnis mampu dijalankan melalui usaha perseorangan. Adapun yang menjadi dasar hukum berlakunya akad *syirkah* adalah sebagai berikut

فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثُّلُثِ

⁵⁶ Burhanuddin, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia*, (Malang: UIN Maliki Press, 2013), hlm.1

⁵⁷ Hedrojogi, *Koperasi: Asas-asas, Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hlm. 22

Artinya: ... “Maka mereka telah bersekutu dalam yang sepertiga...”
(QS. An-Nisa: 12)

Hadits

1. Dari Abu Hurairah, Rasulullah bersabda: “Sesungguhnya Allah azza wa jalla berfirman: “Aku pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah satunya tidak mengkhianati pihak lainnya. Kalau salah satunya berkhianat, Aku keluar dari keduanya.” (HR. Abu Dawud dan Hakim)
2. “Pertolongan Allah tercurah atas dua pihak yang berserikat, sepanjang keduanya tidak saling berkhianat”. (HR. Bukhari dan Muslim).⁵⁸

c. Asas Koperasi

Dalam peraturan perundang-undangan selalu ditegaskan bahwa asas koperasi adalah kekeluargaan. Pada hakekatnya, asas kekeluargaan merupakan dasar pemikiran pengembangan usaha ekonomi/bisnis berbasis yang kemitraan (*syirkah*). Melalui asas kekeluargaan ini diharapkan usaha ekonomi yang diwujudkan kedalam bentuk koperasi diharapkan lebih mampu mengedepankan sikap amanah diantara sesama anggotanya dalam mencapai tujuan jika dibandingkan dengan bentuk badan hukum lainnya.⁵⁹

⁵⁸ Burhanuddin, *Koperasi Syariah ...*, hlm. 4

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 10

d. Tujuan Koperasi

Koperasi didirikan bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Tujuan utama koperasi adalah meningkatkan kesejahteraan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya. Koperasi Indonesia merupakan perkumpulan orang-orang, bukan perkumpulan modal sehingga laba bukan merupakan ukuran utama kesejahteraan anggota. Meskipun keduanya merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, manfaat jasa koperasi adalah lebih utama bagi anggota daripada laba itu sendiri.⁶⁰

f. Prinsip-prinsip Koperasi

Berlakunya prinsip-prinsip koperasi secara konseptual adalah bermula dari hasil pemikiran yang digali dari kebiasaan praktek berkoperasi itu sendiri. Adapun yang menjadi prinsip-prinsip koperasi selama ini adalah: (1) Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka, sifat kesuka relaan dalam keanggotaan koperasi mengandung makna bahwa menjadi anggota koperasi adalah atas dasar kesadaran tanpa adanya unsur paksaan dari siapapun. Dengan kata lain, suka rela berarti bahwa seorang anggota dapat mendaftarkan/mengundurkan diri dari

⁶⁰ *Ibid.*, hlm. 11

koperasinya sesuai dengan syarat yang ditentukan dalam Anggaran Dasar Koperasi. Sedangkan sifat terbuka mengandung pengertian bahwa dalam keanggotaan koperasi tidak boleh dilakukan pembatasan atau diskriminasi dalam bentuk apapun; (2) Pengelolaan dilakukan secara demokratis, prinsip demokratis menunjukkan bahwa pengelolaan koperasi dilakukan atas kehendak para anggotanya. Implementasi dari kehendak tersebut diwujudkan melalui rapat-rapat anggota untuk menetapkan dan melaksanakan kekuasaan tertinggi dalam koperasi. Kekuasaan ditentukan dari hasil keputusan yang diambil berdasarkan musyawarah mufakat diantara para anggota. Namun, apabila melalui musyawarah ternyata tidak mencapai kata sepakat, bar kemudian keputusan diambil melalui voting untuk menentukan suara terbanyak; (3) Pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil, pembagian sisa hasil usaha sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota. Pembagian sisa hasil usaha (SHU) kepada anggota dilakukan tidak semata-mata berdasarkan pada modal yang disimpan/disertakan oleh seseorang dalam koperasi, tetapi juga berdasarkan pada modal yang disimpan/disertakan oleh seseorang dalam koperasi, tetapi juga berdasarkan pertimbangan jasa usaha (transaksi) yang telah diberikan anggota terhadap koperasi. Berlakunya ketentuan ini merupakan perwujudan nilai-nilai keadilan; (4) Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal, kedudukan modal dalam koperasi pada umumnya

dipergunakan untuk memulai usaha, sehingga diharapkan dapat segera memberikan manfaat kepada anggotanya. Namun berbeda dengan badan usaha lainnya, pemberian imbalan jasa melalui wadah koperasi tidak semata-mata ditentukan oleh besarnya modal, melainkan yang lebih diutamakan adalah sejauh mana partisipasi anggota dalam mengembangkan usaha tersebut. Partisipasi anggota wujudnya bisa beraneka ragam, diantaranya dengan menjadikan koperasi sebagai tempat transaksi untuk memenuhi kebutuhannya; (5) Kemandirian, koperasi harus mampu berdiri sendiri, tanpa selalu bergantung pada pihak lain. Disamping itu, kemandirian mengandung makna kebebasan yang bertanggung jawab, otonomi, swadaya, berani mempertanggung jawabkan perbuatan dan hendak untuk mengelola diri sendiri.⁶¹

g. Fungsi dan Peran Koperasi

Koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum untuk melakukan suatu usaha berdasarkan pada prinsip tertentu sebagai rujukan gerakan ekonomi kerakyatan yang berdasar atas asas kekeluargaan. Sebagai badan badan hukum yang berpihak pada rakyat, koperasi mempunyai fungsi dan peranan penting dalam pembangunan ekonomi. Menurut undang-undang, adapun yang menjadi fungsi dan peran koperasi adalah: (1) Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan ekonomi

⁶¹ Burhanuddin, *Koperasi Syariah ...*, hlm.13-15

anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosialnya; (2) Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat; 3) Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai sokogurunya; (4) Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasar atas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.⁶²

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Menurut Prasetyo penelitian ini dimaksudkan untuk menguji dan menganalisa faktor yang mempengaruhi keputusan anggota untuk melakukan pembiayaan khususnya pembiayaan *murabahah* atau pembiayaan *bai' bitsaman ajil* pada BMT Mubaarak. Faktor yang akan diuji yaitu faktor kebutuhan, keagamaan, referensi serta kemudahan. Sampel yang diambil yaitu anggota BMT yang menggunakan pembiayaan *murabahah* atau *bai' bitsaman ajil* pada BMT Mubaraak Wonosari. Penelitian ini menggunakan analisa regresi linier berganda. Hasilnya bahwa secara parsial maupun simultan faktor kebutuhan, keagamaan, referensi serta kemudahan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan *murabahah* atau *bai' bitsaman ajil*.⁶³ Persamaan dari penelitian

⁶² Burhanuddin, *Koperasi Syariah ...*, hlm. 22

⁶³ Dwi Prasetyo, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan Murabahah dan Bai' Bitsaman Ajil Studi Kasus pada BMT Mubaarak Wonosari Gunung Kidul*, (Yogyakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2010)

ini yaitu variabel independent keagamaan dan variabel dependent pembiayaan murabahah. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel independet kualitas pelayanan, dan margin keuntungan

Penelitian Mustika dan Osni yang bertujuan untuk Menganalisis Variabel-variabel yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Mandiri Periode 2008.01.2011.12, dalam penelitian ini menggunakan variabel DPK, Margin, NPF, dan FDR. Variabel DPK, NPF, dan FDR berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan murabahah, sedangkan variabel margin tidak berpengaruh signifikan. Persamaan dari penelitian ini yaitu variabel independent margin dan variabel dependent pembiayaan murabahah. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel independet kualitas pelayanan, dan religiusitas.⁶⁴

Penelitian Asraf yang bertujuan untuk melihat bagaimana kualitas produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memutuskan menyimpan dana di Bank Muamalat Cabang Pasaman barat dan melihat pula religiusitas nasabah berperan sebagai variabel moderator. Hasil pengujian dengan Moderated Regression Analysis (MRA) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menyimpan dana di Bank Muamalat Pasaman Barat dengan koefisien sebesar 0,499 dan nilai signifikansi 0,000. Sedangkan untuk religiusitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menyimpan di Bank

⁶⁴ Mustika Ramadhani dan Osni Erza, *Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Mandiri Periode 2008.01.2011.12*, (Media Ekonomi Vol. 19, No.1, April 2011), <http://trijurnal.lemli.trisakti.ac.id/index.php/medek/article/view/833>

Muamalat dengan koefisien sebesar 0,339 dan signifikansi 0,000.⁶⁵ .
 Persamaan dari penelitian ini yaitu variabel independent religiusitas.
 Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel independet kualitas pelayanan, dan religiusitas serta variabel dependent keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah.

Penelitian Arida dan Kartika dengan tujuan untuk mengetahui keputusan nasabah dalam mengambil produk pembiayaan pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah X Cabang Malang), hasil dari penelitian ini bahwa tiga aspek yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil produk pembiayaan di bank syariah yaitu sistem dan syarat pembiayaan, profit sharing, prosedur dan pelayanan.⁶⁶ Persamaan dari penelitian ini yaitu variabel independent margin keuntungan atau profit sharing dan pelayanan, serta variabel dependent pembiayaan. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel independet religiusitas

Menurut Farida dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh variabel religiusitas, pemahaman produk, dan pelayanan, terhadap permintaan pembiayaan pada KSU Ja'far Medika Syariah di Karanganyar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota pembiayaan yang berkisar 884 anggota kemudian diambil sampel menggunakan probabilitas/acak. Analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda.

⁶⁵ Asraf, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menyimpan Dana Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat Dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderator", e-Jurnal Apresiasi Ekonomi Volume 2, Nomor 1, Januari 2014 : 61 – 72 ISSN : 2337 - 399, dalam <https://www.neliti.com/id/journals/ejurnal-apresiasi-ekonomi>

⁶⁶ Dwi Arida Harja dan Ajeng Kartika Galuh, *Keputusan dan Nasabah dalam Mengambil Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah X Cabang Malang)*, (Vol 4, No 2 : Semester Genap 2015/2016), <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/12953>

berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 4,965 - 0,107 + 0,535 + 0,311$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai adjusted R^2 sebesar 0,402 menjelaskan bahwa 40,2% permintaan pembiayaan dapat dipengaruhi oleh religiusitas, pemahaman produk dan pelayanan. Sedangkan 59,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.⁶⁷ Persamaan dari penelitian ini yaitu variabel independent religiusitas dan pelayanan serta variabel dependent permintaan pembiayaan. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel independet margin keuntungan

Menurut Musliana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan murabahah PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif responden, analisis statistik deskriptif responden, analisis statistik diskriptif variabel, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya kualitas pelayanan dan citra produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan *murabahah* di PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan ($0,726 > 0,05$) artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan *murabahah* di PT. BPRS Madina

⁶⁷ Faridhah Nur Azizah, *Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Produk, Dan Pelayanan Terhadap Permintaan Pembiayaan Di Ksu Ja'far Medika Syariah*, (Surakarta: Skripsi tidak diterbitkan ,2016)

Mandiri Sejahtera Yogyakarta dan nilai signifikansi citra produk ($0,000 < 0,05$) artinya citra lembaga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan *murabahah* di PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.⁶⁸ Persamaan dari penelitian ini yaitu variabel independent kualitas pelayanan dan variabel dependent pembiayaan murabahah. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel independent religiusitas dan margin keuntungan.

Penelitian Mirawati yang bertujuan untuk menganalisis persepsi nasabah dalam melakukan pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Indonesia cabang Pekanbaru. Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian, faktor utama yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pembiayaan murabahah di Bank Muamalat Indonesia cabang Pekanbaru bahwa faktor pribadi hanya ditunjukkan oleh pembiayaan murabahah berlandaskan moral dan saling percaya. Faktor lingkungan juga hanya ditunjukkan oleh aksesibilitas pembiayaan murabahah cepat dan mudah. Masyarakat banyak memilih faktor obyek dalam mempengaruhi persepsi mereka terhadap pembiayaan murabahah diantaranya adalah pembiayaan murabahah diantaranya adalah pembiayaan murabahah populer di masyarakat, karyawan sangat profesional dan dapat dipercaya, biaya administrasinya murah, sikap karyawan ramah, simpati, dan murah senyum, sosialisasi dan promosi pembiayaan murabahah telah mencapai seluruh lapisan masyarakat, promosi

⁶⁸ Musliana RatnaSari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pelayan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta*, (Yogyakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2016)

pembiayaan murabahah diketahui lewat hubungan personal dan kerabat, prospek perkembangan pembiayaan murabahah sangat baik, informasi pembiayaan murabahah diketahui lewat media cetak dan televisi.⁶⁹ . Persamaan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis persepsi nasabah pembiayaan murabahah. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada pendekatan penelitian yaitu pendekatan kuantitatif serta kualitas pelayanan baik administrasi maupun sikap karyawan mempengaruhi nasabah pembiayaan murabahah .

Menurut Sri Wulandari, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh margin dan kualitas produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan Produk pembiayaan murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya kualitas margin dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan minat nasabah dalam menggunakan Produk pembiayaan murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang.. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa nilai signifikansi margin ($0,022 > 0,05$) artinya margin berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan Produk pembiayaan murabahah pada BMT Mu'awanah Palembang dan nilai signifikansi kualitas produk ($0,003 < 0,05$) artinya kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT

⁶⁹ Mirawati, "Pembiayaan Murabahah: Analisis Murabahah: Analisis Persepsi Nasabah", Menara Ekonomi: ISSN: 2407-8565 Volume III No. 5 – April 2017 dalam <http://joernal.umsb.ac.id/index.php/menaraekonomi/article/download/213/175>

Mu'awanah Palembang.⁷⁰ Persamaan dari penelitian ini yaitu variabel independent margin dan variabel dependent pembiayaan murabahah. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel independet kualitas pelayanan, dan religiusitas

Tabel 2.1
Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Ini

No	Peneliti Terdahulu (Tahun)	Kajian	Kajian Peneliti
1.	Dwi Prasetyo (2010)	Variabel bebas: kebutuhan, keagamaan, referensi serta kemudahan. Variabel terikat: keputusan anggota untuk melakukan pembiayaan khususnya pembiayaan <i>murabahah</i> atau pembiayaan <i>bai' bitsaman ajil</i>	Variabel bebas: Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Margin Keuntungan Variabel terikat: keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah
2.	Mustika Ramadhani dan Osni Erza (2011)	Variabel bebas: DPK, Martgin, NPF, dan FDR Variabel Terikat: Pembiayaan Murabahah Obyek Penelitian: Bank Syariah Mandiri	Variabel bebas: Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Margin Keuntungan Variabel terikat: keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah
3.	Asraf (2014)	Variabel bebas: Kualitas Produk dan Religiusitas sebagai variabel moderator Variabel terikat: keputusan menyimpan dana Obyek Penelitian: Bank Muamalat	Variabel bebas: Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Margin Keuntungan Variabel terikat: keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah Obyek Penelitian: Koperasi Syariah

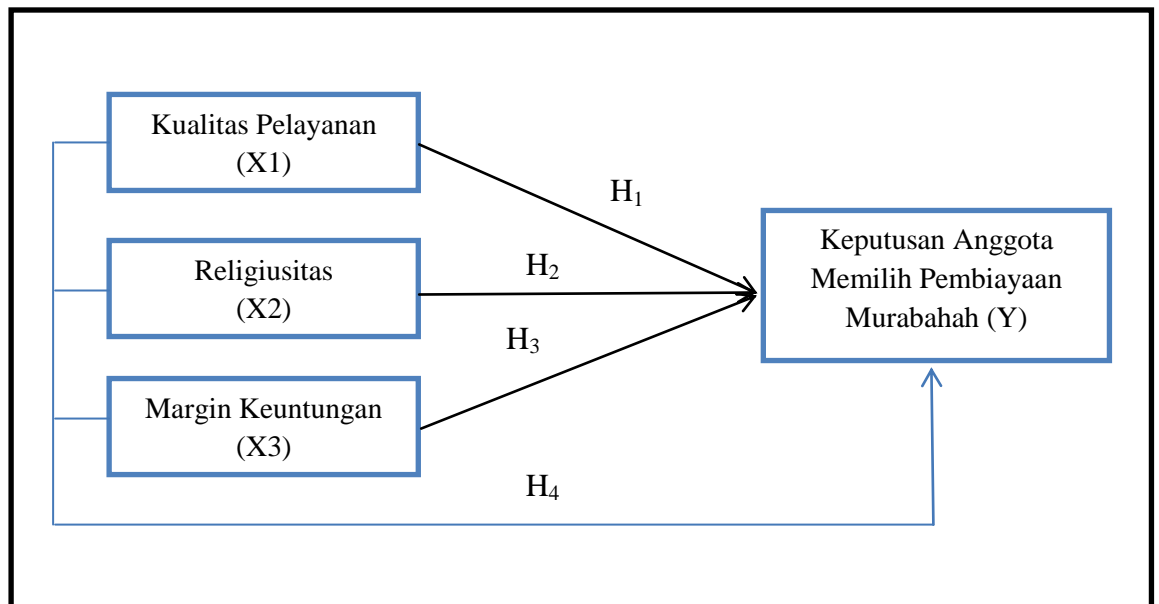
⁷⁰ Sri Wulandari, *Pengaruh Margin dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) Mu'awanah Palembang*, (Palembang: Skripsi tidak diterbitkan, 2017)

4.	Dwi Arida Harja dan Ajeng Kartika Galuh (2016)	Jenis Penelitian: Kualitatif Terdapat tiga aspek yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu sistem dan syarat-syarat pembiayaan, profit sharing, dan prosedur serta pelayanan.	Jenis Penelitian: Kuantitatif Variabel bebas: Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Margin Keuntungan Variabel terikat: keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah
5.	Faridhah Nur Azizah (2016)	Variabel bebas: religiusitas, pemahaman produk, dan pelayanan. Variabel terikat: permintaan pembiayaan	Variabel bebas: Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Margin Keuntungan Variabel terikat: keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah
6.	Musliana Ratnasari (2016)	Variabel bebas: kualitas pelayanan dan citra produk Variabel terikat: terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan murabahah	Variabel bebas: Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Margin Keuntungan Variabel terikat: keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah
7.	Mirawati (2017)	Jenis Penelitian: Kualitatif, faktor utama yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pembiayaan murabahah yaitu faktor pribadi	Jenis Penelitian: Kuantitatif Variabel bebas: Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Margin Keuntungan Variabel terikat: keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah
8.	Sri Wulandari (2017)	Variabel bebas: margin, kualitas produk Variabel terikat: terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah	Variabel bebas: Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Margin Keuntungan Variabel terikat: keputusan nasabah memilih pembiayaan murabahah

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara variabel dependen (keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah pada KSPS Syariah Soyo Mulyo) dengan variabel independen (pengaruh kualitas pelayanan, religiusitas dan margin keuntungan) maka dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:

Gamab 2.1
Kerangka Konseptual



Kerangka konseptual di atas didasarkan pada kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan, diantaranya:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah didasarkan oleh teori yang dikemukakan Sopiah

dan Etta⁷¹. Serta didasarkan kajian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh *Harja dan Galuh*⁷², *Farida*⁷³, dan *Musliana*⁷⁴

2. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah didasarkan oleh teori yang dikemukakan Ghufron & Risnawita⁷⁵ Asraf⁷⁶. Serta didasarkan kajian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prasetyo⁷⁷ Farida⁷⁸.
3. Pengaruh margin keuntungan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah didasarkan oleh teori yang dikemukakan Adiwarmanto⁷⁹ Fithria⁸⁰. Serta didasarkan kajian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh *Ramadhani dan Erza*⁸¹.
4. Pengaruh kualitas pelayanan, religiusitas dan margin keuntungan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah didasarkan oleh teori Sopiah dan Etta⁸² Ghufron dan Risnawita⁸³ Asraf⁸⁴ Adiwarmanto⁸⁵

⁷¹ Sopiah dan Etta Mamang, *Salesmanship (Kepenjualan)*, hlm. 171

⁷² Dwi Arida Harja dan Ajeng Kartika Galuh, *Keputusan dan Nasabah dalam Mengambil Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah X Cabang Malang)*,

⁷³ Faridhah Nur Azizah, *Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Produk, Dan Pelayanan Terhadap Permintaan Pembiayaan Di Ksu Ja'far Medika Syariah*,

⁷⁴ Musliana RatnaSari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta*,

⁷⁵ M. Nur Ghufron & Rini Risnawita S, *Teori-Teori Psikologi*, ... hlm. 167

⁷⁶ Asraf, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan* hlm.63

⁷⁷ Dwi Prasetyo, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan Murabahah dan Bai' Bitsaman Ajil Studi Kasus pada BMT Mubaarak Wonosari Gunung Kidul*

⁷⁸ Faridhah Nur Azizah, *Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Produk, Dan Pelayanan Terhadap Permintaan Pembiayaan Di Ksu Ja'far Medika Syariah*,

⁷⁹ Adiwarmanto Karim, *Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm 279-280

⁸⁰ Fithria Aisyah Rahmawati, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Margin pada Pembiayaan Murabahah di BMT se-Kabupaten Jepara*,

⁸¹ *Mustika Ramadhani dan Osni Erza, Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Mandiri Periode 2008.01.2011.12*,

⁸² Sopiah dan Etta Mamang, *Salesmanship (Kepenjualan)*, hlm. 171

Fithria⁸⁶. Serta didasarkan kajian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Harja dan Galuh⁸⁷ Farida⁸⁸ Musliana⁸⁹ Prasetyo⁹⁰ Ramadhani dan Erza⁹¹

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara tentang adanya sesuatu atau kemungkinan adanya sesuatu dengan diiringi perkiraan mengapa atau apa kemungkinan adanya demikian.⁹² Dengan demikian, hipotesis merupakan dugaan sementara yang masih dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian. Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, landasan teori, kerangka berfikir, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPP Syariah Soyo Mulyo Trenggalek

⁸³ M. Nur Ghufon & Rini Risnawita S, *Teori-Teori Psikologi*, ... hlm. 167

⁸⁴ Asraf, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan* hlm.63

⁸⁵ Adiwarmar Karim, *Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm 279-280

⁸⁶ Fithria Aisyah Rahmawati, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Margin pada Pembiayaan Murabahah di BMT se-Kabupaten Jepara*,

⁸⁷ Dwi Arida Harja dan Ajeng Kartika Galuh, *Keputusan dan Nasabah dalam Mengambil Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah X Cabang Malang)*,

⁸⁸ Faridhah Nur Azizah, *Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Produk, Dan Pelayanan Terhadap Permintaan Pembiayaan Di Ksu Ja'far Medika Syariah*,

⁸⁹ Musliana RatnaSari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta*,

⁹⁰ Dwi Prasetyo, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan Murabahah dan Bai' Bitsaman Ajil Studi Kasus pada BMT Mubaarak Wonosari Gunung Kidul*

⁹¹ Mustika Ramadhani dan Osni Erza, *Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah Mandiri Periode 2008.01.2011.12*,

⁹² Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012), hlm. 48

- H2: Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPP Syariah Soyo Mulyo Trenggalek
- H3: Margin keuntungan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPP Syariah Soyo Mulyo Trenggalek
- H4: Kualitas pelayanan, religiusitas, dan margin keuntungan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan murabahah di KSPP Syariah Soyo Mulyo Trenggalek