

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Tingkat *Margin***

##### **1. Pengertian Tingkat *Margin***

Menurut Adiwarman Karim pengertian dari *Margin* keuntungan adalah persentase tertentu yang telah ditetapkan per tahun, perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan sebanyak 360 hari, perhitungan margin secara bulanan maka ditetapkan sebanyak 12 bulan. Pada umumnya, nasabah melakukan pembayaran secara angsuran.<sup>19</sup> Dalam menetapkan margin yang berdampak pada keuntungan, bank erat kaitannya dengan harga yang terbentuk dalam pembiayaan yang dilakukan.

Menurut Ahmad Sumiyanto pengertian *Margin* merupakan penyeimbang yang berasal dari modal kerja atau investasi yang dimanfaatkan oleh suatu mitra.<sup>20</sup> *Margin* digunakan agar terjadi keadilan didalam memperoleh keuntungan baik dari pihak mitra maupun dari pihak lembaga.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa margin adalah persentase tertentu yang ditetapkan (harian, bulanan, dan tahunan) agar tercapai keadilan dalam memperoleh keuntungan baik bagi pihak lembaga maupun mitra.

---

<sup>19</sup> Adiwarman Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008) Hal. 280.

<sup>20</sup> Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern . . .* Hal 160

Pada umumnya, nasabah pembiayaan melakukan pembayaran secara angsuran. Tagihan yang timbul dari transaksi jual beli dan atau sewa berdasarkan dengan akad *murabahah, salam, istishna'*, dan atau *ijarah* disebut sebagai piutang. Besarnya piutang tergantung pada plafond pembiayaan, yakni jumlah pembiayaan (harga beli ditambah harga pokok) yang tercantum di dalam perjanjian pembiayaan.<sup>21</sup>

Dalam penentuan margin ini memiliki perhatian lebih dari nasabah yang akan melakukan transaksi pembiayaan *bai' bitsaman ajil* (BBA). 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. Karena disini margin adalah harga perolehan penentu akhir yang diperoleh dari penambahan harga pokok dari *supplier*.

Perlakuan margin ini sangat berbeda dengan bunga bank. Karena margin ini diperoleh melalui akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang berdasarkan prinsip keadilan. Serta penetapan atau tingkat margin ini tergantung dari jenis barang, pembanding, reputasi mitra dan alat ukur yang digunakan.

Batas maksimal penentuan keuntungan dalam *bai bitsaman ajil* adalah tidak ada dalil dalam syariah yang berkaitan dengan penentuan keuntungan usaha, sehingga bila melebihi jumlah tersebut dianggap haram. Hal demikian, telah menjadi kaidah umum untuk seluruh jenis

---

<sup>21</sup> *Ibid*, hal. 279

barang dagangan di setiap zaman dan tempat. Ketentuan tersebut yang dikemukakan oleh Muhammad karena ada beberapa hikmah, diantaranya:

- a) Perbedaan harga, terkadang cepat berputar dan terkadang lambat. Menurut kebiasaan, kalau perputarannya cepat, maka keuntungannya lebih sedikit. Sementara bila perputarannya lambat keuntungannya banyak.
- b) Perbedaan penjualan kontan dengan penjualan pembayaran tunda (kredit). Pada asalnya, keuntungan pada penjualan kontan akan lebih kecil apabila dibandingkan keuntungan pada penjualan kredit.
- c) Perbedaan komoditas yang dijual, antara komoditas primer dan sekunder, yang keuntungannya lebih sedikit, karena memperhatikan kaum papa dan orang-orang yang membutuhkan, dengan komoditas luks, yang keuntungannya diletakkan menurut kebijakan karena kurang dibutuhkan.

Sebagaimana telah yang dijelaskan diatas, tidak terdapat riwayat dalam sunnah Nabi yang mengatur pembatasan mengenai keuntungan, sehingga tidak boleh mengambil suatu keuntungan melebihi dari yang sewajarnya. Bahkan sebaliknya telah diriwayatkan dalam suatu hadits yang menetapkan bolehnya keuntungan perdagangan itu mencapai dua kali lipat pada kondisi tertentu, atau bahkan lebih.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal 122.

## 2. Indikator Dalam Penentuan Tingkat Margin

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan margin antara lain adalah:<sup>23</sup>

### a) Komposisi pendanaan

Bagi Bank syariah atau lembaga keuangan lainnya yang sebagian besar dananya diperoleh dari dana giro dan tabungan, yang nisbah nasabah tidak setinggi deposito (bonus untuk giro cukup rendah karena diserahkan sepenuhnya pada kebijakan lembaga keuangan), maka penentuan keuntungan (margin atau bagi hasil) akan lebih kompetitif jika dibandingkan suatu bank yang pendanaannya porsi terbesar dari deposito.

### b) Tingkat persaingan

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

### c) Risiko pembiayaan

Pada pembiayaan yang berisiko tinggi, bank dapat mengambil keuntungan lebih tinggi dibandingkan dengan yang berisiko rendah.

### d) Jenis nasabah

Artinya adalah nasabah prima dan nasabah biasa. Bagi nasabah prima dimana usahannya besar dan kuat maka bank cukup

---

<sup>23</sup> Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2014), Hal. 156-159.

mengambil keuntungan yang tipis, sedangkan untuk pembiayaan kepada nasabah biasa diambil keuntungan yang lebih tinggi.

e) Kondisi perekonomian

Siklus ekonomi meliputi kondisi: *revival*, *boom* atau *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.

f) Tingkat keuntungan yang diharapkan

Secara kondisional, hal ini terkait dengan masalah keadaan perekonomian pada umumnya dan juga resiko atas suatu sektor pembiayaan, atau pembiayaan terhadap debitur dimaksud. Namun demikian, apapun kondisinya serta siapapun debiturnya, bank dalam operasionalnya, setiap tahun tertentu telah menetapkan berapa besar keuntungan yang dianggarkan. Anggaran keuntungan inilah yang akan berpengaruh pada kebijakan penentuan besarnya margin ataupun nisbah bagi hasil.

Adiwarman Karim menetapkan margin keuntungan

mempertimbangkan beberapa hal diantaranya:

1) *Direct Competitor's Market Rate* (DCMR).

Yang dimaksud *Direct Competitor's Market Rate* (DCMR) adalah tingkat margin keuntungan rata-rata perbankan syariah, atau tingkat margin keuntungan rata-rata beberapa bank syariah yang ditetapkan dalam rapat ALCO (*Asset Liability Commite*) sebagai kelompok kompetitor langsung, atau tingkat margin keuntungan bank syariah

tertentu yang ditetapkan dalam rapat ALCO sebagai kompetitor langsung terdekat.

2) *Indirect Competitor's Market Rate (ICMR).*

Yang dimaksud *Indirect Competitor's Market Rate* ICMR adalah tingkat suku bunga rata-rata perbankan konvensional, atau tingkat rata-rata suku bunga beberapa bank konvensional yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai kelompok kompetitor tidak langsung, atau tingkat rata-rata suku bunga bank konvensional tertentu yang dalam rapat ALCO ditetapkan sebagai kompetitor tidak langsung yang terdekat.

3) *Expected Competitive Return For Investor (ECRI)*

Yang dimaksud *Expected Competitive Return For Investor* (ECRI) adalah target bagi hasil kompetitif yang diharapkan dapat diberikan kepada dana pihak ketiga.

4) *Acquiring Cost.*

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

5) *Overhead Cost*

Yang dimaksud *Overhead cost* adalah suatu biaya yang dikeluarkan oleh bank yang tidak langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.<sup>24</sup>

Penetapan margin yang dilakukan oleh BMT dipastikan berdasarkan dengan kebutuhan masyarakat dan kondisi lingkungan yang sedang dihadapi.

## **B. Lokasi**

### **1. Pengertian Lokasi**

Bagi perusahaan yang non bank penentuan lokasi biasanya digunakan untuk lokasi pabrik atau gudang atau cabang, sedangkan penentuan lokasi bagi industri perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang.

---

<sup>24</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan Edisi ke-5*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal 280-281

Penentuan dari lokasi kantor cabang baik dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu maupun atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta saranana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada.<sup>25</sup>

## **2. Pertimbangan Penentuan Lokasi**

Pemilihan lokasi sangatlah penting mengingat apabila salah di dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan lembaga.

Dalam memilih lokasi tergantung dengan keperluan dari lokasi tersebut. Menurut Kasmir, terdapat paling tidak tiga lokasi yang dipertimbangkan sesuai dengan keperluan perusahaan, yaitu antara lain:

- a. Lokasi untuk Kantor Pusat.
- b. Lokasi untuk Pabrik.
- c. Lokasi untuk Gudang.
- d. Kantor Cabang.

Secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jenis usaha yang dijalankan
- 2) Dekat dengan pasar
- 3) Dekat dengan Bahan Baku
- 4) Dekat Tenaga Kerja
- 5) Tersedia Sarana dan Prasarana (transportasi, listrik dan air)
- 6) Dekat Pemerintahan
- 7) Dekat Lembaga Keuangan

---

<sup>25</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan...*, hal 238-238

- 8) Di kawasan industri
- 9) Kemudahan untuk ekspansi
- 10) Adat istiadat atau budaya atau sikap masyarakat
- 11) Hukum yang berlaku<sup>26</sup>

Paling tidak ada dua faktor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi suatu cabang, yaitu:

a) Faktor Utama (Primer)

- 1) Dekat dengan pasar
- 2) Dekat dengan bahan baku
- 3) Tersedia tenaga kerja, baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan
- 4) Terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya atau kereta api atau pelabuhan laut atau pelabuhan udara.
- 5) Tersedia sarana dan prasarana seperti listrik, telepon, dan lainnya.
- 6) Sikap masyarakat.

b) Faktor sekunder

- 1) Biaya untuk investasi di lokasi seperti biaya pembelian tanah atau pembangunan gedung.
- 2) Prospek perkembangan harga atau kemajuan di lokasi tersebut.
- 3) Kemungkinan untuk perluasan lokasi.
- 4) Terdapat fasilitas penunjang lain seperti pusat pembelanjaan atau perumahan.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi pada suatu bank adalah dengan pertimbangan sebagai berikut:

- a) Dekat dengan kawasan industri atau pabrik
- b) Dekat dengan lokasi perkantoran
- c) Dekat dengan lokasi pasar
- d) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat
- e) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.

---

<sup>26</sup> *Ibid*, hal 239-240

Setelah lokasi diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menentukan *layout* gedung dan *layout* ruang kantor. Gedung dan ruangan yang tidak tertata rapi akan membosankan bagi nasabah. Akhirnya, nasabah akan merasa tidak nyaman bila berhubungan dengan bank.<sup>27</sup> Oleh karena itu hilangkan kesan kantor yang berantakan dan sumpek yang akan mengakibatkan nasabah tidak betah berlama-lama berada di kantor. Usahakan *layout* dalam ruangan senyaman mungkin dengan susunan meja, tempat duduk, atau keindahan lainnya seperti lukisan dan musik sehingga nasabah merasa nyaman dan aman berada di dalam ruangan. Penentuan *layout* gedung dan ruangan ini saling mendukung kenyamanan nasabah serta keamanan nasabah didalam berurusan dengan bank.<sup>28</sup>

### 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi

Menurut Fandy Tjiptono disimpulkan bahwa pemilihan tempat atau lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- a) *Akses*, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum.
- b) *Visibilitas*, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c) Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.

---

<sup>27</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan edisi revisi* . . . 240-241

<sup>28</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* . . . hal 217

- d) *Ekspansi*, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
- e) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran atau rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, mahasiswa kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.<sup>29</sup>

### C. Kualitas Pelayanan

#### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut *Kotler* pengertian dari pelayanan adalah sebagai berikut:

“Pelayanan adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang tidak kasat mata dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut.”<sup>30</sup>

Sedangkan menurut Hadipranata pengertian pelayanan adalah sebagai berikut:

“Pelayanan adalah aktivitas tambahan di luar tugas pokok (*Job Description*) yang diberikan kepada konsumen, pelanggan, nasabah dan sebagainya serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun kehormatan”<sup>31</sup>

Dalam hal ini kualitas pelayanan tidak dapat dilihat dari sudut perusahaan saja tetapi juga dilihat dari sudut pelanggan. Karena itu, didalam merumuskan strategi dan program dalam suatu pelayanan, perusahaan harus meninjau kepada kepentingan pelanggan dengan

---

<sup>29</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jawa*, (Jawa Timur: BayuMedia Publishing, 2007), hal 147

<sup>30</sup> Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, . . . hal 135

<sup>31</sup> Djokosantoso Moeljono, *Budaya Korporat dan Keunggulan Korporasi edisi revisi*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013), hal 47

memperhatikan komponen kualitas dari pelanggan. Kualitas pelayanan bergantung terhadap 3 hal yaitu sitem, teknologi dan manusia.<sup>32</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian diatas disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala sesuatu aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Kualitas pelayanan tersebut dapat diketahui dengan cara melakukan perbandingan persepsi para konsumen atas pelayanan yang telah mereka terima.

#### **b. Pelayanan di dalam islam**

Dalam berbisnis dilandasi oleh dua hal pokok kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan ketrampilan yang bagus. Dua hal ini amanah dan ilmu.<sup>33</sup> Berikut beberapa pelayanan dalam islam:

- 1) *Shidiq* yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Larangan berdusta, menipu, mengurangi takaran timbangan dan mempermainkan kualitas akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya. Nilai *shidiq* disamping bermakna *tahanuji*, ikhlas serta memiliki kesinambungan emosional.
- 2) Kreatif, berani dan percaya diri. Ketiga hal ini mencerminkan terhadap kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan

---

<sup>32</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, . . . hal 148

<sup>33</sup> Didin Hafinudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta Gema Insani, 2003), hal 56

peluang bisnis yang baru, prospektif, dan berwawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip kekinian. Hal ini hanya mungkin dapat dilakukan apabila seorang pebisnis memiliki kepercayaan diri dan keberanian untuk berbuat berbuat sekaligus siap menanggung berbagai macam resiko.

- 3) Amanah dan fatonah merupakan kata yang sering diterjemahkan dalam nilai bisnis dalam manajemen dan bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki manajemen bervisi, manajer dan pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa secara berkelanjutan.
- 4) *Tablig* adalah mampu berkomunikasi dengan baik, istilah ini juga diterjemahkan dalam bahasa manajemen sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, kerja tim, cepat dan tanggap.
- 5) *Istiqomah* yaitu secara konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai diatas walau mendapatkan godaan dan tantangan. Hanya dengan *istiqomah* peluang-peluang bisnis yang prespektif dan menguntungkan akan selalu terbuka lebar.

### **c. Ciri-ciri pelayanan yang baik.**

Dalam praktiknya pelayanan yang baik memiliki ciri tersendiri dan hampir sama perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri pelayanan yang baik. Menurut Kasmir berikut ini

beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh para karyawan, yaitu:<sup>34</sup>

1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki oleh bank. Misalnya, meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki dan lain sebagainya.

2) Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari karyawan yang melayani. Karyawan yang bertugas harus ramah, sopan dan menarik.

3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai.

4) Mampu melayani secara cepat dan tepat.

Dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukan sesuai prosedur. Layanan yang disediakan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

---

<sup>34</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2005), hal 15

5) Mampu berkomunikasi

Karyawan harus mampu berbicara kepada nasabah. Karyawan pun harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah.

6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap nasabah

Menjaga kerahasiaan bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, karyawan harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapapun.

7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi karyawan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan. Karena karyawan selalu berhubungan dengan manusia, maka perlu didikan mengenai kempuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah.

8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Artinya bahwa karyawan harus cepat tanggap tentang apa yang diinginkan oleh nasabah.

9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*, . . . hal 257-259

#### **d. Konsep kualitas pelayanan**

Konsep kualitas pelayanan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi fisik dan kinerja layanan. Menurut Kasmir menyimpulkan bahwa ada lima unsur yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

- 1) *Tangible* (bukti nyata)  
Artinya, jasa yang berkualitas yang dilihat dari fasilitas fisik seperti gedung kantor, ruangan, pakaian dan penampilan petugas karyawan, lokasi pelayanan serta fasilitas kantor.
- 2) *Emphaty* (empati)  
Artinya, jasa yang berkualitas mencakup kemudahan komunikasi dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, seperti sikap, kewajaran yang ditawarkan, kesediaan dalam membantu nasabah, menanggapi setiap permintaan dari nasabah, kesopanan dari karyawan, perhatian terhadap kepentingan dan kebutuhan oleh nasabah.
- 3) *Reliability* (keandalan)  
Artinya, jasa berkualitas yang meliputi kepercayaan kepada institusi, akurasi catatan nasabah dan kepercayaan nasabah kepada karyawan.
- 4) *Responsiveness* (Cepat Tanggap)  
Artinya, jasa berkualitas yang mencakup kecepatan layanan karyawan dan dukungan institusi kepada karyawan.
- 5) *Assurance* (jaminan dan kepastian)  
Artinya, jasa berkualitas yang mencakup janji institusi kepada pelanggan, penetapan waktu pemberian jasa, keamanan bertransaksi, penetapan waktu operasi, dan kepastian jasa yang diberikan.<sup>36</sup>

### **D. Keputusan Anggota**

#### **1. Keputusan menjadi nasabah**

Keputusan adalah suatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa.

Keputusan pembeli merupakan kegiatan individu yang secara langsung

---

<sup>36</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan edisi revisi*, . . . hal 215-216

terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh penjual. Kotler berpendapat bahwa pengertian keputusan adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.<sup>37</sup>

## **2. Tahap-Tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan**

Ada lima tahap dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli yang umum dilakukan oleh seseorang. Tahap-tahap ini telah menekankan bahwa proses pembelian memang berawal jauh sebelum pembelian sesungguhnya dan memberi dampak yang tidak sedikit sesudah pembelian. Memperhatikan proses kegiatan pembelian tersebut, mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan pada keseluruhan tahap proses pembelian dan bukan hanya mencurahkan perhatian pada keputusan pembelian.

Kotler mencatat terdapat beberapa tahapan dalam proses keputusan pembelian yang dilakukan pelanggan, yaitu:<sup>38</sup>

### **a) Pengenalan Masalah**

Merupakan tahap dimana pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya. Kebutuhan tersebut dapat dipicu oleh rangsangan internal dan eksternal. Misalnya rangsangan internal adalah ketika melewati toko kue yang merangsang rasa lapar, sedangkan masalah

---

<sup>37</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran jilid 2 edisi kesebelas*, (Jakarta: Indeks, 2005), hal 98.

<sup>38</sup> *Ibid*, hal 99

eksternal adalah ketika melihat mobil milik tetangga yang akhirnya memicu pemikiran untuk membeli.

b) Pencarian Informasi

Konsumen akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Konsumen memperoleh informasi dari sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, dan kenalan), komersial (iklan, tenaga penjual, kemasan), publik (media massa, organisasi pembuat peringkat), dan eksperimental (penanganan pemeriksaan, penggunaan produk).

c) Evaluasi Alternatif

Merupakan tahapan di mana konsumen memperoleh informasi tentang suatu objek dan membuat penilaian akhir. Pada tahap ini konsumen menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih berdasarkan besarnya kesesuaian antara manfaat yang diinginkan dengan yang bisa diberikan oleh pilihan produk yang tersedia.

d) Keputusan Pembelian

Merupakan tahapan di mana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian atau pertukaran antara uang atau janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu benda.

e) Perilaku Pasca Pembelian

Perilaku pasca pembelian merupakan tahapan di mana konsumen akan mengalami dua kemungkinan yaitu kepuasan dan

ketidakpuasan terhadap pilihan yang diambilnya. Proses keputusan pembelian bukan sekedar mengetahui berbagai faktor yang akan mempengaruhi pelanggan, tetapi berdasarkan peran dalam pembelian keputusan untuk membeli.<sup>39</sup>

Perusahaan yang cerdas akan melakukan riset atau proses keputusan pembelian kategori produk mereka. Mereka bertanya kepada konsumen kapan pertama kali mereka mengenal kategori dan merek produk tersebut, serta seperti apa keyakinan merek mereka, seberapa besar mereka terlibat dengan produk yang bersangkutan, bagaimana mereka melakukan pemilihan merek, dan seberapa puas mereka setelah pembelian.

## **E. Pembiayaan**

### **1. Pengertian pembiayaan**

Menurut Undang-undang No.7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang Perbankan No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan dalam pasal 1 nomor (12), pengertian pembiayaan dapat didefinisikan sebagai berikut:

“Pembiayaan adalah penyediaan atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil”.

Sementara itu, 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

---

<sup>39</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (PT Indeks, 2009), hal 235-243

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>40</sup>

## 2. Tujuan pembiayaan

Tujuan pembiayaan secara umum dibedakan menjadi dua yaitu: Tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro, dan tujuan pembiayaan untuk tingkat makro.<sup>41</sup>

### a. Pembiayaan tingkat mikro

- 1) Upaya memaksimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha.
- 2) Upaya meminimalkan resiko, artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul.
- 3) Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumberdaya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan *mixing* antara sumberdaya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal.

---

<sup>40</sup> Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, No :91/Kep/M.KUKMI/IX/2004, *Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah*, 2004

<sup>41</sup> Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, . . . , hal 4-6

- 4) Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ada pihak yang kelebihan dana, sementara ada pihak yang kekurangan dana.
- b. Pembiayaan tingkat makro
- 1) Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi.
  - 2) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan.
  - 3) Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya.
  - 4) Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.
  - 5) Terjadinya distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka.<sup>42</sup>

### **3 Fungsi Pembiayaan**

Pembiayaan yang diselenggarakan oleh bank syariah berfungsi untuk membantu masyarakat di dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dalam meningkatkan usahanya. Masyarakat yang dimaksud seperti perseorangan, lembaga, badan usaha dan

---

<sup>42</sup> Ibid, 4-6

sebagainya yang membutuhkan dana. Secara umum pembiayaan mempunyai fungsi sebagai berikut:<sup>43</sup>

- a) Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar menukar antara barang dan jasa.

Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar barang, hal ini dapat terjadi seandainya belum tersedianya uang sebagai alat pembayaran, maka pembiayaan akan membantu melancarkan lalu lintas pertukaran barang dan jasa.

- b) Pembiayaan merupakan suatu alat yang digunakan untuk memanfaatkan *idle fund*.

Bank dapat mempertemukan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana. Bank tersebut dapat memanfaatkan dana yang *idle* untuk disalurkan kepada pihak yang membutuhkan. Dana yang berasal dari golongan yang memiliki kelebihan dana, apabila disalurkan kepada pihak yang sedang membutuhkan dana, maka akan efektif, karena dana tersebut dimanfaatkan oleh pihak yang sedang membutuhkan dana.

- c) Pembiayaan sebagai alat pengendali harga

Ekspansi pembiayaan akan mendorong meningkatnya jumlah uang yang beredar, dan peningkatan peredaran uang akan mendorong pada kenaikan harga. Sebaliknya, pembatasan

---

<sup>43</sup> Ismail, *Perbankan Syariah Edisi pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 108-109

pembiayaan akan berpengaruh terhadap jumlah uang yang beredar dan keterbatasan uang yang beredar di dalam masyarakat memiliki dampak terhadap penurunan harga.

- d) Pembiayaan dapat mengaktifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi yang ada.

Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah memiliki dampak pada kenaikan makro ekonomi. Mitra (pengusaha) yang telah mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, mereka akan memproduksi barang, mengolah bahan baku yang menjadi barang jadi, meningkatkan volume perdagangan, dan melaksanakan kegiatan ekonomi lainnya.

## **F. Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA)**

### **1. Pengertian *Bai' Bitsaman Ajil***

Menurut Sumitro, pengertian dari Pembiayaan *Bai' Bitsaman*

*Ajil* adalah sebagai berikut:

“Persetujuan dari jual beli barang dengan harga sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati bersama. Persetujuan ini juga termasuk didalam menentukan jangka waktu pembayaran dan jumlah dalam angsuran.”<sup>44</sup>

Berikut cara pelaksanaan atau sistem jual beli dalam pembiayaan *Bai Bitsaman Ajil*:

- a) Merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli.

---

<sup>44</sup> Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga terkait (BMUI & Takaful) di Indonesia Edisi Cetakan 1*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996), hal 37

- b) Pihak bank akan membeli barang yang dibutuhkan terlebih dahulu atau bank mengangkat nasabah sebagai agen bank.
- c) Nasabah dalam kapasitasnya sebagai agen bank akan melakukan pembelian barang modal atas nama bank tersebut.
- d) Kemudian bank menjual barang modal tersebut kepada nasabah dengan harga yang sejumlah harga beli yang ditambah dengan keuntungan bank (margin atau *mark up*).<sup>45</sup>

*Bai' Bitsaman Ajil* merupakan akad jual beli dan bukan merupakan pemberian pinjaman. Jual beli *Bai' Bitsaman Ajil* adalah jual beli tangguh dan bukan jual beli spot (*Bai'*= jual beli, *Tsaman*= harga, *Ajil*= penangguhan) sehingga *Bai' Bitsaman Ajil* termasuk dalam kategori perdagangan dan perniagaan yang dibolehkan syariah. Oleh karena itu, keuntungan dari jual beli *Bai' Bitsaman Ajil* halal, sedangkan keuntungan dari pemberian pinjaman adalah riba yang diharamkan oleh syariah.<sup>46</sup>

## 2. Dasar Hukum *Bai' Bitsaman Ajil*

Al-Qur'an mengizinkan transaksi dalam bisnis selagi transaksi tersebut tidak keluar dari konteks syari'ah (agama). Adapun ayat-ayat yang dapat dijadikan rujukan dasar akad *Bai' Bitsaman Ajil*, adalah sebagai berikut:<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> *Ibid*, hal 82

<sup>46</sup> Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008), Hlm. 192.

<sup>47</sup> Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga . . .*, hal 37

Q.S Annisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

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)

Al Baqarah ayat 275:

مِمَّنْ أَلَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ  
مِنَ الْمَيْسِ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ  
الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ  
وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

Artinya :

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”

### 3. Rukun dan Syarat Bai' Bitsaman Ajil

*Al Bai' Bitsaman Ajil* adalah *Ba'I al-Murabahah* yang di bayarkan secara tangguh. Syarat-syarat dan rukun dasar dari produk ini sama dengan *murabahah*. Perbedaan diantara keduanya terletak pada cara pembayaran, dimana pada pembiayaan *murabahah* pembayaran ditunaikan setelah berlangsungnya akad kredit, sedangkan pada pembiayaan *Al Bai'*

*Bitsaman Ajll* cicilan baru dilakukan setelah nasabah penerima barang mampu memperlihatkan hasil usahanya. Rukunnya, yaitu:

- a) Adanya penjual.
- b) Adanya pembeli
- c) Terdapat barang yang diperjual-belikan
- d) Harga
- e) Ijab- qabul

Syarat-syarat BBA:

- 1) Pihak yang berakad
  - a) Sama-sama ridha atau ikhlas.
  - b) Mempunyai kekuasaan untuk melakukan jual beli.
- 2) Barang objek
  - a) Barang meskipun tidak di tempat, namun ada pernyataan kesanggupan untuk mengadakan barang tersebut.
  - b) Barang itu milik sah penjual dan sesuai dengan pernyataan penjual.
  - c) Barang yang diperjual belikan harus berwujud.
  - d) Tidak termasuk kategori yang diharamkan.
- 3) Harga
  - a) Harga jual beli bank adalah harga beli ditambah margin keuntungan.
  - b) Harga jual tidak boleh berubah selama masa perjanjian.
  - c) Sistem pembayaran dan jangka waktunya disepakati bersama.<sup>48</sup>

#### **G. BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*)**

BMT merupakan kependekan dari *Baitul Mal wa Tamwil* atau dapat ditulis dengan *baitul maal wa baitul tanwil*. Secara *harfiyah* atau *lughow*, *baitul maal* berarti rumah dana sedangkan *baitul tanwil* berarti rumah usaha. *Baitul maal* dikembangkan berdasarkan dengan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam. Dimana *baitul maal* berfungsi untuk mengumpulkan

---

<sup>48</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), Hal.115

sekaligus mentasyarufkan dana sosial. Sedangkan *baitul tanwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.

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

Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan-pinjam. Usaha ini seperti usaha yang terdapat didalam perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota serta menyalurkan sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Namun demikian, terbuka luas bagi BMT guna mengembangkan lahan untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank. Karena BMT bukan bank, maka ia tidak tunduk terhadap aturan bank.

Berdasarkan dataran hukum yang terdapat di Indonesia, badan hukum yang paling penting untuk BMT adalah koperasi, baik serba usaha (KSU) maupun simpan-pinjam (KSP). Namun demikian, sangat mungkin dibentuk perundangan tersendiri, mengingat sistem operasional BMT tidak sama persis dengan perkoperasian, semisal LKM (Lembaga Keuangan Mikro) Syariah, dll<sup>49</sup>

#### **H. Kajian Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan tema pengaruh tingkat margin, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *bai' bitsaman ajil*, bukan penelitian yang pertama, melainkan ada penelitian yang serupa. Meskipun demikian, peneliti tersebut memiliki variasi yang berbeda, seperti penggunaan variabel independen yang berbeda, lokasi penelitian yang berbeda, dan tahun yang berbeda. Beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan keputusan nasabah antara lain:

Penelitian Deisita Memah, Altje Tumbel, dan Paulina Van Rate<sup>50</sup> tahun 2015 tujuan untuk mengetahui peparuh strategi promosi, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah di Citraland Manado secara simultan dan parsial. Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan variabel

---

<sup>49</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), Hal 126-127.

<sup>50</sup> Deisita Memah, Altje Tumbel, Paulina Van Rate, *Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Citraland Manado*, Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, EMBA, hal. 1263-1273, Vol 3 no. 01 Maret 2015

strategi promosi, harga, fasilitas dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah di Citraland Manado. Secara parsial strategi promosi dan vasilitas tidak berpengaruh signifikan serta harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rumah Citraland Manado. Persamaan dalam penelitian ini adalah penggunaan variabel X Lokasi dan jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Perbedaan dari penelitian ini adalah lokasi penelitian dan variabel yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Aisyah Nur Aini tahun 2015 yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo. Jenis pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka, melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Adapun teknik pengumpulan datanya melalui kuisisioner dan wawancara. Sedangkan alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji prasyaratan alisis yang meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Sedangkan untuk metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pengambilan pembiayaan.<sup>51</sup> Persamaan dari penelitian ini adalah variabel X1 sama-sama menggunakan tingkat margin dan variabel Y menggunakan keputusan. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Adapun teknik pengumpulan datanya melalui kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Perbedaannya adalah lokasi yang digunakan dan pembiayaan yang digunakan sebagai penelitian.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tatik Ernawati pada tahun 2015, dengan tujuan penelitian untuk mengetahui variabel produk, pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah. Metode analisis data yang digunakan adalah Statistik Deskriptif, Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis. Hasil penelitian adalah pengaruh produk terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah diperoleh nilai signifikan sebesar 0,017. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah diperoleh nilai signifikan sebesar 0,030. Pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah diperoleh signifikan sebesar 0,709. Pengaruh lokasi terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah diperoleh nilai signifikan sebesar 0,582. Persamaan dari penelitian ini adalah penelitian terdahulu variabel X yang digunakan pada X2 adalah pelayanan dan X4 adalah lokasi, sedangkan pada

---

<sup>51</sup> Aisyah Nur. *Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo*, Vol.05,No.01 April 2015

penelitian sekarang X2 Lokasi dan X3 adalah kualitas pelayanan. Variabel Y sama-sama keputusan masyarakat atau anggota.<sup>52</sup>

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Acik Almaknunin pada tahun 2013 dengan tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap perilaku nasabah di dalam memilih jasa pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan (POKUSMA) Notorejo Gondang Tulungagung. Metode yang digunakan adalah asosiatif dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Hasil penelitian dari data yang diperoleh ada 10 faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih jasa pembiayaan BBA diantaranya faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor kepribadian, faktor persepsi, faktor pembelajaran, faktor sikap, dan faktor pemasaran. Setelah dilakukan analisis faktor dan komponen faktor maka hasil dari analisis tersebut adalah faktor 1 komponen variabelnya adalah faktor budaya dan kelompok acuan, kebutuhan, dan motivasi. Faktor 2 komponen variabelnya adalah faktor kelas sosial dan pembelajaran, faktor 3 komponen variabelnya adalah keluarga, kepribadian, pemasaran, persepsi dan sikap. Sedangkan faktor yang paling dominan adalah faktor 1 dan besarnya kemungkinan mempengaruhi nasabah memilih pembiayaan BBA sebesar 31, 41%.<sup>53</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya

---

<sup>52</sup> Tatik Ernawati, *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah (Survey pada BTN Syariah Cabang Surakarta)*, (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015)

<sup>53</sup> Acik Uhya Almaknunin, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Dalam Memilih Jasa Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil Di BMT Pahlawan (POKUSMA) Notorejo Gondang Tulungagung*, (Tulungagung : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013)

adalah variabel Y yang sama-sama menggunakan pembiayaan BBA. Metode penelitian yang digunakan sama-sama kuantitatif. Lokasi penelitian sebelumnya peneliti mengambil lokasi di BMT Pahlawan (POKUSMA) Notorejo Gondang Tulungagung, sedangkan pada penelitian ini, mengambil lokasi di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizqa Ramadhani Tyas pada tahun 2012, dengan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability responsiveness, assurance, empathy dan tangibles* terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. Metode yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Modus, Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini adalah berdasarkan pengujian secara parsial menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles* terhadap keputusan nasabah untuk menabung adalah signifikansi positif. Berdasarkan pengujian secara parsial menunjukkan bahwa pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah adalah signifikansi positif.<sup>54</sup> Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama menggunakan variabel X Lokasi dan Kualitas Pelayanan. Untuk metodenya bersamaan menggunakan Uji

---

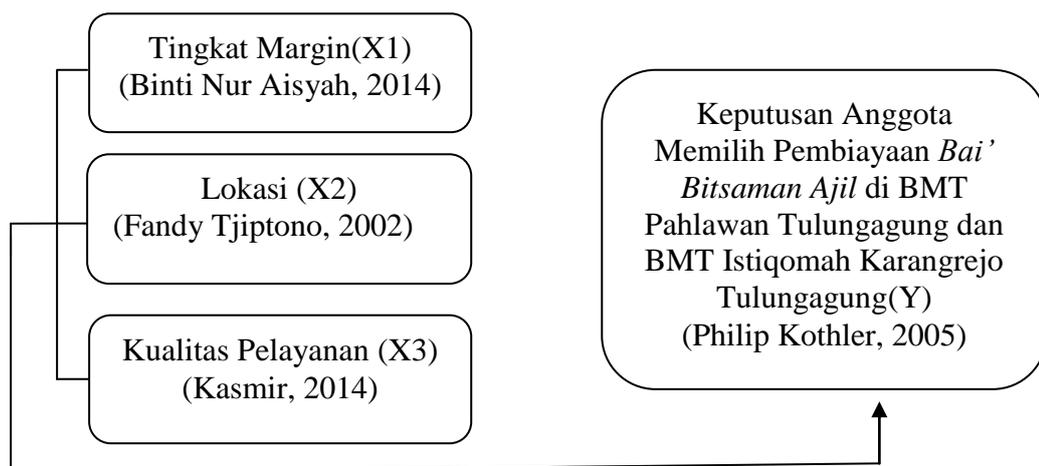
<sup>54</sup> Rizqa Ramadhani Tyas, *Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*, (Jurnal Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga: 2012).

Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linier Berganda dan Kefisien Determasi. Untuk perbedaannya adalah lokasi penelitian dan variabelnya.

### I. Kerangka Konseptual

Uraian pemikiran diatas dapat diperjelas melalui variabel tingkat margin, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota pembiayaan *Bai' bithsaman ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Maka dapat disusun hubungan antar variabel dan kerangka Konseptual seperti dibawah ini :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



Keterangan:

Kerangka konseptual diatas menjelaskan bahwa variabel bebas pertama (X1) adalah tingkat margin, variabel bebas kedua (X2) adalah Lokasi, dan variabel bebas ketiga (X3) adalah Kualitas Pelayanan. Sedangkan variabel terikatnya (Y) adalah Keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung .

Analisa yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi linier berganda dimana teknik tersebut menguji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara variabel bebas (X1), (X2), dan (X3) terhadap variabel terikat (Y).

## **J. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus diuji secara empiris.<sup>55</sup> Hipotesis penelitian “Pengaruh Tingkat Margin, Lokasi, Kualitas Pelayanan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *Bai’ Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung”, adalah sebagai berikut:

### **1. Hipotesis 1**

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *Bai’ Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

$H_1$  : Ada pengaruh positif dan signifikan antara tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *Bai’ Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

---

<sup>55</sup> M.Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2002), hal. 50.

## 2. Hipotesis 2

$H_0$  : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

$H_1$  : Ada pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

## 3. Hipotesis 3

$H_0$  : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulugagung.

$H_1$  : Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

## 4. Hipotesis 4

$H_0$  : Tidak ada pengaruh secara bersama-sama antara tingkat margin, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

$H_1$  : Ada pengaruh secara bersama-sama antara tingkat margin, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai sig.  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.
- b. Jika nilai sig.  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.