

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman diiringi dengan perkembangan praktek ekonomi syariah yang berkembang semakin pesat. Pesatnya perkembangan ekonomi syariah dapat dilihat dari berkembangnya lembaga keuangan syariah yang meningkat pesat. Lembaga keuangan yang ada saat ini di Indonesia meliputi Bank Syariah, Koperasi Syariah, Baitul Mal wat Tamwil (BMT), Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah, dan lain sebagainya.

Jasa-jasa yang ditawarkan lembaga keuangan dikemas dalam produk-produk lembaga keuangan syariah, salah satunya pembiayaan. Pembiayaan adalah penyaluran dalam bentuk barang atau jasa yang diberikan bank untuk nasabahnya. Lembaga Keuangan Syariah memiliki beberapa produk pembiayaan yang unggul dan banyak diminati oleh nasabah. Informasi tentang produk pembiayaan yang unggul dan banyak diminati oleh nasabah pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Komposisi Pembiayaan yang Diberikan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah
Tahun 2015-2017
(dalam MiliarRupiah)

Pembiayaan	2015	2016	2017
Mudharabah	14.820	15.292	16.059
Musarakah	60.713	78.421	91.729
Murabahah	122.111	139.536	144.329
salam	0	0	0
Istishna'	770	878	1.060

Ijarah	10.631	9.150	8.931
Qard	3.951	4.731	5.094
Total	212.996	248.008	267.202

Sumber: Diambil dan diolah dari situs resmi Bank Indonesia (www.bi.co.id)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa pembiayaan pada perbankan syariah terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pembiayaan yang paling banyak diminati di perbankan syariah adalah pembiayaan murabahah, musyarakah dan mudharabah. Pembiayaan yang memiliki nilai tertinggi dari beberapa pembiayaan diatas adalah pembiayaan murabahah.

Baitul maal wat tamwil (BMT) adalah Balai Usaha Mandiri Terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil menengah, antara lain dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, BMT bisa menerima titipan zakat, infaq, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai amanahnya.¹

Pesatnya perkembangan BMT di tanah air, khususnya dari sektor pembiayaan di karenakan semakin gencarnya informasi dan edukasi yang diterima oleh masyarakat. Salah satu indikator terakomodirnya keperluan akan informasi dan edukasi mengenai produk-produk pembiayaan BMT

¹ Djoko Muljono, *Perbankan dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, (Yogyakarta: ANDI, 2015) hal. 472

adalah memiliki sumber daya insani memiliki skill dan kompetensi pada sektor pembiayaan ini.²

Tujuan didirikannya BMT adalah untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya. BMT berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat. Dengan menjadi anggota BMT, masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup melalui peningkatan usahanya. Selain itu, BMT mempunyai peran melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting sistem-sistem syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat.³

Baitul maal wat tamwil (BMT) Sinar Amanah adalah salah satu Lembaga Keuangan Mikro dengan menerapkan sistem syariah islam dalam kegiatannya. BMT Sinar Amanah berdiri pada tanggal 11 November 2011 dan beroperasi secara legal dengan sertifikat operasi yang dikeluarkan oleh Pusat Inkubasi Bisnis Kecil (PINBUK) sebagai Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) BMT binaan PINBUK berdasarkan naskah kerjasama antara BI dengan PINBUK. BMT Sinar Amanah diperkuat dengan Badan Hukum dari Kementerian Negara Koperasi dan Usahan Kecil dan Menengah yang disahkan oleh Kantor Koperasi dan UKM melalui SK nomor: 188.4/642/BH/XVI.29/115/2015.⁴ Produk di BMT Sinar Amanah yaitu pendanaan atau simpanan yang berupa simpanan pokok, simpanan wajib,

² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 33

³ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004) hlm.128

⁴ Sumber Data, dari dokumen BMT Sinar Amanah Tulungagung

simpanan haji dan umroh, dan deposito. Selain itu BMT juga terdapat pembiayaan dengan akad *Murabahah* dan *qardul hasan*. Pembiayaan dengan akad *Murabahah* inilah yang di tawarkan BMT Sinar Amanah terhadap masyarakat. Dan produk inilah juga yang paling banyak diminati oleh anggota ataupun calon anggota di BMT Sinar Amanah. Karena mungkin karakteristik pembiayaan *Murabahah* yang *profitable* mudah dalam penerapan dan dengan resiko yang ringan untuk diperhitungkan. Dengan akad ini tingkat kepercayaan masyarakat semakin tinggi yang akhirnya membawa dampak positif terhadap berkembangnya BMT.⁵

Di samping BMT Sinar Amanah, peneliti bermaksud meneliti salah satu lembaga keuangan syariah yang juga menerapkan Akad *Murabahah* yaitu BMT Harapan Umat. BMT Harapan Umat merupakan sebuah lembaga keuangan mikro syariah yang beroperasi di Kabupaten Tulungagung. Lembaga ini merupakan BMT perintis (BMT Pertama yang berdiri) di Kabupaten Tulungagung. Tujuan didirikannya lembaga ini adalah untuk memberdayakan ekonomi bawah (*gras root*).

Pembiayaan dengan akad *Murabahah* merupakan produk penyaluran dana yang paling banyak diterapkan di BMT Harapan Umat Tulungagung. Dalam implementasi pembiayaan dengan akad *Murabahah* di BMT Harapan Umat Tulungagung, lembaga ini menerapkan sistem wakalah kepada nasabahnya dalam hal pembelian barang/kendaraan yang di inginkan nasabah tersebut. Sehingga dalam kontrak pembiayaan *Murabahah* ini dipergunakan 2

⁵ Wawancara dengan Manajer BMT Sinar Amanah Tulungagung Bapak Sigit tanggal 12 April 2018

akad, yaitu akad *Murabahah* untuk kegiatan pembiayaannya, dan akad wakalah untuk kegiatan pembelian barang ke pemasok.⁶

Jadi dengan demikian, di kedua lembaga yakni BMT Sinar Amanah dan BMT Harapan Umat sama-sama memiliki pembiayaan yang sangat diminati oleh anggota yaitu pembiayaan murabahah.

Produk pembiayaan *Murabahah* merupakan salah satu produk pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli yang ditawarkan BMT dalam memenuhi kebutuhan anggota baik dalam pembiayaan investasi produktif maupun pembiayaan konsumtif. *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati antara penjual dan pembeli.⁷ Pembiayaan *Murabahah* menjadi produk pembiayaan unggulan BMT karena merupakan produk pembiayaan yang paling sering dipilih anggota BMT dan menjadi salah satu penyumbang besar terhadap pendapatan BMT.

Tabel 1.2
Jumlah Anggota Pembiayaan
BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung tahun 2015-2017

No.	Tahun	Jenis Pembiayaan	Jumlah Nasabah	Jumlah Pembiayaan
1.	2015	1. Murabahah	217	Rp. 150.000.000
		2. Qardul Hasan	-	-
2.	2016	1. Murabahah	196	Rp. 158.000.000
		2. Qardul Hasan	1	Rp. 1.000.000
3.	2017	1. Murabahah	210	Rp. 165.000.000
		2. Qardul Hasan	1	Rp. 1.000.000

Sumber: data BMT Sinar Amanah

⁶ Wawancara dengan Manajer BMT Harapan Ummat Bapak Baderi tanggal 12 April 2018

⁷ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006) hal.113

Dari tabel 1.2 terlihat bahwa jumlah anggota pembiayaan murabahah pada BMT Sinar Amanah selama tahun 2015 sampai 2017 berjumlah 623. Dengan jumlah pembiayaan yang terus menerus meningkat setiap tahunnya.

Tabel 1.3
Jumlah Anggota Pembiayaan
BMT Harapan Umat Tulungagung tahun 2015-2017

No	Tahun	Jenis Pembiayaan	Jumlah Nasabah	Jumlah Pembiayaan
1.	2015	1. Murabahah	2539	Rp. 5.508.300.167
		2. Qardul Hasan	132	Rp. 57.000.000
2.	2016	1. Murabahah	2623	Rp. 5.340.078.998
		2. Qardul Hasan	143	Rp.63.000.000
3.	2017	1. Murabahah	2733	Rp. 5.431.113.770
		2. Qardul Hasan	136	Rp. 60.000.000

Sumber : data BMT Harapan Umat

Dari tabel diatas di ketahui bahwa perkembangan pembiayaan pada BMT Harapan Umat mengalami peningkatan setiap bulannya.

Di lihat dari tabel pembiayaan murabahah nya, BMT Harapan Umat lebih unggul di bandingkan dengan BMT Sinar Amanah. Tapi disini penulis hanya meneliti pengaruh dari margin, kualitas produk dan promosi terhadap minat anggota/nasabah pada pembiayaan murabahah di dua lembaga, bukan untuk membandingkan jumlah nasabah maupun besar pembiayaannya.

BMT Sinar Amanah dan BMT Harapan Umat menyadari bahwa persaingan bisnis saat ini sangat ketat. Salah satu bentuk dari persaingan tersebut adalah dalam pemberian margin atau selisih dari harga pokok dengan harga jual suatu produk *Murabahah*.

Margin adalah presentase keuntungan pada akad jual beli. Tingkat margin yang murah akan membuat minat anggota untuk mengambil

pembiayaan sangat tinggi. Penentuan harga juga merupakan aspek yang sangat penting mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk dan jasa yang ditawarkan. Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang ditukarkan konsumen untuk memiliki atau menggunakan manfaat dari suatu barang dan jasa. Harga yang dimaksud disini adalah harga yang dihasilkan dari harga pokok ditambah margin yang disepakati kedua belah pihak.⁸

Dalam menentukan harga harus dipertimbangkan berbagai hal, misalnya tujuan penentuan harga tersebut, hal ini disebabkan dengan diketahuinya tujuan penentuan harga tersebut menjadi mudah. Penentuan harga oleh suatu bank dimaksudkan dengan berbagai tujuan tertentu yang hendak dicapai.⁹

Jadi dengan demikian, jika harga jual murabahah yang ditawarkan terlalu tinggi, maka daya beli anggota rendah atau kurang diminati dan sebaliknya. Hal ini sesuai dengan hukum teori permintaan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik, maka jumlah barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat.¹⁰

Adapun gambaran tingkat margin yang ditetapkan oleh BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung adalah:

⁸ Ismail, *perbankan syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011) hlm. 138

⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana, 2005) hal 153

¹⁰ Paul A. Samuelson, *Ilmu Mikroekonomi*, (Jakarta: Media Global Edukasi, 2003) hal.173

Tabel 1.4
Perhitungan Tingkat Margin
BMT Sinar Amanah tahun 2017

Harga Beli Barang	Harga Jual Barang	Jangka Waktu (bulan)	Margin	Angsuran Per bulan
Rp. 1.000.000	Rp. 1.240.000	12	Rp. 240.000	Rp. 103.400
Rp. 2.000.000	Rp. 2.960.000	24	Rp. 960.000	Rp. 123.400
Rp.3.000.000	Rp. 5.880.000	36	Rp. 2.880.000	Rp.163.400
Rp.4.000.000	Rp. 4.480.000	12	Rp. 480.000	Rp. 372.400
Rp. 5.000.000	Rp.6.200.000	24	Rp.1.200.000	Rp.258.400
Rp. 6.000.000	Rp.8.160.000	36	Rp.2.160.000	Rp. 226.700
Rp. 7.000.000	Rp.7.840.000	12	Rp.840.000	Rp.653.400

Sumber : di olah dari data BMT Sinar Amanah

Tabel 1.5
Perhitungan Tingkat Margin
BMT Harapan Umat tahun 2017

Harga Beli Barang	Harga Jual Barang	Waktu (bulan)	Margin	Angsuran (bulanan)
Rp.1.000.000	Rp.1.150.000	10	Rp.150.000	Rp.115.000
Rp.3.000.000	Rp.3.900.000	20	Rp.900.000	Rp.195.000
Rp. 5.000.000	Rp. 7.000.000	30	Rp.2.000.000	Rp.233.000
Rp. 7.000.000	Rp. 8.050.000	10	Rp. 1.050.000	Rp.805.000
Rp.8.000.000	Rp. 10.400.000	20	Rp. 2.400.000	Rp. 520.000
Rp.10.000.00	Rp12.000.000	10	Rp. 2.000.000	Rp.1.200.000

Sumber: di olah dari data BMT Harapan Umat

Dari keterangan kedua tabel di atas yang membedakan dari setiap peminjaman adalah besar pinjaman yang diambil dan lama waktu dalam peminjaman, sehingga menghasilkan angsuran pembayaran yang berbeda dari setiap anggota yang melakukan pembiayaan. Dan besarnya margin juga di tentukan oleh lembaga itu sendiri. Di BMT Sinar Amanah besarnya margin

selama 1 tahun adalah 24% dari harga pokok, sedangkan di BMT Harapan Umat besarnya margin sebesar 15%-20% dari harga pokok selama 10 bulan.

Dalam penentuan tingkat margin terkadang dalam lembaga keuangan seperti Lembaga Keuangan Syariah penetapannya masih ditentukan dari lembaga tersebut. Mereka menjelaskan bahwa beberapa anggota terkadang belum paham tentang berapa margin yang sesuai pada saat ini. Dengan fenomena tersebut biasanya Lembaga Keuangan Syariah mulai mematok berapa margin yang akan diberikan kepada nasabah, serta tidak melupakan dari mana berasalnya tingkat margin yang telah ditentukan.

Seperti halnya yang terjadi di BMT Sinar Amanah dan BMT Harapan Umat, kedua lembaga ini juga mematok berapa margin yang diberikan kepada anggota, dan menjelaskan darimana tingkat margin itu bisa di dapatkan.

Untuk menarik minat nasabah tidak hanya cukup dengan memberikan margin yang murah saja, tetapi juga perlu memperhatikan kualitas-kualitas yang ada di BMT. Seperti halnya dengan kualitas produk yang baik. Karena salah satu konsep pemasaran itu yaitu tentang konsep produk. Konsumen atau calon anggota BMT akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi terbaik serta keistimewaan yang menonjol.¹¹

Hubungan kualitas produk dengan minat anggota menjadi pusat perhatian sehingga bisa menyesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan anggota. Banyaknya produk yang di tawarkan tidak memuaskan masyarakat sehingga

¹¹ Malayu Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009) hlm. 146

anggota kecewa dengan kualitas produk yang di tawarkan pada perusahaan yang mengakibatkan anggota tidak peduli apa yang ditawarkan pada perusahaan tersebut. Kualitas produk yang baik akan menciptakan kesesuaian dengan tujuan dan kebutuhan anggotanya.¹² Untuk mengantisipasi agar produk yang dikeluarkan berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka peluncuran produk diperlukan strategi-strategi tertentu.¹³

Produk sudah diciptakan, dan harga juga sudah ditetapkan itu artinya produk sudah siap untuk dipasarkan. Agar produk itu di minati oleh masyarakat atau calon anggota, maka masyarakat perlu tahu kehadiran produk tersebut, berikut manfaat, harga, dimana dapat diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi. bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin ke nasabah.

Tanpa promosi anggota tidak akan mengenal lembaga tersebut. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan anggotanya. Tujuan promosi itu sendiri adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon anggota yang baru. Dan juga berfungsi untuk mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi anggota untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para anggotanya.¹⁴

¹² Adiwarmarman Karim, *Bank Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008) hlm. 80

¹³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana, 2005) hal. 141

¹⁴ *Ibid*,hal 175

Promosi yang dilakukan BMT Harapan Umat cukup baik, lembaga ini melakukan promosi seperti memasukan iklan di radio, pendekatan jaringan, melakukan forum kajian dan UKM, promosi di media social yang sekarang ini banyak di gunakan masyarakat dari semua kalangan. Di lembaga ini juga menggunakan brosur untuk mempromosikan produk-produknya, tapi menurut lembaga ini penggunaan brosur dirasa kurang efektif sekarang karena brosur yang di berikan kepada masyarakat akan di buang tanpa di baca.

Di BMT Sinar Amanah juga demikian, melakukan promosi dengan cara menyebar brosur, dari mulut kemulut, lewat media social dan lain sebagainya.

Setiap perusahaan ingin tetap bertahan hidup, berkembang, dan mampu bersaing. Maka dari itu, setiap perusahaan selalu menetapkan dan menerapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasarannya. Salah satu unsur pemasaran itu adalah strategi bauran pemasaran, yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya.

Unsur strategi bauran pemasaran ada empat yaitu strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran/distribusi dan strategi promosi. keempat unsur tersebut saling mempengaruhi, sehingga semuanya penting dalam satu kesatuan strategi, strategi pemasaran berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsure-unsur atau variabel-variabel pemasaran yang dapat

dikendalikan pimpinan perusahaan, untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran.¹⁵

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.¹⁶ Jadi, pemasaran itu penting untuk dilakukan oleh setiap perusahaan, karena tanpa pemasaran konsumen tidak akan mengenal produk yang lembaga tersebut keluarkan. Begitu juga dengan Lembaga Keuangan tanpa adanya promosi anggota atau calon anggota tidak akan mengetahui produk-produk yang dikeluarkan oleh lembaga.

Sehubungan dengan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Margin , Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Anggota Pada Pembiayaan *Murabahah* pada BMT Sinar Amanah Boyolangu dan BMT Harapan Umat Tulungagung”.

¹⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2015) hal. 197

¹⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*,.....hal. 59

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan penjelasan tentang kemungkinan-kemungkinan cangkupan yang dapat muncul dalam penelitian ini. Adapun permasalahan yang perlu diidentifikasi dalam penelitian ini adalah terkait dengan bauran pemasaran khususnya terkait dengan margin, kualitas produk dan promosi terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu dan BMT Harapan Umat Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah margin berpengaruh terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat anggota di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung?
4. Apakah margin, kualitas produk, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung ?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang diidentifikasi di atas, maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan:

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah ada pengaruh margin terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung.
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah ada pengaruh promosi terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung.
4. Untuk menguji dan menganalisis apakah margin, kualitas produk dan promosi terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi manfaat antara lain:

1. Secara teoritis
Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi dan menambah khasanah ilmiah terutama di bidang ekonomi dan bisnis islam .
2. Secara praktis
 - a. Bagi Manajemen Perbankan / Lembaga Keuangan Syariah

Dengan dilakukan penelitian ini dapat memperkuat eksistensi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat di masyarakat luas, memberikan informasi tambahan serta pengetahuan yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan usaha secara syariah.

b. Bagi Pihak Akademik

Dapat menambah wawasan baru yang belum diketahui sebelumnya, serta dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik bagi pihak kampus.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian dapat menambah wawasan bahan referensi untuk penelitian yang akan datang tentang pengaruh Margin, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Murabahah.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

- 1) Ruang lingkup penelitian ini meneliti tentang pengaruh Tingkat Margin, Kualitas Produk dan promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan *Murabahah* di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung.
- 2) Penelitian ini di batasi pada objek yaitu hanya pembiayaan *Murabahah* di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung.

- 3) Pengambilan sampel responden yaitu di ambil dari semua anggota pembiayaan *Murabahah* di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi variabel secara operasional, secara praktik, secara riil, secara nyata, dalam lingkup obyek penelitian atau obyek yang diteliti.

1) Penegasan Konseptual

- a) Tingkat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah susunan yang berlapis-lapis atau tinggi rendahnya martabat. ¹⁷

Dan margin menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah laba atau tingkat selisih¹⁸

Tingkat margin yang dimaksud pada penelitian ini adalah penetapan margin yang berdampak pada keuntungan, bank erat kaitannya dengan harga yang terbentuk dalam pembiayaan yang dilakukan.¹⁹

- b) Kualitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tingkat baik buruknya sesuatu. ²⁰

Sedangkan produk menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah barang yang menjadi unggulan tertentu.²¹

¹⁷ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta:Pusat Bahasa, 2008) hal. 1528

¹⁸ Pusat Bahasa, *Kamus Besar ...*, hal. 918

¹⁹ Adiwarmar Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008) hal 280.

²⁰ Pusat Bahasa, *Kamus Besar ...*, hal. 763

²¹ Pusat Bahasa, *Kamus Besar ...*, hal. 945

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.²²

- c) Promosi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memperkenalkan.²³

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan seperti produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.²⁴

- d) Minat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah gairah atau keinginan.²⁵

Sedangkan nasabah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).²⁶

Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih suatu produk yang ditawarkan kepada mereka.

- e) Pembiayaan Murabahah

²² Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana, 2005) hal. 136

²³ Pusat Bahasa, Kamus Besar ..., hal.604

²⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana, 2005) hal.176

²⁵ Pusat Bahasa, Kamus Besar ..., hal.957

²⁶ Pusat Bahasa, Kamus Besar ..., hal.996

Pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun oleh lembaga.²⁷

Murabahah yang dimaksud disini adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.²⁸

Pembiayaan *murabahah* merupakan pembiayaan persediaan dalam usaha produksi terdiri atas biaya pengadaan bahan baku dan penolong.²⁹

2) Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji adanya pengaruh margin, kualitas produk dan promosi terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dan BMT Harapan Umat Tulungagung. Merupakan definisi yang didasarkan pada sifat-sifat hal yang didefinisikan serta dapat diamati. Secara tidak langsung definisi operasional itu akan menunjuk alat pengambilan data yang cocok digunakan.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir penelitian. Bagian awal berisi tentang halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan,

²⁷ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta:YKPN, 2015) Hal. 17

²⁸ Adiwarmanto A Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004) hal. 113

²⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari teori dan praktik*, (Jakarta: Geman Insani, 2005) hal.162

motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, pedoman transliterasi, dan abstrak.

Bagian isi terdiri dari enam(6) bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan yang merupakan gambaran umum isi penelitian yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, Rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan masalah dan penegasan istilah.

BAB II Landasan Teori yang berisi teori yang berhubungan dengan penelitiannya, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian yang terdiri dari hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta temuan penelitian.

BAB V Pembahasan dan hasil penelitian berisi mengenai pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.

BAB VI Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran

Bagiann Akhir Terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.