BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya perekonomian suatu negara semakin meningkat pula kebutuhan masyarakat dalam pemenuhan pendanaan untuk membiayai proyek pembangunan, namun dana pemerintah yang bersumber dari APBN sangat terbatas, untuk menutupi kebutuhan tersebut, pemerintah menggandeng dan mendorong pihak swasta untuk ikut serta berperan aktif dalam membiayai pembangunan potensi ekonomi bangsa. Pihak swasta baik individual maupun kelembagaan memiliki pendanaan terbatas untuk memenuhi operasional dan pengembangan usahanya.[1]

Pada masa sekarang ini, Bank syariah telah mampu memberikan bantuan kepada pemerintah terutama sektor permodalan yang sangat mudah didapatkan oleh seorang pengusaha dalam menghidupkan kembali sendi-sendi investasi di Indonesia. Dengan keberadaan Bank syariah yang semakin memberikan prospek yang cerah terhadap iklim investasi di dalam Negri, mendorong munculnya lembaga-lembaga keuangan syariah yang sejenis, sehingga bermunculan *Baitul Māl wat Tamwīl* (BMT) di seluruh Indonesia.

Lembaga *Baitul Māl* (rumah dana), merupakan lembaga bisnis dan sosial yang pertama yang didirikan oleh Nabi.[2] Lembaga ini berfungsi sebagai tempat penyimpanan. Para ahli ekonomi Islam dan Sarjana ekonomi Islam

[1] Muhammad, *Manajemen Bank Syariah,* (Yogyakarta: UPP, AMP, YKPN, 2003), 13.
[2] Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Māl wat Tamwīl (BMT),* (Yogyakarta: UII Press, 2004), 56.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sendiri memiliki sedikit perbedaan dalam menafsirkan *Baitul Māl* ini. Sebagian bependapat bahwa *Baitul Māl* ini semacam Bank sentral, seperti yang ada saat ini. Tentunya dengan berbagai kesederhanaannya karena keterbatasan yang ada. Sebagian lagi berpendapat, bahwa *Baitul Māl* semacam menteri keuangan atau bendahara Negara.[3] BMT merupakan Lembaga keuangan, BMT juga menghimpun dan menyalurkan dari kepada masyarakat. Lembaga ini secara tidak langsung bersentuhan dengan masyarakat tingkat ekonomi menengah ke bawah. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Lembaga keuangan Bank maupun non Bank yang bersifat formal, yang beroperasi di pedesaan, umumnya tidak dapat menjangkau masyarakat golongan ekonomi menengah ke bawah.[4]

BMT hadir agar mampu lebih aktif dalam memperbaiki kondisi tersebut. *Baitul Māl wat Tamwīl* (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah yaitu *Baitul Māl dan Bait at-Tamwīl. Baitul al-Māl* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang *non profit*, seperti; *zakat, infaq, dan shadaqah.* Adapun *Bait at-Tamwīl* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. BMT memiliki berbagai macam produk yang ditawarkan dalam menjalankan usahanya, adapun berbagai macam produk yang terdapat pada BMT sebagai berikut:[5]

1) *Wadī'ah* (Titipan)

---

[3] Ibid., 57.
[4] Muji Haryono, *Pengaruh Pelayaan terhadap Minat Nasabah BMT Al-Khautsar Kebumen*, skripsi (Yogyakarta: UIN, 2005), 2.
[5] Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Māl wat Tamwīl (BMT),* (Yogyakarta: UII Press, Cet. II, 2005), 73.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) *Mushārakah* (Kerja sama)

3) *Muḍārabah* (Bagi hasil)

4) *Ijārah* (Sewa)

5) *Murābahah* (Jual beli)

6) *Ujrah* (Fee)

7) *Hiwālah* (Talangan)

8) *Rahn* (Gadai)

Segala transaksi atau tindakan yang berhubungan dengan manusia dan manusia atau *muamalah* diatur dalam *fiqh muamalah*, *fiqh muamalah* adalah hukum-hukum yang berkaitan dengan tindakan manusia dalam persoalan-persoalan keduniaan, misalnya dalam persoalaan jual beli, utang piutang, kerjasama dagang, sewa menyewa, di antara persoalan-persoalan yang muncul pada *muamalah* yang sering kita jumpai salah satunya adalah jual beli.[6]

Pada dasarnya segala bentuk atau transaksi *muamalah* itu boleh atau mubah kecuali ada dalil-dalil yang mengharamkannya. Jadi sebenarnya segala bentuk macam *muamalah* itu boleh asalkan tetap diperbolehkan oleh *syara'* terutama tentang jual beli dan lain-lainnya. Sesuai dengan kaidah *fiqh*:

> "Hukum asal dari muamalah adalah boleh atau mubah kecuali ada dalil yang melarangnya (mengharamkannya)".[7]

---

[6] Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 50.
[7] MUI, DSN, BI, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional Edisi Kedua*, (Jakarta: MUI, DSN, BI, 2003), 90.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam urusan *materiil*, salah satu bentuk tolong menolong itu adalah dengan cara menyalurkan dana pada seseorang yang membutuhkan. Sesuai dengan dalil yang ada dalam *Al-Qur'an* surat *al-Baqarah* ayat 245:

مَّن ذَا ٱلَّذِى يُقۡرِضُ ٱللَّهَ قَرۡضًا حَسَنًا فَيُضَٰعِفَهُۥ لَهُۥٓ أَضۡعَافًا كَثِيرَةً ۚ وَٱللَّهُ يَقۡبِضُ وَيَبۡصُۜطُ وَإِلَيۡهِ تُرۡجَعُونَ ٢٤٥

"Artinya: Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), Maka Allah akan meperlipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan". (*QS. al-Baqarah*: *245*)[8]

Dari ayat di atas, dapat diambil sebuah kesimpulan bahwasannya antara manusia satu dengan manusia yang lain harus saling tolong menolong, tetapi tolong menolong hanya untuk perbuatan baik saja menurut *syara'*, bukan termasuk perbuatan yang dilarang *syara'*. Dalam menanggulangi praktik ijon, rentenir dan semacamnya maka secara teori keberadaan BMT (*Baitul Māl wat Tamwīl*) harus mampu berperan aktif sebagai suatu bentuk solusi *alternatif representative*. Yang menjadi persoalan adalah apakah praktik Lembaga keuangan syariah yang berkembang selama ini benar-benar mencerminkan misi utama keberadaan BMT atau tidak.

Istilah *Baitul Māl wat Tamwīl* saat ini diartikan sebagai suatu badan/institusi keuangan yang memadukan fungsi *Baitul Māl* dan *Baitut Tamwīl*. *Baitul Māl wat Tamwīl* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dana dan penyaluran dana yang *non profit*, seperti *zakat, infaq dan shadaqah*, sedangkan *Baitut Tamwīl* sebagai usaha pengumpulan dan

[8] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Jakarta: PT Rilis Grafika, 2009), 39.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyaluran dana komersial, usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.[9]

Salah satu BMT yang berdiri saat ini adalah BMT UGT Sidogiri. Didirikan pada tanggal 6 Juni 2000 BMT UGT Sidogiri memiliki visi misi mengembangkan masyarakat UKM tanpa dana riba. Dengan prinsip non riba tersebut maka operasional BMT terdiri dari prinsip-prinsip syariah. Pengelolaan dananya pun menggunakan sistem syariah. Sehingga bagi masyarakat yang Islami, BMT UGT Sidogiri menjadi salah satu solusi untuk mengelola kelebihan uangnya.[10]

BMT UGT Sidogiri Mempunyai banyak Kantor Cabang di berbagai daerah, nasabahnya pun juga banyak, mereka mempunyai budaya dan status sosial yang berbeda. Salah satunya di daerah Jawa Timur, khususnya di daerah Surabaya terdapat beberapa Kantor Cabang, salah satunya adalah KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya. Kantor Cabang Pembantu yang beralamatkan di Jl. Girilaya No.34 Surabaya ini berdiri sejak tahun 2010.[11] Pembiayaan *murābahah* merupakan salah satu produk pembiayaan yang paling diminati oleh nasabah KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya, terdapat peningkatan yang signifikan antara tahun 2015 dan 2016 mengenai peningkatan jumlah

---

[9] Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, edisi-2 (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 96.
[10] Nurul Huda, Mohammad Heykal, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010), 363.
[11] Arsip KSPS BMT UGT Sidogiri KCP Sawahan Surabaya (Surabaya, 2010), 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nasabah yang melakukan pembiayaan *murabahah* di BMT tersebut. Hal itu berdasarkan hasil olahan data dibawah ini.

Tabel 1.1
Jumlah transaksi pembiayaan *murabahah*

Tahun	**Jumlah Nasabah**
2015	82
2016	120

Sumber: Olahan data nasabah KSPS BMT UGT Sidogiri KCP Sawahan Surabaya (22 Maret 2016)

Data tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan jumlah nasabah yang melakukan transaksi pembiayaan *murābahah* di KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya dari tahun 2015 ke tahun 2016. Selain itu, pembiayaan *murābahah* merupakan produk pembiayaan yang paing diminati oleh nasabah, hal tersebut disampaikan oleh Kepala Kantor Cabang Pembantu KSPS BMT UGT Sawahan Surabaya pada saat wawancara:

> "Di BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya, Pembiayaan jenis inilah yang paling utama dipergunakan dibanding jenis yang lain dalam melayani nasabahnya, hal ini disebabkan karena dengan akad *murābahah* lah yang paling sesuai diterapkan pada masyarakat sekitar yang sesuai dengan target pasar KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya yang merupakan kelas menengah ke bawah. Sebenarnya ada beberapa produk pembiayaan yang kami tawarkan, akan tetapi kebanyakan nasabah lebih memilih produk pembiayaan *murābahah*. Rata-rata nasabah yang mengajukan pembiayan *murābahah* disini adalah dari kelompok pedagang. Dari sekitar 200 nasabah yang mengajukan pembiayaan itu kebanyakan lebih memilih pembiayaan dengan akad *murābahah,* yang jika dikalkulasikan jumlahnya mencapai 120 nasabah."[12]

[12] Abd. Rahman Aziz, Kepala Kantor Capem KSPS BMT UGT Sidogiri Indonesia Capem Sawahan Surabaya, Wawancara, Surabaya, 22 Maret 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Terkait data tersebut, akan menarik jika diteliti lebih mendalam lagi tentang ada atau tidaknya faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembiayaan *murābahah.* Keputusan merupakan bagian/salah satu elemen penting dalam perilaku nasabah disamping kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomis.

Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi.[13] Salah satu faktor yang menjadi pertimbangan dalam memilih keputusan adalah faktor sosial. Dalam hubungan sosial, seseorang akan dihadapkan dengan lingkungan atau kelompok, dari lingkungan atau kelompok akan menimbulkan pengaruh terhadap individu yang ada dalam lingkungan tersebut untuk mengikuti kebiasaan yang ada di dalam kelompok tersebut, misalkan dalam perilaku mengkonsumsi barang atau jasa. Setiap nasabah, khususnya nasabah BMT akan dihadapkan dalam situasi kelompok yang berbeda, yang mana hal itu akan mempengaruhi keputusan nasabah tersebut dalam memilih suatu produk yang akan dibeli dari BMT.

Suatu kelompok terdiri dari beberapa individu yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang yang ada dalam kelompok tersebut. Kelompok merupakan sekumpulan orang yang hidup dan saling berinteraksi. Sebagian merupakan kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja, yang

[13] Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid-I/Edisi-13, (Jakarta: Erlangga, 2009), 166.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mana orang tersebut secara terus menerus berinteraksi dengan mereka. Selain itu, kelompok primer cenderung bersifat informal. Namun demikian, seseorang juga termasuk kelompok sekunder, seperti kelompok keagamaan, profesi, dan kelompok asosiasi perdagangan yang mana cenderung bersifat lebih formal dan mempunyai interaksi yang tidak begitu rutin.[14]

Dari pengaruh kelompok, akan terbentuk minat nasabah untuk membeli suatu produk. Minat membeli terbentuk dari sikap konsumen terhadap produk dari keyakinan konsumen terhadap kualitas produk. Semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk akan menyebabkan menurunnya minat beli konsumen.[15] Dinamika kelompok akan memberikan pengaruh besar kepada konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih produk yang akan ia beli, dari situlah konsumen bisa melihat dan menilai kualitas produk, terutama tentang kualitas produk pembiayaan *murābahah* yang ditawarkan oleh pihak BMT.

Di samping dinamika kelompok, faktor kebudayaan merupakan salah satu faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Dengan kata lain, merupakan faktor paling utama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian. Para nasabah KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Sawahan Surabaya tentunya memiliki berbagai macam budaya yang berbeda, khususnya budaya dalam hal konsumsi, mereka merupakan orang dari kalangan menengah ke bawah,

---

[14] Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2003), 194.
[15] Durianto, DKK, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek.* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 109.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sehingga dalam hal konsumsi, mereka juga akan menyesuaikan dengan status sosial mereka, bagaimana kebiasaan sehari-hari mereka dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Dari budaya konsumsi itulah akan timbul dorongan yang membuat nasabah bisa memutuskan poduk mana yang akan mereka pilih. Konsumen saling berinteraksi satu sama lain, saling mempengaruhi dalam membentuk perilaku, kebiasaan, sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai yang dianggap penting. Salah satu unsur lingkungan sosial adalah budaya (*culture*), budaya adalah segala nilai, pemikiran, dan simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan sesorang dan masyarakat.[16]

Banyak fakta-fakta yang menarik yang bisa ditemukan ketika melihat sisi lain dari kehidupan sehari-hari nasabah dari KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya. Pertama: Banyak dijumpai di suatu tempat yang mana satu kelompok pedagang di suatu pasar atau komplek perumahan itu mereka sama-sama menjadi nasabah KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya, hal tersebut menjadi sangat menarik untuk diteliti apakah fenomena itu karena adanya faktor dinamika kelompok di lingkungan tersebut yang mempengaruhi keputusan individu dalam membeli produk atau tidak. Kedua: Budaya dari setiap kelompok nasabah yang berbeda, terutama budaya dalam hal konsumsi, kebiasaan dan pengaruh dari lingkungan masyarakat menengah ke bawah akan mempengaruhi budaya konsumsi dari nasabah, apakah kebiasaan

[16] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 227.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam hal mengkonsumsi barang atau jasa tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk dari BMT khususnya produk pembiayaan *murābahah*. Hal tersebut menjadi layak untuk diteliti.

Berdasarkan uraian di atas. Maka Peneliti akan melakukan penelitian di salah satu cabang BMT UGT Sidogiri Jawa Timur yaitu KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya. Peneliti merasa tertarik untuk menjadikan "keputusan" sebagai variabel terikat (variabel Y), sedangkan untuk variabel X nya, Peneliti menggunakan dua variabel, yaitu dinamika kelompok (X_1) dan budaya konsumsi (X_2).

Atas latar belakang tersebut, maka Peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang pengaruh dinamika kelompok dan budaya konsumsi nasabah terhadap keputusan memilih produk pembiayaan *murābahah* di KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya, dengan mengangkat judul "PENGARUH DINAMIKA KELOMPOK DAN BUDAYA KONSUMSI NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN *MURĀBAHAH* DI KSPS BMT UGT SIDOGIRI KANTOR CABANG PEMBANTU SAWAHAN SURABAYA".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara dinamika kelompok dan budaya konsumsi nasabah terhadap keputusan memilih produk pembiayaan *murābahah* di KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara dinamika kelompok dan budaya konsumsi nasabah terhadap keputusan memilih produk pembiayaan *murābahah* di KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh secara simultan antara dinamika kelompok dan budaya konsumsi nasabah terhadap keputusan memilih produk pembiayaan *murābahah* di KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya.
2. Mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh secara parsial antara dinamika kelompok dan budaya konsumsi nasabah terhadap keputusan memilih produk pembiayaan *murābahah* di KSPS BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Pembantu Sawahan Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Kegunaan hasil Penelitian

Ada dua macam keguanaan penelitian, yaitu kegunaan teoretis dan kegunaan praktis.

Adapun kegunaan teoretis dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan sumbangan terhadap bidang ilmu pengetahuan khususnya Ekonomi Syariah untuk mengetahui lebih dalam tentang seluk beluk pembiayaan *murābahah* di lembaga keuangan Islam non Bank, khususnya di BMT UGT Sidogiri.
2. Memberikan sumbangan terhadap bidang ilmu pengetahuan khususnya di bidang *Fiqih Muamalah* khususnya tentang *murābahah* dan bisa dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi BMT UGT Sidogiri dalam mengembangkan operasionalnya, terutama dari segi pemasaran, dan produknya, agar bisa lebih baik lagi, dan meningkatkan minat dari nasabah.
2. Untuk mengetahui lebih jauh tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan, khususnya pembiayaan *murābahah*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penyusunan skripsi ini dikemukakan ke dalam enam bab yang dapat diuraikan satu persatu seperti dibawah ini:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Pustaka

Dalam bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan untuk menunjang pembahasan penulisan ini, yang mencakup pengertian, keputusan, pembiayaan *murābahah*, dinamika kelompok dan budaya konsumsi, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka konseptual, serta hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang meliputi: Jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, uji validitas dan reliabilitas, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV : Hasil Penelitian

Dalam bab ini menyajikan hasil penelitian yang berisi deskripsi umum objek penelitian dan analisis data.

BAB V : Pembahasan

Dalam bab ini memberikan gambaran umum tentang objek penelitian berupa sejarah singkat institusi yang bersangkutan, serta visi dan misi kemudian dilanjutkan dengan deskripsi hasil penelitian yang diperoleh dari temuan-temuan selama melakukan penelitian beserta pembahasannya.

BAB VI : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan kesimpulan yang menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang disajikan secara singkat dan jelas. Sedangkan saran merupakan himbauan kepada pembaca atau instansi terkait agar saran yang dipaparkan dapat memberikan manfaat serta dapat dikembangkan menjadi bahan kajian penelitian berikutnya .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id