BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Keputusan Konsumen

Sebelum proses pengambilan keputusan konsumen, kita mengenal ilmu tentang perilaku konsumen. Menurut Loudon dan Bitta (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencangkup proses pengambilan keputusan dan kegiatan yang dilakukan konsumen secara fisik dalam pengevaluasian, perolehan penggunaan atau mendapatkan barang dan jasa.[11]

Perilaku konsumen (*consumen behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.[12] Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan adalah:

a. Faktor Budaya, yaitu meliputi budaya (penentu keinginan dan perilaku yang mendasar),sub-budaya (bangsa, agama, suku, daerah),dan kelas sosial.
b. Faktor Sosial, perilaku seorang konsumen dipengaruhi faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status.

[11] Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 7.
[12] Danang Sunyoto, *Teori Kuesioner & Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 66.

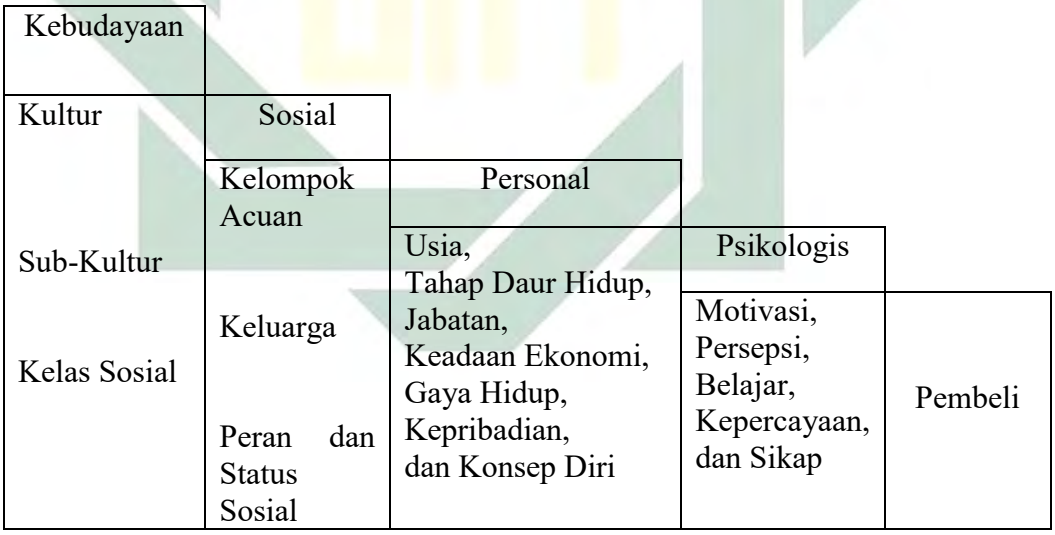
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Faktor Pribadi, merupakan faktor pribadi (usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep-diri pembeli).

d. Faktor Psikologis, faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan pendirian.

Kotler menyebutkan, bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain : faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologis.[13]

Gambar 2.1
Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen



Sumber: Kotler (2000)

a. Faktor Kebudayaan

[13] Philip Kotler. terj. Bob Sabran, *Manajemen Pemasaran,* Edisi ke Tiga Belas, (Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2008), 185

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

Faktor kebudayaan memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku, peran budaya, subbudaya, kelas sosial yang sangat penting:

1) Kultur adalah faktor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang.
2) Sub Budaya merupakan identifikasi dari sisoalisasi yang khas untuk perilaku anggotanya, ada empat macam sub budaya yakni terdiri dari: kelompok kebangsaan, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan kelompok wilayah geografis.
3) Kelas Sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hirarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa[14]

b. Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial diantaranya adalah kelompok sosial dan kelompok referensi, kelurga.

1) Kelompok Acuan[15] adalah seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau pengaruh perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan.
2) Keluarga adalah suatu unit masyarakat terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan

[14] Ibid, 186
[15] Ibid, 187

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

keputusan. Keluarga sebagai sumber orientasi yang terdiri dari orang tua, dimana seseorang mempengaruhi suatu orientasi terhadap agama, politik, dan ekonomi.

3) Status dan Peran berhubungan dengan kedudukan seseorang dalam masyarakat, setiap peranan yang dimainkan akan mempengaruhi perilaku pembelinya.

c. Faktor Pribadi

1) Usia dan tahap daur hidup merupakan perkembangan fisik dari seseorang. Oleh karena itu oleh tahapan perkembangan pasti membutuhkan makanan, pakaian yang berbeda-beda sehingga mempengaruhi terhadap perilaku pembelian.

2) Keadaan Ekonomi, seseorang akan besar pengaruhnya terhadap pemilihan produk. Keadaan ekonomi seseorang yang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan kekayaan, dan kemampuan meminjam dan sikapnya terhadap mengeluaran.

3) Pekerjaan, pola konsumsi yang berhubungan dengan perlengkapan kerja dan kebutuhan lain yang terkait dengan pekerjaannya.

4) Gaya Hidup seseorang adalah pola hidup seseorang dalam kehidupan seharihari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.

d. Faktor Psikologis

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

Faktor psikologis yang berpengaruh terhadap perilaku seorang konsumen meliputi beberapa unsur penting yaitu motivasi, belajar, kepribadian dan konsep diri, sikap yang meliputi:

1) Motivasi, suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Motif adalah suatu kebutuhan yang cukup menekan seseorang untuk mengejar kepuasan.
2) Persepsi diartikan sebagai proses dimana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia.
3) Belajar, proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman dan kebanyakan perilakku manusia adalah hasil proses belajar. Secara teori, pembelajaran seseorang dihasilkan melalui dorongan, rangsangan, isyarat, tanggapan, dan penguatan.
4) Kepercayaan dan Sikap. Kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu, sedangkan sikap adalah organisasi dari motivasi, perasaan emosional, persepsi, dan proses kognitif kepada suatu aspek. Melalui tindakan dan proses belajar, orang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilaku pembeli.

Dalam mengambil keputusan seseorang seringkali dihadapkan pada berbagai kondisi antara lain; unik, tidak pasti, jangka panjang dan kompleks. Yang dimaksud dalam kondisi unik adalah masalah tersebut

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

tidak mempunyai preseden dan di masa depan mungkin tidak akan berulang kembali. Tidak pasti maksudnya bahwa faktor-faktor yang diharapkan mempengaruhi dan memiliki kadar ketahuan atau informasi yang sangat rendah. Jangka panjang maksudnya bahwa implikasinya memiliki jangkauan yang cukup jauh ke depan dan melibatkan sumbersumber usaha yang penting. Adapun kompleks yaitu dalam pengertiannya preferensi pengambilan keputusan atas resiko dan waktu memiliki peranan yang besar.[16] Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi antar merk dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merk yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan merk, penyaluran, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran.[17]

Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan membeli mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh komponen, yaitu:[18]

a. Keputusan tentang jenis produk.
b. Keputusan tentang bentuk produk.
c. Keputusan tentang merk.
d. Keputusan tentang penjualan.
e. Keputusan tentang jumlah produk.
f. Keputusan tentang waktu pembelian.

[16] Marimin, *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Criteria Majemuk*, (Jakarta: PT Grasindo anggota IKAPI, 2004), 10.
[17] Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*.., 258.
[18] Basu Swasta DH, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2005), 118.

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

g. Keputusan tentang cara pembayaran.

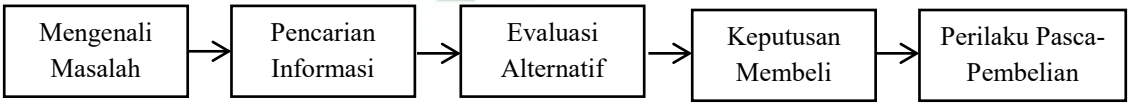
Dalam suatu pembelian barang keputusan yang diambil tidak selalu berurutan seperti di muka. Pada situasi pembelian seperti penyelesaian masalah ekstensif, keputusan yang diambil dapat bermula dari keputusan tentang penjual karena penjual dapat membantu merumuskan perbedaan-perbedaan di antara bentuk-bentuk dan merk produk.

Teori *Seth*[19] bermula dari beberapa partisipan yaitu pembeli, ahli teknik, pemakaian yang memiliki tingkah laku tersendiri seperti halnya model Howard-Seth untuk perilaku pembelian konsumen, tindakan-tindakan pembeli sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti:

a. Pendidikan konsumen
b. Corak Kehidupan konsumen
c. Orientasi konsumen
d. Dan kepuasan terhadap pembelian sebelumnya.

Terdapat lima tahap proses pengambilan keputusan oleh konsumen:[20]

Gambar 2.2



Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan terssebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal dan eksternal. Dengan mengumpulkan informasi dari konsumen, para

[19] Ibid,128
[20] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen:Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2003), 14.

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

pemasar dapat mengidentifikasikan rangsangan yang paling sering membangkitkan minat akan kategori produk tertentu.

Selanjutnya pencarian informasi yakni secara aktif mencari bahan bacaan, menelepon teman, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu. Yang menjadi perhatian utama pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh relatif tiap sumber tersebut terhadap keputusan pembelian selanjutnya. Sumber informasi konsumen: sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, kenalan), sumber komersial (iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan), sumber publik (media massa, organisasi tertentu peringkat konsumen), sumber pengalaman (penganganan, pengkajian, dan pemakaian.

Evaluasi alternatif, beberapa konsep dasar yang membantu kita memahami proses evaluasi konsumen: pertama konsumen berusaha memenuhi kebutuhan, kedua: konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk, ketiga: konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan memuaskan kebutuhan itu.

Keputusan Pembelian, dari evaluasi membentuk preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pilihan. 2 faktor berikut dapat berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian, yaitu sikap orang lain dan faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah niat pembelian. Dalam melaksanakan niat pembelian, konsumen tersebut dapat membuat 5 subkeputusan pembelian: keputusan merek, keputusan

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

pemasok, keputusan kuantitas, keputusan waktu, keputusan metode pembayaran.

Perilaku pasca Pembelian, kepuasan pasca pembelian (kecewa, atau sangat puas), tindakan pasca pembelian (jika konsumen puas ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut, jika pelanggan tidak puas mungkin ia akan membuang atau mengembalikan produk tersebut), pemakaian pembuangan pasca pembelian.

2. Pengambilan Keputusan dalam Perspektif Islam

Menurut pandangan islam mengenai pengambilan keputusan tersebut berdasarkan Q.S. Al-Maidah ayat 100 yaitu:

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (١٠٠)

100. Katakanlah: "tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan."[21]

Proses pengambilan keputusan dalam Islam menurut Hadari Nawawi yang bersifat apriori berlangsung sebagai berikut :[22]

a. Menghimpun dan melakukan pencatatan serta pengembangan data, yang jika perlu dilakukan melalui kegiatan penelitian, sesuai dengan bidang yang akan di tetapkan keputusannya.
b. Menghimpun firman-firman Allah SWT dan Hadist Rasullah SAW sebagai acuan utama, sesuai dengan bidang yang akan di tetapkan keputusannya.

[21] Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: PT. Hati Emas, 2013)
[22] Hadari Nawawi, *Kepemimpinan Menurut Islam*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University press, 1993) 64-77

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

c. Melakukan analisis data dengan merujuk pada firman-firman Allah SWT dan Hadits Rasullah SAW, untuk memisahkan dan memilih yang relevan dan tidak relevan untuk di rangkai menjadi kebulatan.
d. Memantapkan keputusan yang ditetapkan, setelah meyakini tidak bertentangan dengan kehendak Allah SWT berdasarkan firman-firaman-Nya dan Hadits Rasullah SAW.
e. Melaksanakan keputusan secara operasional dalam bentuk kegiatan-kegiatan kongkrit oleh para pelaksana.
f. Menghimpun data operasional sebagai data baru, baik yang mendukung ataupun yang menolak keputusan yang telah ditetapkan. Data tersebut dapat di pergunakan langsung untuk memperbaiki keputusan sebagai umpan balik (*feedback*), apabila ternyata terdapat kekeliruan.

Pengambilan keputusan yang bersifat apostriori didalam Islam menurut Hadari adalah:

a. *Ijma'*: *Ijma* memiliki arti permufakatan, persetujuan dan persesuaian pendapat. Dengan demikian *Ijma'*; adalah persetujuan di antara para ulama Islam di masa sahabat-sahabat Rasullah SAW. Pendapat tersebut terutama berasal dari Imam Hambali dan Imam Hanafiah, yang hanya menerima *Ijma'* sampai pada masa sahabat yang empat (khalifahu Rasyiddin). Dikatakannya : " barang siapa mendakwa *Ijma'* sesudah sahabat adalah kedustaan semata." Imam Hambali berpegang pada *Ijma'* berkenaan dengan sesuatu yang paling bermanfaat bagi masyarakat. Sedang Imam hanafi berpegang pada pendirian bahwa *Ijma'* harus sesuatu yang baik dan dapat di terima oleh akal. Namun

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

kedua Imam itu sepakat bahwa sumbernya harus bersandar pada Al-Qur'an dan Hadist.

b. *Qiyas*: *Qiyas* pada dasarnya membandingkan atau menyamakan. Pengertian *Qiyas* yang lebih luas adalah menyatakan suatu (hukum) yang ada nashnya di dalam Al-Qur'an dan Hadits, karena ada *'illat* persamaannya. Pengertian *Qiyas* yang lain adalah menghubungkan suatu perkara yang didiamkan oleh *syar'* dengan yang di nashkan pada hukum, karena *'illat* yang sama antara keduanya.

c. *Taqlid*: Dalam proses pengambilan keputusan, Islam mengenal juga bentuk *Taqlid*. *Taqlid* berarti menerima, mengambil perkataan atau pendapat orang lain yang tidak ada *hujjah* (alasannya) dari Al-Qur'an dan Hadits. Pengertian lain mengatakan *Taqlid* adalah mengikuti orang yang terhormat atau dipercaya dalam suatu hukum, dengan tidak memeriksa lagi benar atau salahnya, baik atau buruknya, manfaat atau mudaratnya hukum itu.

d. *Ittiba'*: *Ittiba'* berarti mengikuti dan menurut segala yang di perintahkan, yang dilarang dan yang dibenarkan Rasullah SAW. Dengan kata lain *Ittiba'* adalah mengerjakan agama dengan mengikuti segala sesuatu yang pernah di terangkan atau dicontohkan Rasullah SAW, baik berupa perintah atau larangan maupun yang dibenarkannya.

e. *Ijtihad*: *Ijtihad* sebagai proses pengambilan keputusan apostriori berarti usaha yang sungguh-sungguh samapai menghabiskan kesanggupan seorang *faqih* (ahli hukum agama) dalam menyelidiki dan memeriksa

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

keterangan dalam Al-Qur'an dan Hadits, untuk memperoleh atau menghasilkan sangkaan menetapkan hukum *syara'* yang diamalkan dengan jalan mengeluarkan hukum dari kedua sumber tersebut.

3. Tingkat Pendidikan

Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 mendefinisikan pendidikan sebagai usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran sehingga peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecedasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan, masyarakat,bangsa dan negara.[23] Didin Kurniawan dan Imam Machali menuliskan bahwa pendidikan diartikan sebagai usaha yang dijalankan oleh seseorang atau kelompok orang lain agar menjadi dewasa atau mencapai tingkat hidup atau penghidupan yang lebih tinggi dalam arti mental.[24]

Menurut UU No. 20 tahun 2003 Pasal 1 Ayat (11) dijelaskan pendidikan formal adalah jalur pendidikan yang terstruktur dan berjenjang yang terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Dan pada Ayat (12) dijelaskan tentang pendidikan nonformal adalah jalur pendidikan di luar pendidikan formal yang dapat dilaksanakan secara terstruktur dan berjenjang. Pada Ayat (13) tentang pendidikan informal adalah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan.[25]

---

[23] Made Pidarta, *Landasan Kependidikan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), 11.
[24] Didin Kurniadin Dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan:Konsep & Prinsip Pengelolaan Pendidikan*. (Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2013), 113.
[25] UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang *Sistem Pendidikan Nasional,* Pasal 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

Jenjang pendidikan formal adalah:[26] (1) Pendidikan dasar; (2) Pendidikan menengah; (3) Pendidikan tinggi. Pendidikan non formal meliputi pendidikan kecakapan hidup, pendidikan anak usia dini, pendidikan kepemudaan, pendidikan pemberdayaan perempuan, pendidikan keaksaraan, pendidikan keterampilan dan pelatihan kerja, pendidikan kesetaraan, serta pendidikan lain yang ditujukan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik. Satuan pendidikan nonformal terdiri atas lembaga kursus, lembaga pelatihan, kelompok belajar, pusat kegiatan belajar masyarakat, dan majelis taklim, serta satuan pendidikan yang sejenis. Kursus dan pelatihan diselenggarakan bagi masyarakat yang memerlukan bekal pengetahuan, keterampilan, kecakapan hidup, dan sikap untuk mengembangkan diri, mengembangkan profesi, bekerja, usaha mandiri, dan/atau melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.[27]

Kegiatan pendidikan informal yang dilakukan oleh keluarga dan lingkungan berbentuk kegiatan belajar secara mandiri.[28] Contoh pendidikan informal adalah agama, budi pekerti, etika, sopan santun,moral, dan sosialisasi.

4. Jenis Usaha

Kegiatan Perdagangan dapat menciptakan kesempatan kerja melalui dua cara. Pertama ,secara langsung , yaitu dengan kapasitas penyerapan tenaga kerja yang benar . Kedua , secara tidak langsung , yaitu dengan perluasan

[26] UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang *Sistem Pendidikan Nasional*, Pasal 14
[27] UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang *Sistem Pendidikan Nasional*, Pasal 26
[28] UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang *Sistem Pendidikan Nasional*, Pasal 27

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

pasar yang di ciptakan oleh kegiatan perdagangan disatu pihak dan pihak lain dengan memperlancar penyaluran dan pengadaan bahan baku[29]

Menurut surat keputusan Menteri Perdagangan No. 130/kp/IV/1982 Tanggal 14 April 1982 telah ditetapkan ketentuan usaha perdagangan sebagai berikut: "Pedagang adalah kegiatan jual beli barang atau jasa yang dilakuka secara terus menerus dengan tujuan mengalih hak atas barang atau jasa yang disertai imbalan berupa kompensasi". Jenis-jenis Pedagang dibedakan sebagai berikut:

a. Pedagang Besar : Pedagang yang mendatangkan barang secara besar-besaran langsung atau tidak langsung dari yang menghasilkan barang, tetapi tidak dengan maksud menyampaikan langsung pada pemakai.
b. Pedagang Kecil : Pedagang yang hanya menyampaikan barang-barang tersebut kepada si pemakai.

Pedagang adalah perantara yang kegiatannya membeli barang dan menjualnya kembali tanpa merubah bentuk atas inisiatif dan tanggung jawab sendiri dengan konsumen untuk membeli dan menjualnya dalam partai kecil atau per satuan.

Pedagang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dibagi atas dua yaitu : pedagang besar dan pedagang kecil. Pedagang kecil adalah pedagang yang menjual barang dagangan dengan modal yang kecil (KBBI,2002:230). Menurut UU Nomor 29 Tahun 1948, Pedagang adalah orang atau badan membeli, menerima atau menyimpan barang penting dengan maksud untuk di jual diserahkan, atau dikirim kepada orang atau badan lain, baik yang

[29] Kurniadi dan Tangkilisan, 21

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

masih berwujud barang penting asli, maupun yang sudah dijadikan barang lain.

5. Jumlah Penghasilan

Jumlah penghasilan atau biasa disebut dengan pendapatan adalah salah satu acuan penilaian sejahtera atau tidaknya seorang pedagang. Dalam mengukur status ekonomi seseorang atau suatu negara, dua ukuran yang sering digunakan adalah pendapatan atau kekayaan. Pendapatan mengacu kepada aliran upah, pembayaran bunga, keuntungan, dan hal-hal lain mengenai pertambahan nilai selama pertambahan waktu tertentu. Menurut Iskandar Putong, Pendapatan adalah semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun yang diterima oleh penduduk suatu negara.

Menurut Soediyono pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atas faktor-faktor produksi yang mereka sumbangkan dan turut serta membentuk produk nasional. Pendapatan akan diperoleh jika seseorang melakukan usaha atau kegiatan. Menurut Djamil Sayuthi, Pendapatan diartikan sebagai keseluruhan penghasilan atau penerimaan yang diperoleh para pemilik faktor produksi dalam suatu masyarakat selama kurun waktu tertentu.

Dari berbagai pengertian pendapatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan penghasilan yang diterima oleh individu atau

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

sekelompok orang yang melakukan suatu usaha atau kegiatan dan dilakukan dalam jangka waktu tertentu, berupa uang, barang, maupun jasa.

Untuk menghitung pendapatan yang diterima, ada tiga pendekatan perhitungan, yaitu: 1) Pendekatan hasil produksi (*product approach*) Dengan pendekatan hasil produksi, besarnya pendapatan dapat diketahui dengan mengumpulkan data tentang hasil akhir barang atau jasa untuk suatu periode tertentu dari suatu unit produksi yang menghasilkan barang atau jasa. 2) Pendekatan Pendapatan (*income approach*) Dengan pendekatan pendapatan, besarnya pendapatan dapat diketahui dengan mengumpulkan data pendapatan yang diperoleh oleh seseorang atau kelompok orang dari usaha yang dilakukan. 3) Pendekatan pengeluaran (*outcome approach*) Pendapatan dihitung dengan menghitung besarnya seluruh pengeluaran yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang.

Dilihat dari berbagai pendekatan yang ada, dalam penelitian ini untuk mengetahui pendapatan dari masyarakat sekitar pasar di Kecamatan Kenjeran terutama yang berdagang di Pasar di Kecamatan Kenjeran Surabaya, peneliti menggunakan pendekatan pendapatan, karena dengan pendekatan pendapatan peneliti mampu mengumpulkan data pendapatan dari pedagang pada pasar tersebut.

6. Riba

Riba diharamkan dengan dikaitkan kepada suatu tambahan yang berlipat ganda. Allah berfirman dalam surat Al-Imran ayat 130:

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

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

)١٣٠(

130. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.

Islam dengan tegas melarang praktik riba. Hal ini terdapat dalam Al-Qur'an dan as-Sunah. Al-Qur'an menyatakan haram terhadap riba bagi kalangan masyarakat muslim. Larangan riba dalam Al-Qur'an penekanannya pada perbedaan transaksi jual beli dan riba. Dalam tahap ini, ditunjukkan bahwa riba akan menghancurkan kesejahteraan suatu bangsa.

Dalam firman Allah SWT jelas yang isinya memerintahkan agar umat Islam yang beriman menjauhkan dari praktik riba atau yang sejenisnya, karena praktik riba dapat mengakibatkan kesengsaraan baik didunia maupun di akhirat.[30]

7. BMT (*Bait Al-mal Wa Al-Tamwil*)

Baitul maal berasal dari bahasa Arab bait yang berarti rumah, dan *al-mal* yang berarti harta. Jadi secara etimologis *Baitul Maal* berarti rumah untuk mengumpulkan atau menyimpan harta.[31] Adapun secara terminologis *Baitul maal Wattamwil* yang selanjutnya akan disebut BMT adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin,

[30]Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 19
[31] Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2007), 23.

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

ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada sistem ekonomi yang menjunjung keselamatan (berintikan keadilan), kedamaian, dan kesejahteraan.[32]

BMT merupakan kependekan kata Balai Usaha Mandiri Terpadu, yaitu lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroprasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. BMT sesuai namanya terdiri dari dua fungsi utama, yaitu:

a. *Baitul tamwil* (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.
b. *Baitul maal* (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.[33]

BMT adalah sebuah lembaga yang tidak saja berorientasi bisnis tetapi juga sosial, juga lembaga yang tidak melakukan pemutusan kekayaan pada sebagian kecil orang pemilik modal (pendiri) dengan penghisaban pada mayoritas orang (anggota, peminjam yang mayoritas usaha kecil dan mikro). *Baitul maal wat tamwil* (BMT)[34] 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 dengan antara lain mendorong

[32] Rifqi Muhammad, *Akuntansi keuangan Syariah*, (Yogyakarta : P3EI press, 2008), 67.
[33] Andri, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 447.
[34] Ibid,. 448.

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

kegiatan ekonominya. Selain itu, *baitul maal wat tamwil* juga bisa menerima zakat, infak, dan sedekah, serta menyalurkan sesuai dengan peraturan dan amanatnya.

Definisi BMT menurut operasional PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil) dalam peraturan dasar yakni "*Baitul Maal Wat Tamwil* adalah suatu lembaga ekonomi rakyat kecil, yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil berdasarkan prinsip syariah dan prinsip koperasi."[35]

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa BMT adalah sebuah Lembaga Keuangan yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai Syariat Islam. BMT merupakan isntitusi yang menjalankan dua kegiatan secara terpadu, yaitu *Bait Al-Maal* (melakukan kegiatan sosial dan dakwah), dan *Bait At-Tamwil* (melakukan kegiatan bisnis).

Baitul maal sebenarnya sudah ada sejak masa Nabi Muhammad SAW. Rasulullah merupakan kepala negara yang pertama kenalkan konsep baru di bidang keuangan negara di abad ke tujuh, semua hasil perhimpunan kekayaan negara harus dikumpulkan terlebih dahulu dan kemudian dikeluarkan sesuai dengan kebutuhan negara. Tempat inilah yang disebut bait al-maal, yang pada masa Rasulullah SAW pemasukannya bersumber dari:[36]

a. *Kharaj*, yaitu pajak tanah.

---

[35] PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil), Peraturan Dasar dan Contoh AD – ART BMT. (Jakarta : Nusantara. Net. Id. Tt), 1.
[36] Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pustaka Asatruss, 2005), 16.

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. Zakat yang dikumpulkan dalam bentuk uang tunai, hasil peternakan dan hasil pertanian.
c. *Khums*, yaitu pajak proporsional sebesar 20%
d. *Jizyah*, yaitu pajak yang dibebankan kepada orang-orang non-muslim sebagai pengganti layanan sosial ekonomi dan jaminan perlindungan keamanan dari negara islam.
e. Penerimaan lainnya seperti *kaffarah* dan harta waris dari orang yang tidak memiliki ahli waris.

8. Rentenir

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia rentenir adalah orang yang memberikan nafkah dan membungakan uang/tukang riba/pelepas uang/lintah darat.

Rentenir atau sering juga disebut tengkulak (terutama di pedesaan) adalah orang yang memberi pinjaman uang tidak resmi atau resmi dengan bunga tinggi. Pinjaman ini tidak diberikan melalui badan resmi, misalnya bank, dan bila tidak dibayar akan dipermalukan atau dipukuli. Tengkulak biasanya beroperasi di saat panen gagal, ketika para petani sangat membutuhkan uang namun tidak dapat memberi jaminan kepada bank. Sasaran rentenir lainnya adalah konsumen produk perbankan yang telah dimasukkan ke daftar hitam karena bermasalah dengan bank (kredit macet, dsb.). Atau pengusaha-pengusaha kecil menengah yang kesulitan akses permodalan dari bank serta rumah tangga-rumah tangga yang memerlukan dana cepat. Pinjaman dari tengkulak tidak memerlukan

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

jaminan sertifikat rumah atau barang berharga lainnya (kebanyakan hanya memerlukan KTP atau identitas lainnya), namun memiliki risiko tinggi.[37]

Rentenir juga biasanya memiliki orang-orang berbadan kekar (preman) untuk melindunginya atau menagih paksa utang debiturnya. Cara lain tengkulak untuk menagih utangnya antara lain mencuri barang-barang debitur lalu dijual untuk mengganti uang yang dipinjam, jika debitur menunggak pembayaran dalam jangka waktu lama (biasanya hitungan bulan), atau menculik dan menyandera anggota keluarga debitur atau si debitur itu sendiri. Banyak orang yang meminjam uang kepada tengkulak dan tidak mampu membayar disita harta kekayaannya dan bangkrut, dipukuli atau dirusak harta bendanya dan bahkan dapat saja dibunuh oleh orang-orang suruhan rentenir, bahkan ada yang bunuh diri.

Dalam Islam, praktik rentenir adalah sama dengan istilah mu'amalat ribawiyah yaitu tambaham terhadap modal uang yang timbul akibat suatu transaksi utang-piutang yang harus diberikan oleh peminjam kepada pemilik uang pada saat hutang jatuh tempo.[38]

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Selain tinjauan teoritis mengenai pengertian dari variabel penelitian, pada penelitian ini juga dilakukan tinjauan terhadap penelitian terdahulu yang sejenis. Penelitian ini mengacu pada penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan di sejumlah tempat. Beberapa hasil penelitian dalam bentuk skripsi, tesis, maupun jurnal yang dijadikan acuan antara lain yang akan tampak pada tabel berikut.

---

[37] https://id.wikipedia.org/wiki/Tengkulak

[38] Mufid Hendra Setyawan, *Ambivalensi Subjective Beliefs dan Subjective Norm*, 28

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

Tabel 2.1

Persamaan Dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu

Tahun	Judul	Peneliti	Persamaan	Perbedaan
2014	Pengaruh Pinjaman Modal Kegiatan Simpan Pinjam Kelompok Perempuan (SPP) Program PNPM Mandiri Perdesaan serta Sikap Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha dan Peningkatan Pendapatan Masyarakat Kec. Ambal Kabupaten Kebumen	Riki Tri Kurniawanto	Penelitian ini meneliti tentang pinjaman modal dalam mempengaruhi peningkatan pendapatan	Penelitian ini tidak membahas mengenai faktor pendapatan dalam mempengaruhi pemilihan peminjaman. Objek dan tahun penelitian pada penelitian pun berbeda
2014	Pengaruh Faktor Sosial dan Tingkat Pendidikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BMT Sahara Tulungagung	Nurul Julia	Penelitian ini meneliti tentang faktor tingkat pendidikan dalam mempengaruhi keputusan menjadi nasabah	Di dalam penelitian ini tidak membahas faktor jenis usaha dan tingkat pendapatan dalam mempengaruhi keputusan
2011	Pengaruh Kredit Dana Bergulir tehadap Tingkat Pendapatan Pengusaha Makanan Olahan Anggota Koperasi KJK PEMK Kebayoran Lama Utara	Regina Sari	penelitian ini membahas tingkat pendapatan pengusaha makanan yang dipengaruhi oleh pinjaman modal kredit dana bergulir melalui KJK-PEMK	dalam penelitian ini tidak membahas BMT ataupun Rentenir dalam solusi permodalan pengusaha makanan
2007	BMT Versus Rentenir dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat; Studi Kasus di Kecamatan Percut Sei Tuan, Deli Serdang Sumatera Utara	Chuzaimah Batubara, dkk.	Penelitian ini membahas tentang persaingan antara BMT atau Rentenir di daerah objek penelitian tersebut.	Dalam penelitian ini tidak membahas tentang faktor-faktor yang akan mempengaruhi persaingan/pemilihan masyarakat dalam melakukan permodalan.
2009	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah pada Bank Muamalat Malang	Lutfi Efendi	Penelitian ini membahas faktor tingkat pendidikan dan pendapatan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah	Dalam penelitian ini tidak membahas mengenai jenis usaha nasabah.Objek pada penelitian ini adalah Bank sedangkan pada penelitian saya adalah BMT dan Rentenir

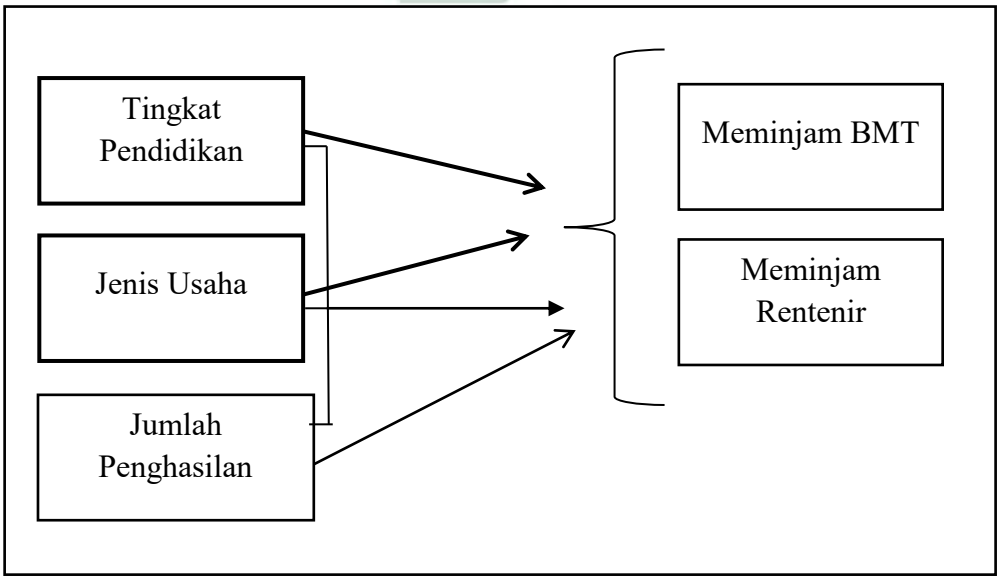
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari penjelasan diatas, dapat diambil kesimpulan persamaan dan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang. Persamaannya adalah digunakannya beberapa variabel bebas yang sama serta variabel terikat yang sama. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakuakan sekarang dengan penelitian yang terdahulu adalah variabel bebas yang mempengaruhi dua variabel terikat. Yaitu dimana dalam penelitian ini menitikberatkan pada pokok permasalahan yang dibahas adalah tingkat pendidikan, jenis usaha dan jumlah penghasilan apakah dapat mempengaruhi pedagang pasar di Kecamatan Kenjeran dalam memilih tempat pembiayaan melalui BMT dan peminjaman melalui Rentenir.

C. Kerangka Konseptual

Dalam kerangka konseptual ini menggambarkan tingkat pendidikan (X1), jenis usaha (X2), dan jumlah penghasilan (X3) berpengaruh terhadap pemilihan tempat pembiayaan (Y) melalui BMT (Y1) atau peminjaman melalui Rentenir (Y2).

Model Kerangaka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut :



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

Model hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel faktor (variabel bebas) / *variabel independen* / *fixed factors*:
   a. tingkat pendidikan
   b. jenis usaha
2. Variabel tergantung / variabel dependen :
   a. pembiayaan melalui BMT
   b. peminjaman melalui rentenir.
3. Kovariat :
   a. jumlah penghasilan.

D. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan dalam penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.[39] Berdasarkan landasan teori dan kerangka berpikir maka dapat diajukan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. Hipotesis Simultan
   a. Pengaruh tingkat pendidikan, jenis usaha, dan jumlah penghasilan terhadap pemilihan tempat pembiayaan pada BMT

      H_0 = tidak adanya pengaruh tingkat pendidikan, jenis usaha, dan jumlah penghasilan terhadap pemilihan tempat peminjaman pada BMT

      H_1 = adanya pengaruh tingkat pendidikan, jenis usaha, dan jumlah penghasilan terhadap pemilihan tempat peminjaman pada BMT

[39]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), 64.

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. Pengaruh tingkat pendidikan, jenis usaha, dan jumlah penghasilan terhadap pemilihan tempat peminjaman pada Rentenir

H_0 = tidak adanya pengaruh tingkat pendidikan, jenis usaha, dan jumlah penghasilan terhadap pemilihan tempat peminjaman pada Rentenir

H_1 = adanya pengaruh tingkat pendidikan, jenis usaha, dan jumlah penghasilan terhadap pemilihan tempat peminjaman pada Rentenir

2. Hipotesis Parsial

a. H_0 = tidak adanya pengaruh tingkat pendidikan terhadap pemilihan tempat peminjaman pada BMT

H_1 = adanya pengaruh tingkat pendidikan terhadap pemilihan tempat peminjaman pada BMT

b. H_0 = tidak adanya pengaruh jenis usaha terhadap pemilihan tempat peminjaman pada BMT

H_1 = adanya pengaruh jenis usaha terhadap pemilihan tempat peminjaman pada BMT

c. H_0 = tidak adanya pengaruh jumlah penghasilan terhadap pemilihan tempat peminjaman pada BMT

H_1 = adanya pengaruh jumlah penghasilan terhadap pemilihan tempat peminjaman pada BMT

d. H_0 = tidak adanya pengaruh tingkat pendidikan terhadap pemilihan tempat peminjaman pada Rentenir

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

H_1 = adanya pengaruh tingkat pendidikan terhadap pemilihan tempat peminjaman pada Rentenir

e. H_0 = tidak adanya pengaruh jenis usaha terhadap pemilihan tempat peminjaman pada Rentenir

H_1 = adanya pengaruh jenis usaha terhadap pemilihan tempat peminjaman pada Rentenir

f. H_0 = tidak adanya pengaruh jumlah penghasilan terhadap pemilihan tempat peminjaman pada Rentenir

H_1 = adanya pengaruh jumlah penghasilan terhadap pemilihan tempat peminjaman pada Rentenir.

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