

Tabel 2.1

| Tiga Perspektif Pembuatan Keputusan | | | | |
|--|--|---|--|--------------------------|
| 1. Perspektif Pembuatan Keputusan | | | | |
| a. Keputusan dengan Keterlibatan Tinggi (<i>high involvement decision</i>) | | | | |
| Pengenalan masalah | Pencarian yang ekstensif | Evaluasi alternatif yang ekstensif | Pilihan yang kompleks | Evaluasi pasca pembelian |
| b. Keputusan dengan Keterlibatan Rendah (<i>low involvement decision</i>) | | | | |
| Pengenalan masalah | Pencarian yang terbatas | Evaluasi alternatif yang minimal | Proses pilihan sederhana | Evaluasi pasca pembelian |
| 2. Perspektif Eksperiential | | | | |
| Pengenalan kebutuhan (dikendalikan oleh perasaan) | Pencarian solusi yang didasarkan atas perasaan | Evaluasi alternatif (perbandingan pengaruh atas perasaan) | Pilihan (didasarkan atas pengaruh perasaan) | Evaluasi pasca pembelian |
| 3. Perspektif Pengaruh Perilaku | | | | |
| Pengenalan kebutuhan (hasil dari membedakanstimuli) | Pencarian informasi (proses belajar) | Pilihan (atas dasar informasi yang menguatkan) | Evaluasi atas pembelian (proses persepsi diri sendiri) | |

a) Perspektif Pembuatan Keputusan

Menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian aktifitas dalam membuat keputusan pembelian.

Promotion). Harga bagi suatu usaha/badan usaha menghasilkan pendapatan (income). Adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *Product* (produk), *Place* (tempat/saluran) dan *Promotion* (promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha /badan usaha.

Jika harga merupakan pendapatan/pemasukan bagi pengusaha/pedagang, maka ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang mesti dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen tersebut. Bagi pengusaha/pedagang, *price* (harga) paling mudah/cepat disesuaikan dengan keadaan pasar sedangkan *product*, *place* dan *promotion* memerlukan waktu yang lebih lama dan panjang untuk disesuaikan dengan keadaan pasar, harga dapat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai kualitas produk dan merek dari produk tersebut.

Harga berpengaruh langsung terhadap laba usaha. Laba usaha diperoleh dari pendapatan total dikurangi biaya total. Pendapatan total terdiri dari harga per unit dikalikan kuantitas yang terjual. Hal ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Laba} = \text{Pendapatan} - \text{Biaya Total}$$

menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan oleh bank/BMT selaku *shahībul māl*.²¹ Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil dan disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, sebagaimana firman Allah dalam Qs. An-Nisa' ayat 29,²²

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta kamu di antara kamu dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan perniagaan yang berdasarkan kerelaan di antara kamu.

Menurut Ahmad Sumiyanto, “Pembiayaan adalah aktivitas menyalurkan dana yang terkumpul kepada anggota pengguna dana, memilih jenis usaha yang akan dibiayai agar diperoleh jenis usaha yang produktif, menguntungkan dan dikelola oleh anggota yang jujur dan bertanggung jawab”.²³

Adiwarman Karim mendefinisikan pembiayaan sebagai salah satu tugas pokok bank yang memberikan fasilitas penyedia dana untuk memenuhi kebutuhan pihak defisit unit.²⁴

Sementara pengertian pembiayaan menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah No:

²¹ Vithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), 698.

²² Departemen Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Penerbit Jumānatul 'Alī-Art, 2005), 84.

²³ Ahmad Sumiyanto, *BMT menuju Koperasi Modern* (Yogyakarta: ISES Publishing, 2008), 165.

²⁴ Adiwarman A. karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Cct. III (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006), 160.

91/Kep/M.KUKMI/IX/2004 tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi
Jasa Keuangan Syariah,²⁵

Pembiayaan adalah 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.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah suatu aktifitas penyaluran dana kepada pihak yang membutuhkan, untuk dipergunakan dalam aktifitas yang produktif sehingga anggota dapat melunasi pembiayaan tersebut.

b. Unsur-Unsur Pembiayaan²⁶

- 1) Adanya dua pihak, yaitu pemilik dana (*shahībul māl*) dan pengelola dana (*mudharib*).
- 2) Adanya kepercayaan *shahībul māl* kepada *mudharib* yang didasarkan atas prestasi, yaitu potensi *mudharib*.
- 3) Adanya persetujuan, berupa kesepakatan pihak *shahībul māl* dengan pihak lainnya yang berjanji membayar dari *mudharib* kepada *shahībul māl*. Perjanjian tersebut dapat berupa janji lisan maupun tertulis,

²⁵ Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia, “Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia” dalam www.smecda.com/Files/.../uu.../JUKNIS%20P3KUM%20SYARIAH.pdf, diakses pada 28 Oktober 2014, 5.

²⁶ Vithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori...*, 701.

sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi,²⁷

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang lagi mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila

²⁷ Departemen Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, 49.

mereka dipanggil, dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (tulislah muamalahmu itu), kecuali jika muamalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli, dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah, Allah mengajarmu, dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.

- 4) Adanya penyerahan barang, jasa atau uang dari *shahībul māl* kepada *mudharib*.
- 5) Adanya unsur waktu
- 6) Adanya unsur resiko

c. Jenis-Jenis Pembiayaan Syariah

Menurut Adiwarman Karim, pembiayaan syariah dapat digolongkan menjadi enam pembiayaan sebagai berikut:²⁸

- 1) Pembiayaan Modal Kerja Syariah. Pembiayaan modal kerja syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip syariah. Jangka waktu pembiayaan modal maksimum satu tahun dan dapat diperpanjang sesuai kebutuhan.

²⁸ Adiwarman A. karim, *Bank Islam...*, 231.

- 2) Pembiayaan Investasi Syariah. Pembiayaan investasi syariah adalah penanaman dana dengan maksud memperoleh imbalan, manfaat atau keuntungan di kemudian hari.
- 3) Pembiayaan Konsumtif Syariah. Pembiayaan konsumtif syariah adalah jenis pembiayaan yang diberikan untuk tujuan di luar usaha pada umumnya dan pembiayaan ini bersifat perorangan.
- 4) Pembiayaan Sindikasi. Pembiayaan sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk obyek pembiayaan tertentu.
- 5) Pembiayaan berdasarkan *Take Over*. Pembiayaan berdasarkan *take over* membantu masyarakat untuk mengalihkan transaksi non syariah yang telah berjalan menjadi transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah.
- 6) Pembiayaan *Letter of Credit*. Pembiayaan *letter of credit* adalah pembiayaan yang diberikan dalam rangka memfasilitasi transaksi impor atau ekspor nasabah.

d. Pembiayaan *Murābahah*

Menurut bahasa, *murābahah* berasal dari kata *ribh* yang bermakna tumbuh, berkembang dalam perniagaan atau untung. Menurut Istilah, *murābahah* berarti jual beli komoditas dimana penjual memberikan

informasi kepada pembeli tentang harga pokok pembelian barang (modal) dan tingkat keuntungan (margin) yang diinginkan.²⁹

Murābahah juga dapat didefinisikan sebagai jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam akad ini, penjual harus memberi tahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.³⁰ Akad jual beli semacam ini dihalalkan oleh syariat Islam sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi,³¹

...

Artinya: Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Dan hadits Nabi Muhammad SAW. yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah dari Suhaib ar-Rumi r.a.,

: :

()

Nabi SAW. bersabda, “Ada tiga hal yang di dalamnya mengandung keberkahan: jual beli secara tangguh, *muqaradhah* (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.”

²⁹ Muhammad Yazid, “Fiqh Muamalah”, (Modul – Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2012), 88.

³⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 101.

³¹ Departemen Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, 48.

Berdasarkan Keputusan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah No: 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004 tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah,³²

Murābahah adalah tagihan atas transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati pihak penjual (koperasi) dan pembeli (anggota, calon anggota, koperasi-koperasi lain dan atau anggotanya) atas transaksi jual beli tersebut, yang mewajibkan anggota untuk melunasi kewajibannya sesuai jangka waktu tertentu disertai dengan pembayaran imbalan berupa margin keuntungan yang disepakati dimuka sesuai akad.

Sementara itu menurut PSAK No. 102, “*Murābahah* adalah akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan harga barang tersebut kepada pembeli”.³³

e. Rukun dan Syarat Pembiayaan *Murābahah*

Rukun *Murābahah*³⁴

- 1) Pihak yang berakad : Penjual dan Pembeli
- 2) Objek yang diakadkan : Harga dan barang yang diperjualbelikan
- 3) Sighat : *Ijab* (serah) dan *Qabūl* (terima)

³² Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia, “Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia”..., 5.

³³ Wiroso, *Akuntansi Transaksi Syariah* (Jakarta: IAI, 2011), 73.

³⁴ Wiroso, *Jual Beli Murabahah* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 16.

Adapun syarat-syarat umum dalam pengajuan pembiayaan *murābahah* adalah sebagai berikut:³⁵

- 1) BMT memberitahu biaya modal (harga pokok) kepada anggota.
- 2) Kontrak pertama harus sah sesuai rukun yang ditetapkan.
- 3) Kontrak harus bebas dari riba.
- 4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli jika terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- 5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.

Menurut Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murābahah*, setiap nasabah yang mengambil pembiayaan *murābahah* mempunyai ketentuan sebagai berikut:³⁶

- a) Nasabah mengajukan permohonan dan janji pembelian suatu barang atau aset kepada bank.
- b) Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
- c) Bank kemudian menawarkan aset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membeli) sesuai dengan janji yang telah

³⁵ Ahmad Sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern* (Yogyakarta: ISES Publishing, 2008), 156.

³⁶ Dewan Syariah Nasional, "Fatwa Dewan Syariah Nasional NO: 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Murabahah", hukum.unsrat.ac.id/inst/dsn2000_4_murabahah.pdf, diakses pada 11 November 2014, 4.

disepakatinya, karena secara hukum janji tersebut mengikat; kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli.

- d) Dalam jual beli ini bank diperbolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.
- e) Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut.
- f) Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.
- g) Jika uang muka memakai kontrak *'urbun* sebagai alternatif dari uang muka, maka (1) Jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga. (2) Jika nasabah batal membeli, uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut; dan jika uang muka tidak mencukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.

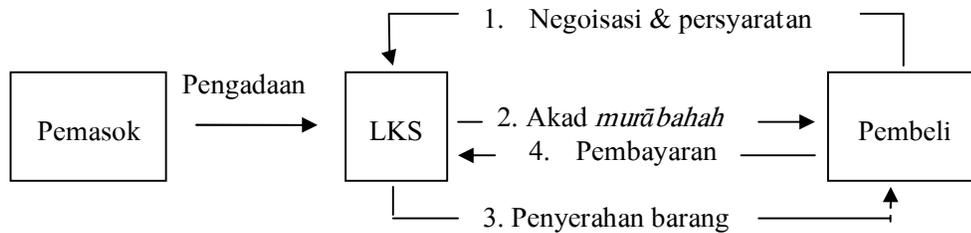
f. Jenis Pembiayaan *Murābahah*

Transaksi jual beli *murābahah* dapat dikelompokkan dalam dua jenis, yaitu sebagai berikut:

1) *Murābahah* tanpa pesanan

Murābahah jenis ini dilakukan tanpa memperhatikan ada tidaknya pesanan. Pengadaan barang dilakukan atas dasar persediaan

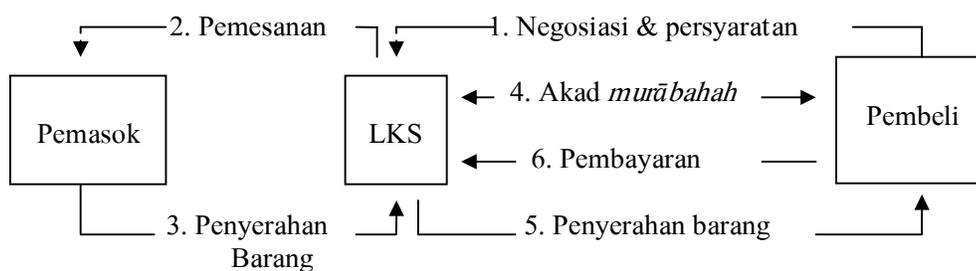
minimum yang harus dipelihara.³⁷ Untuk memahami alur pembiayaan tersebut dapat dilihat dalam bagan di bawah ini.



Gambar 2.1
Alur *Murabahah* tanpa pesanan

2) *Murabahah* berdasarkan pesanan

Jual beli jenis ini dilakukan atas dasar pesanan yang diterima. Apabila tidak ada pesanan, maka tidak dilakukan pengadaan barang. Alur pembiayaan tersebut dapat dilihat dalam bagan di bawah ini.³⁸



Gambar 2.2
Alur *murabahah* dengan pesanan

³⁷ Wiroso, *Akuntansi Transaksi Syariah*, 77.

³⁸ *Ibid.*, 78.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Alima Setiyarini (2012) disertasi dengan judul “Pengaruh Persepsi Nasabah Dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murābahah* Di BMT Bumi Sekar Madani”. Penelitian ini bersifat kasual komparatif dengan unit analisis yang diteliti adalah nasabah BMT Bumi Sekar Madani. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode Purposive Sampling dengan sampel sebanyak 96 nasabah yang mengambil pembiayaan *murābahah*. Kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum dilakukan pengumpulan data penelitian. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji prasyarat analisis yang meliputi uji normalitas, uji linearitas dan uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Persepsi Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murābahah* yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,429, koefisien determinasi (R²) sebesar 0,184 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar 4,599 > 1,980, (2) Margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murābahah* yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,262, koefisien determinasi (R²) sebesar

0,068 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $2,628 > 1,980$, (3) Persepsi Nasabah dan Margin secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murābahah* yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,481, koefisien determinasi (R²) sebesar 0,231 dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar $13,976 > 3,09$.³⁹

2. Fina Senja Rahayu (2013) skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memutuskan Pilihan Produk *Murābahah* di Bank Syariah Mandiri KCP Mayjen Sungkono”. Variabelnya adalah faktor syariah (X1), kelas sosial (X2), kelompok referensi (X3) dan persepsi stimulus pemasaran (X4). Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda, uji F, uji t dan uji asumsi klasik. Hasil penelitiannya adalah variabel faktor syariah (X1) tidak berpengaruh signifikan dengan tingkat yang dihasilkan lebih dari 5%, sig 0,763. Variabel kelas sosial (X2) tidak berpengaruh signifikan dengan tingkat yang dihasilkan lebih dari 5%, sig 0,296. Untuk variabel kelompok referensi (X3) berpengaruh signifikan dengan tingkat yang dihasilkan kurang dari 5%, sig 0,001. Dan variabel persepsi (X4) berpengaruh signifikan dengan tingkat yang dihasilkan kurang dari 5%, sig 0,041. Di antara variabel tersebut yang merupakan faktor yang

³⁹ Disalin dan diedit kembali langsung dari abstrak penulis (Alima Setiyarini, “Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murābahah* di BMT Bumi Sekar Madani”, Disertasi Program Studi Akuntansi, Universitas Negeri Yogyakarta 2012).

paling dominan adalah kelas sosial (X2) dengan beta sebesar 0,426 dan nilai t_{hitung} sebesar 3,464.⁴⁰

3. Nurul Amalia (2013) skripsi dengan judul “Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan *Murābahah* pada BMT Mandiri Sejahtera Jatim”. Penelitian ini dikhususkan untuk membuktikan dan menjawab pertanyaan apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan *murābahah*. Jenis penelitiannya adalah *field* dengan jumlah sampel 89 responden dengan teknik random sampling. Alat yang digunakan adalah uji variabel, uji reliable, uji asumsi klasik dengan teknik analisis regresi berganda berpola induktif. Berdasarkan hasil uji F_{hitung} sebesar 13,222 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,480 ($p_{value} < 0,05$) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pemasaran terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan *murābahah*. Sedangkan pada uji t diperoleh hasil bahwa Product dengan nilai t_{hitung} 4,686 $>$ t_{tabel} 1,662 ($p_{value} < 0,05$), Price dengan nilai t_{hitung} 2,390 $>$ t_{tabel} 1,662 ($p_{value} < 0,05$) dan Promosi dengan nilai t_{hitung} 2,685 $>$ t_{tabel} 1,662 ($p_{value} < 0,05$) berpengaruh signifikan

⁴⁰ Disalin dan diedit kembali langsung dari kesimpulan penulis (Fina Senja Rahayu, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Memutuskan Pilihan Produk *Murābahah* di Bank Syariah Mandiri KCP Mayjen Sungkono” Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2013).

secara parsial. Sedangkan variabel Place dengan nilai $t_{hitung} -0,711 < t_{tabel}$ 1,662 ($p_{value} > 0,05$) tidak berpengaruh secara parsial.⁴¹

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan variabel keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Untuk perbedaan dengan penelitian terdahulu terdapat pada variabel bebasnya yakni tingkat margin *murābahah* dan permasalahan yang timbul akibat minimnya nasabah yang mengajukan pembiayaan. Objek penelitiannya pun pada KJKS BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuisisioner, wawancara, dan observasi, sedangkan untuk teknik analisis datanya menggunakan statistik deskriptif dan uji statistik regresi linier sederhana.

Tabel 2.2
Perbedaan Dan Persamaan Penelitian

| No. | Keterangan | Penelitian Terdahulu | Penelitian Sekarang |
|-----|------------------|--|---|
| 1. | Peneliti | 1. Setiyarini Alima, Disertasi, Universitas Negeri Yogyakarta (2012). 2. Fina Senja Rahayu, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2013). 3. Nurul Amalia, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2013). | Aisyah Nur Aini, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2015). |
| 2. | Judul Penelitian | 1. Pengaruh Persepsi Nasabah Dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan | Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan |

⁴¹ Disalin dan diedit kembali langsung dari kesimpulan penulis (Nurul Amalia, “Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Pembiayaan *Murābahah* pada BMT Mandiri Sejahtera Jatim” Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2013).

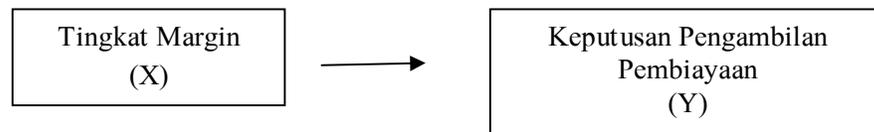
| | | | |
|----|----------------------------|---|---|
| | | <p><i>Murābahah</i> Di BMT Bumi Sekar Madani</p> <p>2. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memutuskan Pilihan Produk <i>Murābahah</i> di Bank Syariah Mandiri KCP Mayjen Sungkono</p> <p>3. Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan <i>Murābahah</i> pada BMT Mandiri Sejahtera Jatim</p> | Pengambilan Pembiayaan <i>Murābahah</i> di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo |
| 3. | Jenis Penelitian | <p>1. Disertasi – Deskriptif kuantitatif.</p> <p>2. Skripsi – Deskriptif kuantitatif.</p> <p>3. Skripsi – Deskriptif kuantitatif.</p> | Skripsi - Deskriptif kuantitatif |
| 4. | Lokasi penelitian | <p>1. BMT Bumi Sekar Madani Yogyakarta</p> <p>2. Bank Syariah Mandiri KCP Mayjen Sungkono</p> <p>3. BMT Mandiri Sejahtera Jatim</p> | BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo |
| 5. | Objek yang Diteliti | <p>1. Sikap konsumen</p> <p>2. Faktor psikologis</p> <p>3. Sikap konsumen</p> | Sikap konsumen |
| 6. | Variabel | <p>1. Persepsi, margin dan keputusan pengambilan</p> <p>2. Faktor syariah, kelas sosial, kelompok refrensi, persepsi</p> <p>3. <i>Product, price, promotion</i> dan <i>place</i></p> | Margin dan keputusan pengambilan |
| 7. | Alat Analisis | <p>1. Regresi Linier Sederhana dan Berganda</p> <p>2. Regresi Linier Berganda</p> <p>3. Regresi Linier Berganda</p> | Regresi Linier Sederhana |
| 8. | Hasil Penelitian | <p>1. Persepsi Nasabah dan margin masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan <i>Murābahah</i>.</p> <p>2. Variabel faktor syariah (X1) dan kelas sosial (X2) tidak berpengaruh. Untuk variabel kelompok refrensi (X3) dan variabel persepsi (X4) berpengaruh signifikan.</p> | Variabel tingkat margin berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pengambilan pembiayaan <i>murābahah</i> |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | 3. Variabel <i>product</i> , <i>price</i> dan <i>promotion</i> berpengaruh signifikan. Sedangkan variabel <i>place</i> tidak berpengaruh secara parsial. | |
|--|--|--|--|

C. Kerangka Konseptual

Terdapat dua hal yang membangun tema dari penelitian ini, yaitu rumusan masalah dan variabel penelitian. Kedua hal tersebut saling berhubungan, dan permasalahan yang ada dapat dijawab sementara dengan hipotesis. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah margin dan keputusan pengambilan.

Margin menjadi indikator yang disorot dalam penelitian ini. Hal tersebut disebabkan karena tingkat margin menjadi penentu harga jual *murābahah* yang ditawarkan oleh BMT. Pemahaman nasabah akan tingkat margin yang ditetapkan akan mendorong nasabah untuk lebih selektif terhadap berbagai alternatif produk pembiayaan yang tersedia dan mengambil keputusan untuk mengajukan pembiayaan *murābahah*.



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.⁴²

Dengan demikian ada keterkaitan antara perumusan masalah dengan hipotesis.

Untuk itu hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo.
2. H_1 : Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo.

Berdasarkan keterangan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada penelitian ini diduga margin berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo.

⁴² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Edisi Pertama (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 79.