FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH LEBIH BANYAK MENGGUNAKAN AKAD *MURABAHAH* DIBANDING AKAD *IJARAH* DALAM MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BMT AL-MAKMUR CUBADAK

SKRIPSI

Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

YUNI MARAFMI
NIM. 1830401166

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
1444 H / 2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Yuni Marafmi
NIM	:	1830401166
Tempat/Tanggal Lahir	:	Sumanik /04 Juni 1999
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul: **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Lebih Banyak Menggunakan Akad Murabahah Dibandingkan Akad Ijarah Dalam Melakukan Pembiayaan Di BMT Al-Makmur Cubadak"** adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka akan bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Batusangkar, Juli 2022

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL

D050CAJX011860452

Yuni Marafmi

1830401166

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing SKRIPSI atas Nama: **Yuni Marafmi** Nim: **1830401166** dengan judul: **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Lebih Banyak Menggunakan Akad Murabahah Dibandingkan Akad Ijarah Dalam Melakukan Pembiayaan Di BMT Al-Makmur Cubadak"** memandang bahwa SKRIPSI yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke Sidang *Munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, Juli 2022

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Elmiliyani Wahyuni, S, M.E.Sy
NIP. 198803302018012002

Pembimbing

Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 19731007 2002121 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Batusangkar

Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 19731007 2002121 001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Yuni Marafmi, NIM: 1830401166, judul: **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Lebih Banyak Menggunakan Akad *Murabahah* Dibandingkan Akad *Ijarah* Dalam Melakukan Pembiayaan Di BMR Al-Makmur Cubadak"** telah di uji dalam sidang *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar yang dilaksanakan Selasa, 09 Agustus 2022 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Perbankan Syariah

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. H. Rizal, M.Ag.,CRP	Ketua Sidang/ pembimbing		
2	Elmiliyani Wahyuni, M.E.Sy	Anggota/ Penguji I		19-08-2022
3	Widi Nopiardo, MA	Anggota/ Penguji II		18-08-2022

Batusangkar, Agustus 2022

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Rizal, M.Ag, CRP
NIP.19731007 20021 21001

PERSEMBAHAN

بسم الله الرحمن الرحيم

"Dengan segala puji dan syukur kuucapkan kepada Allah, Terimakasih, beribu terimakasihku kepada mu... tak kan bisa menyamai karunia yang diberi, meski hanya menggerakkan jari-jari ini keyboard dan membentuk rangkaian huruf. Karena atas izin dan karuniamulah maka skripsi ini dapat selesai dan atas dukungan orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampung dengan baik dan tepat waktu. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langka awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku."

Dengan sepenuh jiwa dan rasa syukurku yang tiada henti, skripsi ini kupersembahkan kepada:

Kedua orang tuaku tercinta

Yang selama ini mendoakanku agar bisa secepatnya selesai. Tanpa doa dan dukungan kedua orang tuaku, mungkin aku tidak bisa berada pada Titik ini.

Dengan gelar S.E yang sekarang mengikuti namaku ini Kupersembahkan hanya untukmu. Yang tiada pernah hentinya berdoa, Dorongan serta pengorbanan dan kasih sayangmu. Terimakasih bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu. Semoga berkah, semoga menjadi bekal yang besar untuk indahnya kehidupan kita di syurga nanti. Aamiin untukmu Ayah dan Ibu

RIWAYAT HIDUP

Nama	: Yuni Marafmi
Tempat/Tgl.Lahir	: Sumanik/04 Juni 1999
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Orang Tua	
Ayah	: Yusyafri Yusuf
Ibu	: Indriati
Alamat	: Supayang, Kecamatan Salimpaung, Kabupaten Tanah Datar
Email	: marafmiyuni@gmail.com
Riwayat Pendidikan	: 1. SDN 36 Supayang 2. MTsN Situmbuk 3. MAN 2 Tanah Datar 4. UIN Mahmud Yunus Batusangkar
Motto	: Gagal Hanya Akan Terjadi Jika Kita Menyerah

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirrabil"alamin, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat merasakan manisnya iman, sejuknya kehidupan dan indahnya ilmu pengetahuan. Berkat itu jualah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Lebih Banyak Menggunakan Akad *Murabahah* Di Bandingkan Akad *Ijarah* Dalam Melakukan Pembiayaan Di BMT Al-Makmur Cubadak" ini. Selanjutnya shalawat beserta salam senantiasa penulis tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang telah membawa cahaya kebenaran, sebagai suri tauladan dan telah meninggalkan dua pedoman hidup bagi umat manusia sebagai petunjuk ke jalan yang benar yaitu al-Qur'an dan Hadits.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Mahmud Yunus Batusangkar.

Penghargaan yang tak terhingga kepada kedua orang tua penulis Bapak Yusyafri Yusuf dan Ibu Indriati yang selalu menjadi kekuatan bagi penulis dalam menjalani dan menghadapi permasalahan hidup ini, yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik moril maupun materil. Terimakasih atas segalah doa dan kasih sayang yang tulus pada setiap langkah penulis. Semoga segala pengorbanan dan kasih sayang yang telah diberikan mendapatkan berkah dan ridho dari-Nya. Semoga harapan dan kebhagiaan beliau merupakan impian yang akan penulis wujudkan semoga penulis selalu diberi kekuatan oleh Allah untuk mewujudkannya.

Dalam menyusun skripsi ini dibantu oleh berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Marjoni Imamora, M.Sc selaku Rektor Uin Mahmud Yunus Batusangkar.
2. Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Mahmud Yunus Batusangkar sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan ilmunya dalam memberikan bimbingan, arahan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
3. Elmiliyani Wahyuni, ME., Sy selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Uin Mahmud Yunus Batusangkar. Sekaligus Penguji I yang telah memberikan masukan dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Inong Satriadi, S.Ag.,MA sebagai penasehat akademik yang telah memberikan motivasi dan dorongan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
5. Widi Nopiardo,MA selaku Penguji II yang juga telah memberikan masukan dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Uin Mahmud Yunus Batusangkar khususnya seluruh Dosen Jurusan Perbankan Syariah yang telah membekali ilmu kepada penulis.
7. Pimpinan BMT Al-Makmur Cubadak yang telah memberikan penulis kesempatan untuk melakukan penelitian di Lembaga yang beliau pimpin.
8. Seluruh staff karyawan/ karyawati BMT Al-Makmur Cubadak yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya selama penulis melakukan penelitian.

9. Seluruh teman-teman keluarga besar Jurusan Perbankan Syariah dan para sahabat seperjuangan terkhusus kepada Lisky Amelia, Lathifa Hilmi, dan Nida Oktavia.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan memberikan pahala atas semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis

Terakhir, penulis menyadari bahwa tak ada yang sempurna di dunia ini. Skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap masukan dan kritikan yang membantu kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, Aamiin.

Batusangkar, Agustus 2022

Penulis,

YUNI MARAFMI
NIM. 1830401150

ABSTRAK

Yuni Marafmi. NIM. 1830401166. Judul Skripsi "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Lebih Banyak Menggunakan Akad *Murabahah* Di Bandingkan Akad *Ijarah* Dalam Melakukan Pembiayaan Di BMT Al-Makmur Cubadak"** Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Mahmud Yunus Batusangkar.

Pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan akad *Murabahah* baik dari sisi internal maupun sisi ekternal. Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan akad *Murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak.

Jenis penelitian yag peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data penulis lakukan dengan cara observasi, wawancara langsung kepada direktur dan nasabah BMT Al-Makmur Cubadak untuk validasi data, dan dokumentasi dengan mempelajari data-data tertulis yang ada pada BMT Al-Makmur Cubadak yang terkait dengan penelitian penulis.

Hasil penelitian ini terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih akad pembiayaan *Murabahah* yaitu faktor profit faktor profit yaitu nasabah memilih pembiayaan *Murabahah* karena keuntungan yang di peroleh oleh pihak BMT tidak memberatkan nasabah. Faktor fasilitas, fasilitas yang di berikan oleh pihak BMT Al-Makmur Cubadak sangat membatu nasabah dalam melakukan pembayaran angsuran. faktor sosial yaitu nasabah memilih akad *Murabahah* karena referensi dari pihak luar, promosi yaitu promosi yang dilakukan oleh marketing untuk mengetahui tentang produk pembiayaan yang ada di BMT Al-Makmur Cubadak dan mendapat informasi dari mulut ke mulut, faktor produk bahwa nasabah memilih pembiayaan *Murabahah* karena banyak nya kebutuhan nasabah akan modal usaha dan konsumsi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah tersebut, dan pelayanan yaitu pelayanan yang dilakukan pihak BMT sangat baik sehingga nasabah nyaman dan betah melakukan transaksi di BMT. Sedangkan faktor internal meliputi sikap dan keyakinan yaitu sikap dan keyakinan yang berasal dari diri nasabah itu sendiri.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGESAHAN TIM PENGUJI

KATA PERSEMBAHAN

RIWAYAT HIDUP

KATA PENGANTAR ..... **i**

ABSTRAK ..... **iv**

DAFTAR ISI ..... **v**

DAFTAR TABEL ..... **vii**

DAFTAR GAMBAR ..... **viii**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 6
C. Rumusan Masalah Penelitian 6
D. Tujuan Penelitian 6
E. Manfaat dan Luaran Penelitian 6
F. Defenisi Operasional 7

BAB II KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori 9
1. Keputusan Nasabah 9
2. Pembiayaan *Murabahah* 20
3. Pembiayaan *Ijarah* 33
4. Keunggulan *Murabahah* dibandingkan *Ijarah* 44

B. Penelitian yang Relevan 46

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 49
B. Tempat dan Waktu Penelitian 49
C. Sumber Data 50
D. Teknik Pengumpulan Data 50
E. Teknik Analisis Data 51
F. Teknik Penjamin Keabsahan Data 52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil umum BMT Al-Makmur Cubadak 54
B. Hasil penelitian 54
   1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Akad *Murabahah* 59
C. Pembahasan 67

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 73
B. Saran 74

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan Realisasi Pembiayaan BMT Al-Makmur 2021 4
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian 51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Akad Yang Diminati Nasabah BMT Al-Makmur Cubadak 5
Gambar 2.1 Skema Akad *Murabahah* 29
Gambar 2.2 Skema Akad *Ijarah* 40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BMT Al-Makmur Cubadak 58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Tugas Pembimbing Proposal Skripsi 1
Lampiran 2 : Surat Penelitian Awal 2
Lampiran 3 : Surat Tugas Seminar Proposal 3
Lampiran 4 : Surat Tugas Pembimbing Skripsi 4
Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian 5
Lampiran 6 : Pedoman Wawancara 6

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat. Pemerintah mengeluarkan UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan syariah, yang menjadi tonggak awal beroperasinya perbankan syariah di Indonesia. Setelah pemerintah mengeluarkan UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan syariah kemudian pemerintah mengamandemen dengan UU No.10 Tahun 1998 tentang perbankan syariah. Seiring berkembangnya perbankan syariah, pada tahun 2008 pemerintah mengeluarkan UU baru yaitu UU No.21 Tahun 2008 yang resmi diberlakukan dan khusus mengatur perbankan syariah. Dengan berkembangnya perbankan syariah juga merambat ke sektor perkoperasian yang ditandai dengan munculnya BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*).

Perkembangan BMT saat ini tidak terlepas dari dukungan pemerintah dan lembaga keuangan terkait lainnya. Pemerintah misalnya, melalui UU No.1 Tahun 2013 tentang lembaga keuangan mikro, memberikan payung hukum atas keberadaan BMT ditengah-tengah masyarakat. Begitu juga dengan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) telah mengeluarkan aturan khusus mengenai perizinan dan kegiatan usaha BMT. Bahkan semenjak awalnya lembaga keuangan lainnya seperti PINBUK juga telah mewadahi untuk perlindungan terhadap BMT yang ada di wilayah Indonesia (Iska & Nengsih, 2016: 1).

BMT merupakan kependekan dari *Baitul Maal Wa Tamwil*. Istilah BMT menurut Heri Sudarsono (2004) dalam bukunya Bank dan Lembaga Keuangan Syariah mendefinisikan BMT ke dalam dua fungsi utama yaitu: *Bait al maal* dan *bait al tamwil. Bait al maal* sebagai lembaga yang mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit seperti Zakat, Infaq, dan, Sadaqah. Sedangkan, Bait *al tamwil* sebagai lembaga yang mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial (Sudarsono, 2004: 96).

Usaha-usaha tersebut sangat membatu perekonomian masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah. Oleh karena itu BMT sudah melekat dua ciri yaitu sosial dan bisnis. Sesuai dengan namanya BMT menjalankan usaha dalam bentuk sosial dan bisnis yang dijalankan secara seimbang.

Dalam UU No.1 Tahun 2013 tentang LKM, BMT merupakan lembaga keuangan yang harus memilih badan hukum yang cocok yang sesuai dengan kegiatan BMT. Adapun badan hukum yang ditawarkan adalah koperasi atau perseroan terbatas. Jika BMT memiliki badan hukum koperasi, maka segala kegiatan BMT harus di dasarkan pada UU Koperasi (UU No.25 Tahun 1995). Namun jika BMT memilih badan hukum PT. Maka BMT harus memakai UU mengenai PT (UU No.40 tahun 2004). Meskipun demikian struktur organisasi BMT yang paling sederhana dapat terdiri dari : Badan Pendiri, Badan pengawas, Anggota BMT, dan Badan Pengelola (Iska & Nengsih, 2016: 8).

BMT Al-Makmur merupakan salah satu badan usaha yang bergerak dalam usaha jasa keuangan yang terletak di jalan raya Batusangakar-Padang KM 5 jorong Supanjang Nagari Cubadak, Kecamatan Lima Kaum, Kabupaten Tanah Datar. Berdasarkan lokasi tersebut BMT Al-Makmur terletak pada lokasi yang strategis dan pangsa pasar yang mendukung. BMT Al-Makmur merupakan badan usaha yang berbentuk Koperasi Simpan Pinjam Pola Syariah.

Dalam operasionalnya BMT Al-Makmur Cubadak memiliki produk-produk penghimpunan dana dan pembiayaan. Produk penghimpun dana antara lain: simpanan wadiah/deposito berjangaka dan tabungan/ simpanan. Sedangkan untuk produk pembiayaan antara lain adalah: pembiayaan *Ijarah* dan pembiayaan *Murabahah*.

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri. Menurut fatwa DSN No.09/DSN/MUI/IV/2000, *Ijarah* merupakan akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui

pembayaran sewa/ upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan, tetapi hanya memindahkan hak guna saja dari yang menyewakan kepada penyewa (Santoso & Anik, 2015: 107).

Pada dasarnya terdapat kesepakatan para ulama dan ekonom muslim dalam subtansi pengertian *Murabahah*. Imam al-kasani menjelaskan *murabahah* adalah bentuk jual beli dengan diketahui harga pokok dengan adanya tambahan keuntungan tertentu atau margin. Ibnu abidin mengatakan bahwa *Murabahah* adalah menjual harta benda yang dimiliki dengan harga pokok pembelian plus dengan tambahan margin yang telah disepakati.

Sementara dalam Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, *Murabahah* merupakan produk finansial yang berbasis ba'i atau jual beli. Pengertian *Murabahah* ini diatur dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pasal 19 ayat (1) huruf d, dijelaskan bahwa *Murabahah* adalah "akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati" (Kalsum & Saputra, 2016: 4).

Prosedur untuk menjadi nasabah *Murabahah* di BMT Al-Makmur tidaklah sulit. Masyarakat yang ingin menjadi nasabah tinggal mendaftarkan diri ke BMT Al-Makmur cubadak yang kemudian ditindak lanjuti oleh pihak BMT Al-Makmur dengan survei ke tempat tinggal pemohon. Apabila disetujui, maka BMT Al-Makmur akan mencairkan dana kepada pemohon dalam bentuk uang tunai.

Kualitas pelayanan kepada nasabah juga sangat penting. Adapun pelayanan nasabah adalah rangkaian sikap dan perilaku petugas BMT dalam menerima kehadiran dan komunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tidak langsung. Dengan demikian kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas bank yang baik dan memuaskan akan memberikan rasa kepercayaan nasabah kepada pihak BMT.

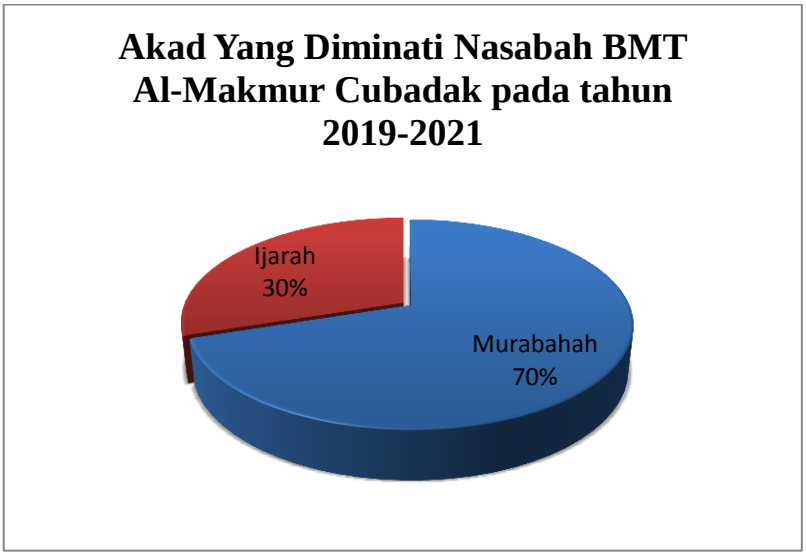
Tabel 1.1
Laporan Realisasi Pembiayaan
Tahun 2019 - Tahun 2021
BMT Al-Makmur

Thn	Murabahah		Ijarah		Total	
	Jumlah	Org	Jumlah	Org	Jumlah	Org
2019	909,599,500	149	121,900,000	18	1,031,499,500	167
2020	905,599,500	132	221,700,000	35	1,127,299,500	167
2021	828,499,500	105	363,500,000	49	1,191,999,500	154

Sumber: laporan realisasi pembiayaan BMT Al-Makmur 2021

Berdasarkan data tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah nasabah pembiayaan *Murabahah* mengalami penurunan selama tiga tahun terakhir yaitu dari tahun 2019 sebanyak 149 orang nasabah dengan jumlah pembiayaan Rp909,599,500, sampai pada tahun 2021 sebanyak 105 orang nasabah dengan jumlah pembiayaan Rp828,499,500 sedangkan pembiayaan *Ijarah* mengalami peningkatan yaitu dari dari tahun 2019 sebanyak 18 orang dengan jumlah pembiayaan sebanyak Rp121,900,000, sampai pada tahun 2021 sebanyak 49 orang dengan jumlah pembiayaan sebanyak Rp363,500,000. Dari data tersebut juga dapat dilihat bahwa pembiayaan yang paling banyak dilakukan oleh nasabah adalah pembiayaan *Murabahah* pada tahun 2021 sebanyak Rp.828,499,500. Sedangakan *ijarah* sebanyak Rp.363,500,000.

Perbandingan penggunaan akad *Murabahah* dan akad *Ijarah* yaitu berbanding 70% dan 30% seperti yang terlihat pada diagram berikut:



Gambar 1.1 akad yang diminati nasabah BMT Al-Makmur Cubadak

Hal ini menunjukkan bahwa permintaan masyarakat akan kebutuhan modal kerja, investasi, dan konsumsi juga lebih banyak. Masyarakat menyadari akan pentingnya keberadaan BMT Al-Makmur dalam meningkatkan ekonomi baik dalam menyimpan maupun dalam melakukan pembiayaan.

Berdasarkan hasil survei yang penulis lakukan, bahwa BMT Al-Makmur Cubadak dari tahun 2019 sampai 2021 ada 105 nasabah yang menggunakan akad *murabahah* yaitu untuk modal kerja dan konsumsi, sedangkan yang menggunakan akad *ijarah* ada sebanyak 49 orang nasabah.

Pada kenyataannya BMT Al-Makmur Cubadak menawarkan dua produk pembiayaan yang sama-sama diminati oleh nasabah yaitu pembiayaan dengan akad *Murabahah* dan pembiayaan dengan akad *Ijarah* yang dapat membantu perekonomian masyarakat, khususnya masyarakat sekitar. Namum masyarakat lebih banyak memilih pembiayaan dengan akad *Murabahah.* Hal tersebut yang perlu diketahui pertama kali adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah lebih banyak menggunakan akad *murabahah* baik dari sisi internal maupun dari sisi eksternal BMT.

Hal ini menjadi daya tarik peneliti untuk mengetahui lebih lanjut sejauh mana keputusan nasabah memilih produk *Murabahah*. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Lebih Banyak Menggunakan Akad *Murabahah* Dibandingkan Akad *Ijarah* Dalam Melakukan Pembiayaan Di Bmt Al-Makmur Cubadak"**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi fokus penelitian yang penulis lakukan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah lebih banyak menggunakan akad *murabahah* dibanding akad *Ijarah* dalam melakukan pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih akad *Murabahah* dibandingkan akad *Ijarah* dalam melakukan pembiayaan

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih akad *Murabahah* dibandingkan akad *Ijarah* dalam melalukan pembiayaan.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat penelitian
   a. Manfaat Secara Teoritis

      Diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan mahasiswa, masyarakat, akademis dan

organisasi baik melalui pemikiran atau pengembangan wawasan tentang perkembangan lembaga keuangan syariah. Khususnya untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah lebih banyak menggunakan akad *murabahah* dibandingkan akad *ijarah* dalam melakukan pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak.

b. Manfaat Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah lebih banyak menggunakan akad *murabahah* dibandingkan akad *ijarah* dalam melakukan pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak.

2. Luaran Penelitian

Adapun luaran dari penelitian ini diterbitkan pada jurnal ilmiah dan diterbitkan dalam bentuk buku.

F. Definisi Operasional

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri (Hudafi & Lakuanine, 2021: 49).

Murabahah adalah bentuk jual beli dengan diketahui harga pokok dengan adanya tambahan keuntungan tertentu atau margin. Ibnu abidin mengatakan bahwa *Murabahah* adalah menjual harta benda yang dimiliki dengan harga pokok pembelian plus dengan tambahan margin yang telah disepakati (Antonio, 2001:101).

Pembiayaan adalah dukungan pendanaan untuk kebutuhan atau pengadaan barang/aset/jasa tertentu yang mekanisme umumnya melibatkan tiga pihak yaitu pihak pemberi pendanaan, pihak penyedia barang/aset/jasa tertentu, dan pihak yang memanfaatkan barang/aset/jasa tertentu.

Pembiayaan *Ijarah* adalah pembiayaan berupa talangan dana yang dibutuhkan nasabah untuk membeli suatu barang atau jasa dengan kewajiban menyewa barang tersebut sampai jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan, pada akhir jangka waktu kepemilikan barang tersebut dihibahkan kepada nasabah atau dibeli oleh nasabah, bank memperoleh keuntungan melalui pembelian dari pemasok dan sewa dari nasabah

Pembiayaan *Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan atau *margin* yang disepakati. Dalam jual beli ini penjual harus tahu harga pokok pembelian barang dan menentukan tingkat tertentu sebagai tambahan dan menjelaskan kepada pembeli. *Murabahah* menekankan adanya pembelian komoditas berdasarkan permintaan nasabah, bukan hanya pinjaman semata sebagaimana dalam sistem kredit dipebankan konvensional (Justisia, 2014: 523).

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Keputusan Nasabah

a. Pengertian pengambilan keputusan

Pengambilan keputusan (*desicion making*) adalah melakukan penilaian dan menjatuhkan sebuah pilihan. Keputusan ini diambil setelah melalui beberapa perhitungan dan pertimbangan-pertimbangan dari beberapa alternatif.

Menurut Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, pengambilan keputusan (decision making) merupakan pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini meliputi dua alternatif atau lebih karena seandainya hanya terdapat satu alternatif tidak akan ada keputusan yang akan diambil.

Pengambilan keputusan merupakan sebuah proses dinamis yang dipengaruhi oleh banyak kekuatan termasuk lingkungan organisasi dan pengetahuan, kecakapan dan motivasi. Pengambilan keputusan adalah ilmu dan seni pemilihan alternatif solusi atau alternatif tindakan dari sejumlah alternatif solusi dan tindakan yang tersedia guna menyelesaikan masalah (Riadi, 2018: 1).

Secara umum pengambilan keputusan telah dikemukakan oleh beberapa ahli diantaranya adalah George R.Terry mengemukakan bahwa pengambilan keputusan sebagai sebagai pemilihan yang didasarkan pada ktiteria tertentu atas alternatif yang mungkin. Sedangkan Claude. S.George,Jr mengatakan bahwa proses pengambilan keputusan dikerjakan oleh kebanyakan manajer berupa suatu kegiatan pemikiran yang termasuk pertimbangan, pemilihan diantara sejumlah alternatif. (haudi , 2021: 1)

Menurut Suharman (2015) pengambilan keputusan adalah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan diantara

situasi-situasi yang tidak pasti. Menurut Baron dan Byre (2015) pengambilan keputusan adalah suatu proses melalui kombinasi individu atau kelompok dan mengintegrasi informasi yang ada dengan tujuan memilih satu dari berbagai kemungkinan tindakan (Hafizhudin & Afriansyah, 2019: 1).

Menurut Simon (1993) pengambilan keputusan adalah suatu bentuk pemilihan dari berbagai alternatif tindakan yang mungkin dipilih yang prosesnya melalui mekanisme tertentu dengan harapan akan menghasilkan suatu keputusan yang terbaik (Hafizhudin & Afriansyah, 2019: 1).

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa pengambilan keputusan harus melakukan pertimbangan-pertimbangan dari beberapa pilihan yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu atas alternatif yang memungkinkan.

b. Strategi pengambilan keputusan

Menurut Oteng Sutisna (2012) pengambilan keputusan dilaksanakan dengan urutan-urutan proses sebagai berikut:

1) Identifikasi masalah

Sebelum suatu tindakan diambil, perlu untuk menentukan secara khusus masalahnya, menganalisis situasi yang ada, mengembangkan alternatif-alternatif ini, dan memelihara rangkaian tindakan yang paling baik.

2) Analisis situasi dan perumusan masalah

Analisis dan perumusan masalah melibatkan suatu usaha yang sistematis untuk menyajikan fakta, opini, ide, tentang situasi yang ada bila itu diketahui dan perkiraan tentang situasi itu bila fakta, opini, ide itu sukar untuk diperoleh.

3) Pengembangan dan analisis alternatif-alternatif

Dalam langkah ini administrator diminta kesanggupannya untuk mengetahui cukup banyak alternatif-alternatif yang mungkin dapat digunakan.

4) Pengambilan keputusan

Memilih alternatif yang paling baik. Tahapan ini memerlukan keterampilan yang sama seperti langkah pertama yaitu, pertimbangan yang baik (haudi , 2021: 23).

c. Perilaku nasabah

Perilaku konsumen tidak secara langsung dapat dikendalikan oleh perusahaan. oleh karena itu perusahaan (dalam hal ini perbankan syariah) memerlukan sebuah manajemen dalam pemasaran yang bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai hal yang dibutuhkan oleh konsumen serta bagaimana cara pemenuhanya diwujudkan (Zein, 2018:224).

Perilaku konsumen yang tidak dapat secara langsung dikendalikan oleh perusahaan perlu di cari indormasinya semaksimal mungkin. Banyak perilaku konsumen yang dikemukakan oleh para ahli, salah satunya yang didefinisikan oleh Engel dan kawan-kawan(1994) yang mengatakan bahwa perilaku konsumen didefinisikan sebagai suatu tindakan indifidu secara langsung terlibat dalam usaha memperolehnya, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Paul Petter dan Jerry C.Olson memberikan definisis perilaku nasabah sebagai konsumen bank yaitu interaksi dinamis antara pengaruh dan koqnisi, perilaku dan kejadian disekitar kita, yaitu tempat manusia melakukan aspek pertukaran didalam hidup mereka. Sedangkan menurut Alex S Nitisemito, perilaku nasabah adalah ilmu yang yang mencoba mempelajari tingkah laku nasabah sebagai konsumen bank dalam arti tindakannya untuk membeli suatu barang atau jasa perbankan.

Perilaku konsumen seperti yang didesinisikan oleh Schiffman dan Kanuk (2000) adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi,

dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.

Perilaku nasabah mengacu pada perilaku nasabah yang ditunjukkan oleh para individu dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Secara garis besar perilaku konsumen mencakup aktifitas fisik dan mental berkenaan dengan proses mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghentikan pemakaian, jasa, ide, dan atau pengalaman tertentu (Rofiani, 2009:149).

Pada saat membuat sebuah keputusan seorang konsumen akan memilih suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu konsumen memerlukan sejumlah informasi tentang produk tersebut, sehingga akan berakhir pada keputusan pembelian. Secara umum urutan proses pengambilan sebuah keputusan adalah pengenalan kebutuhan, pencairan informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Zein, 2018: 224).

d. Tahap-tahap pengambilan keputusan

Adapun tahap-tahap yang dilakukan nasabah sebelum mengambil keputusan pembelian adalah

1) Pengenalan kebutuhan. Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu kebutuhan. Jika kebutuhan diketahui maka konsumen akan serta memahami kebutuhan yang belum perlu segera dipenuhi atau masalah dapat ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan yang sama-sama harus segera dipenuhi. Jadi pada tahap inilah proses pembelian mulai dilakukan.
2) Pencarian informasi nasabah. Seorang konsumen yang telah mengetahui kebutuhannya dapat atau tidak dapat mencari informasi lebih lanjut jika dorongan kebutuhan itu kuat, jika tidak kuat maka maka kebutuhan konsumen itu hanya akan

menjadi ingatan belakang. Konsumen mungkin melakukan pencarian lebih banyak atau segera aktif mencari informasi yang mendasari kebutuhan.

3) Evaluasi alternatif. Nasabah akan berupaya untuk mengurangi perasaan ketidak pastian, mereka mungkin akan mencari berbagai informasi yang bersifat internal maupun eksternal.
4) Keputusan pembelian. Seorang calon nasabah harus mengambil keputusan. Keputusan tersebut mungkin berupa memilih salah satu alternatif yang ada.
5) Konsumsi pasca pembelian dan evaluasidengan asumsi bahwa pengambilan keputusan, maka persoalan kepuasan atau tidak puasan dari pembelian akan tetap ada (Sudaryono, 2014: 218)

e. Kriteria Etika Dalam Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dapat menggunakan beberapa kriteria pengambilan keputusan beretika diantaranya: (Putri , 2021,: 23)

1) Paham manfaat

Kriteria pertama berdasarkan semata-mata atas hasil atau konsekuensi dari sebuah keputusan. Paham manfaat ini menunjukkan bahwa keputusan di ambil untuk mengasilkan kebaikan/manfaat.

2) Fokus pemenuhan hak

Pengambilan keputusan yang berlandaskan etika menurut pandangan ini menandakan bahwa proses pengambilan keputusan, sebuah keputusan harus memberikan tempat bagi penghargaan dan perlindungan atas hak mendasar individu. Dimana hak-hak tersebut dapat berupa hak atas kebebasan pribadi, kemerdekaan mengemukakan pendapat, dan hak untuk mendapatkan perlakuan dan lingkungan kerja yang layak.

3) Berdasarkan perimbangan keadilan

Pengambilan keputusan yang berlangsung di organisasi dilakukan dengan menekankan pada pentingnya penerapan aturan main yang jelas, adil, dan tidak memihak satu pihak tertentu. Menutur pandangan ini etika pengambilan keputusan merupakan kasus penentuan posisi yang tepat mengenai bagaimana sebuah keputusan akan menghasilkan keseimbangan distribusi manfaat atau keuntungan dan juga biaya serta risiko secara merata diseluruh organisasi.

4) Fokus pemenuhan kewajiban

Organisasi didirikan untuk memenuhi dua tujuan: pencapaian tujuan pribadi dan tujuan sosial atau umum. Pandangan kedua menghasilkan konsep social/corporate responsibility. Organisasi yang efektif dapat dipastikan memiliki kemampuan tinggi dalam menyeimbangkan pencapaian dan tujuan. Tanggung jawab organisasi terhadap masyarakat sesungguhnya sama besar nilainya dengan tanggung jawab mereka terhadap pemilik organisasi.

5) Pandangan terhadap efek reputasi

Salah satu pengaruh penting penerapan pertimbangan etika dalam pengambilan keputusan adalah untuk meraih efek reputasi organisasi.

f. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah

Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, terdapat sejumlah faktor eksternal dan internal yang memberikan pengaruh kepada keputusan nasabah (Supranto & Limakrisna, 2011: 17) Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah:

1) Faktor eksternal

a) Faktor profit (laba)

Dalam faktor profit salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam transaksi di lembaga keuangan syariah adalah sistem bagi hasil yang digunakan. Bagi hasil dalam konteks ini adalah besarnya imbalan yang diterima nasabah atas penempatan sejumlah dana baik melalui produk tabungan, deposito maupun giro serta bagi hasil yang ditetapkan dalam rangka pembiayaan.

b) Faktor pelayanan

Pelayanan merupakan syarat utama bagi kelangsungan hidup suatu lembaga keuangan. Dengan pelayanan serta kenyamanan yang diberikan kepada nasabah akan menentukan laju pertumbuhan suatu lembaga keuangan (Supranto & Limakrisna, 2011: 17).

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri (Kanedi, Utami, & Zulita, 2017: 38).

Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan kepada konsumen (Kanedi, Utami, & Zulita, 2017: 38).

Secara etimologis, kamus besar bahasa indonesia menyatakan pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. (Kanedi, Utami, & Zulita, 2017: 39).

c) Faktor fasilitas

Menurut Tjibtono fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas juga dapat berupa segala sesuatu yang dapat memudahkan konsumen dalam mendapatkan kepuasan. Fasilitas dalam hal ini dapat berupa ketersediaan anjungan tunai mandiri (ATM), jaringan yang lancar, dan lain sebagainya.

d) Faktor produk

Produk biasanya selalu dikaitkan dengan kualitas produk. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan memiliki nilai jual yang tinggi dari produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan atau lembaga keuangan memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing (Zein, 2018: 225).

e) Faktor sosial

Faktor sosial adalah salah satu faktor yang memiliki pengaruh sangat signifikan terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat. Faktor sosial ini terdiri kelompok referensi, keluarga, peranan dan status. Yang dimaksud kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap seseorang (Nitisusastro, 2013: 195).

f) Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengenalkan suatu barang atau jasa, hingga bisa menarik minat masyarakat (pembeli). Menurut Fandi Tjiptono promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan (Shaid, 2022: 1).

Promosi adalah kegiatan marketing mix yang terakhir dan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Dengan digunakannya promosi, maka lembaga keuangan dapat menginformasikan segala jenis produk yang di tawarkan dan menarik calon nasabah yang baru. Terdapat empat sarana promosi yang dapat digunakan oleh lembaga keuangan yaitu (Khasanah, 2019: 22) :

1) Periklanan

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh lembaga keuangan guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabah. Promosi yang menggunakan iklan dapat dilakukan dengan cara pemasangan billboard dijalan-jalan, pencetakan brosur, dan pemasangan spanduk di lokasi yang strategis.

2) Promosi penjualan

Promosi penjualan dilakukan guna untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Tujuan adanya promosi penjualan yaitu meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Cara yang digunakan oleh lembaga keuangan untuk melakukan promosi penjualan yaitu pemberian insentif kepada setiap nasabah yang

memiliki simpanan dengan saldo tertentu, pemberian kenang-kenangan kepada nasabah yang loyal, dan promosi penjualan lainnya.

2) Faktor internal

a) Motivasi

Secara makna motivasi adalah hasrat atau dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan sesuatu tindakan dengan tujuan tertentu (Al-Amin, 2022: 1)

b) Sikap dan keyakinan

Sikap adalah suatu evaluasi ata perasaan dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Sikap menempatkan seseorang kedalam suatu pemikiran untuk menyukai atau tidak menyukai suatu objek. Keyakinan adalah pemikiran yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Keyakinan yang di formulasikan seseorang tentang produk atau jasa tertentu. Sikap dan keyakinan akan mengarahkan seseorang untuk berperilaku konsisten terhadap produk atau jasa sehingga sikap nasabah untuk memilih suatu produk atau jasa tersebut akan memengaruhi nasabah untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Karena sikap dipengaruhi keyakinan, begitu juga sebaliknya keyakinan menentukan sikap (Khasanah, 2019: 25).

Menurut Tjiptono (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah ikatan emosional yang terjalin antara konsumen dan produsen setelah konsumen menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa produk atau jasa tersebut memberikan nilai tambah. Dimensi nilai terdiri dari empat yaitu: (Melinda, 2020: 57).

1) Nilai emosional, utilitas yang berasal dari perasaan atau efektif atau emosi positif yang ditimbulkan dari mengkonsumsi

produk. Jika konsumen mengalami perasaan positif pada saat membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa maka produk tersebut memberikan nilai emosional. Pada intinya nilai emosional berhubungan dengan perasaan, yaitu perasaan positif apa yang akan dialami konsumen pada saat menggunakan suatu produk atau jasa.

2) Nilai sosial, utilitas yang didapat dari kemampuan produk atau jasa untuk meningkatkan konsep diri- sosial konsumen. Nilai sosial merupakan nilai yang dianut oleh sorang konsumen, mengenai apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk oleh konsumen.
3) Nilai kualitas, utilitas yang didapat dari produk karena reduksi biaya jangka panjang dan biaya jangka pendek.
4) Nilai fungsional, adalah nilai yang diperoleh dari atribut produk yang memberikan kegunaan (utility) fungsional kepada kepada konsumen. Nilai ini berkaitan dengan fungsi yang diberikan oleh produk untuk layanan kepada konsumen.

Sedangkan menurut Sangadji dan Sopiah (2013) ada tiga faktor utama penentu kuputusan konsumen yaitu faktor psikologi, faktor situasional, dan faktor sosial (Amini, 2020: 18)

1) Faktor psikologis

Faktor ini mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepribadian. Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sedangkan sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam situasi dan kondisi tertentu secara konsisten. Sikap mempengaruhi kepercayaan dan kepercayaan mempengaruhi sikap. Kepribadian merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen.

2) Faktor situasional

Faktor ini mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu belanja, penggunaan produk, dan kondisi saat pembelian. Keadaan sarana dan prasarana tempat belanja mencakup tempat parkir, gedung, eksterior dan interior toko, pendingin udara, penerangan, tempat ibadah dan sebagainya.

3) Faktor sosial

Faktor sosial berasal dari suatu tatanan hubungan-hubungan sosial dalam masyarakat yang menempatkan pihak dan posisi tertentu berdasarkan suatu sistem nilai dan norma yang berlaku pada masyarakat.

2. **Pembiayaan *Murabahah***

a. Pengertian

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

Menurut Undang Undang perbankan No.10 Tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Dalam Bank Syariah pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan pada prinsip syariah. Aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan prinsip islam (Ulpah, 2020: 149).

Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam *al- Murabahah*, penjual harus memberi tahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. (Antonio, 2001: 101). Imam Al-Kasani menjelaskan, *Murabahah*

adalah bentuk jual beli dengan diketahui harga pokok dengan adanya tambahan keuntungan tertentu. menurut Ibnu Abidin menyatakan bahwa *Murabahah* adalah menjual harta benda yang dimiliki dengan harga pokok pembelian plus dengan tambahan margin yang disepakati mereka. (Kalsum & Saputra, 2016: 4).

Murabahah merupakan jual beli amanah. Karena pembeli memberikan amanah kepada penjual untuk memberi tahukan harga pokok barang tanpa bukti tertulis. Atau dalam kata lain penjual tidak boleh mengkhianati pembelinya. Allah SWT berfirman dalam Q.S al-Anfal ayat 27:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَخُونُواْ ٱللَّهَ وَٱلرَّسُولَ وَتَخُونُوٓاْ أَمَٰنَٰتِكُمۡ
وَأَنتُمۡ تَعۡلَمُونَ ٢٧

"*hai orang-orang yang beriman, jangan lah kamu menghianati Allah dan rasulnya, dan jangan lah kamu mengkhianati amanah-amanah yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui".*

Berdasarkan terjemahan ayat diatas, maka apabila terjadi jual beli *Murabahah* dan terdapat cacat terhadap barang, maka dalam hal ini terdapat dua pendapat ulama fiqih, yaitu menurut ulama Hanafiyyah, penjual tidak perlu menjelaskan adanya cacat pada barang, karena cacat pada barang tersebut merupakan bagian dari harga barang tersebut, sedangkan Jumhur Ulama tidak membolehkan menyembunyikan cacat pada barang karena itu semua termasuk berkhianat (Setiady, 2014: 522).

b. Jenis *Murabahah*

Murabahah terbagi menjadi beberapa jenis diantaranya:

1) *Murabahah* dengan pesanan

Dalam *murabahah* jenis ini, penjual melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari pembeli. *Murabahah* dengan pesanan bersifat mengikat atau tidak

mengikat pembelinya untuk membeli barang yang dipesannya. Kalau bersifat mengikat berarti pembeli harus membeli barang yang dipesannya dan tidak dapat membatalkan pesanannya.

2) *Murabahah* tanpa pesanan

Dalam *Murabahah* jenis ini bersifat tidak mengikat. *Murabahah* tanpa pesanan maksudnya, ada yang pesan atau tidak ada yang pesan, bank syariah akan tetap menyediakan barangnya dagangnya. Penyediaan barang tidak berpengaruh atau terkait langsung dengan ada tidaknya pembeli (Kalsum & Saputra, 2016:5)

Penyediaan barang yang dilakukan bank Bank Syariah dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain:

a) Membeli barang jadi kepada produsen (prinsip *Murabahah*)
b) Memesan kepada produsen dengan pembayaran yang dilakukan secara keseluruhan setelah akad (prinsip *salam*)
c) Memesan kepada produsen dengan pembayaran yang dilakukan didepan selama dalam masa pembuatan atau setelah penyerahan barang (prinsip *istishna*)
d) Merupakan barang-barang dari persediaan *Mudharabah* dan *Musharakah* (Nasution, 2021:141).

Pembiayaan *Murabahah* terbagi kepada tiga jenis sesuai dengan pembentukannya, yaitu: *pertama*, *Murabahah* Modal Kerja (MMK), yang diperuntukkan untuk pembelian barang-barang yang akan digunakan sebagai modal kerja. *Kedua*, *Murabahah* Investasi (MI), adalah pembiayaan jangka menegah atau panjang yang tujuannya untuk pembelian barang modal yang diperlukan untuk rehabilitasi, perluasan, atau pembuatan proyek baru. *Ketiga*, *Murabahah* Konsumsi (MK) adalah pembiayaan perorangan untuk tujuan non-bisnis termasuk pembiayaan pemilikian rumah, mobil, dan lain-lain. Pembiayaan konsumsi biasaya digunakan untuk membiayai pembelian barang konsumsi dan barang tahan lama

lainnya. Jaminan yang digunakan biasanya berwujud objek yang dibiayai, tanah dan bangunan tempat tinggal ataupun kendaraan (Kalsum & Saputra, 2016: 5).

c. Syarat *Murabahah*

Ada beberapa syarat dalam *murabahah*, diantaranya yaitu:

1) Penjual memberi tahu biaya modal kepada nasabah
2) Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan
3) Kontrak harus bebas dari riba
4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat pada barang sesudah pembelian
5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang (Antonio, 2001: 102).

Syarat diatas hanya berlaku untuk barang atau produk yang yang telah dikuasi atau telah dimiliki oleh penjual pada waktu negosiasi dan berkontrak. Jika produk tersebut tidak dimiliki penjual, sistem yang digunakan adalah *murabahah* pesanan. Hal ini terjadi karena sipenjual hanya semata-mata memenuhi kebutuhan pembeli yang memesannya (Antonio, 2001: 103).

Secara lengkap sistem jual beli ini dapat dijelaskan sebagai berikut: (Antonio, 2001: 103).

a) Tujuan *Murabahah* Kepada Pemesanan Pembelian (KPP)

Ide tentang jual beli *Murabahah* KPP berakar pada dua alasan sebagai berikut

Pertama, mencari pengalaman. Satu pihak yang berkontrak (pemesan pembelian) meminta pihak lain (pembeli) untuk membeli suatu aset. Pemesanan berjanji untuk ganti membeli aset tersebut dan memberinya keuntungan. Pemesanan memilih sistem jual beli ini, yang biasanya

dilakukan secara kredit, lebih karena ingin mencari informasi dibanding alasan kebutuhan yang mendesak terhadap tersebut.

Kedua, mencari pembiayaan, dalam operasi pembiayaan syariah, motif pemenuhan pengadaan aset atau modal kerja merupakan alasan utama yang mendorong datang ke bank. Pada gilirannya, pembiayaan yang di berikan akan membantu memperlancar arus kas yang bersangkutan.

Cara menjual secara kredit sebenarnya bukan bagian dari syarat sistem *Murabahah* dan *Murabahah* KPP. Meskipun demikian, transaksi secara angsuran ini mendominasi praktik pelaksanaan *Murabahah* tersebut. Hal ini karena memang seseorang tidak akan datang ke bank kecuali untuk mendapat pembiayaan dan membayar secara angsur (Antonio, 2001: 103).

b) Jenis *Murabahah* Kepada Pemesanan Pembelian (KPP)

Janji pemesan untuk membeli barang dalam *Bai' al-Murabahah* bisa merupakan janji yang mengikat, bisa juga tidak mengikat. Para ulama syariah terdahulu sepakat bahwa pemesanan tidak boleh di ikat untuk memenuhi kewajiban membeli barang yang telah dipesan itu. Dewasa ini, *The Islamic Fiqih Academy* juga menetapkan hukum yang sama. Alasannya pembeli barang pada saat awal telah memberikan pilihan kepada pemesan untuk tetap membeli barang itu atau menolaknya.

Penawaran untuk nantinya tetap membeli atau menolak dilakukan karena pada saat awal transaksi orang tersebut tidak membeli barang yang hendak dijualnya. Menjual barang yang tidak dimilki adalah tindakan yang dilarang syariah karena termasuk *bai' al-fudhuli*. Para ulama terdahulu telah memberikan alasan secara rinci mengenai pelarangan tersebut. Akan tetapi beberapa ulama modern menunjukkan bahwa

konteksi jual beli *Murabahah* jenis ini dimana belum ada barang berbeda dengan menjual tanpa kepemilikan barang. Mereka berpendapat bahwa janji untuk membeli barang tersebut bisa mengikat pesanan. Terlebih lagi bila si nasabah bisa pergi begitu saja akan sangat merugikan pihak bank atau penyedia barang. Barang sah dibeli sesuai dengan pesananya, tetapi ia meninggalkan begitu saja. Oleh karena itu para ekonom dan ulama kontemporer menetapkan bahwa nasabah terikat hukumnya. Hal ini demi menghindari *kemudharatan* (Antonio, 2001: 103).

c) *Murabahah* KPP Yang Disertai Kewajiban Dan Memiliki Dampak Hukum

Jika pembeli menerima permintaan pemesanan suatu barang atau aset, ia harus membeli aset yang dipesan tersebut serta menyempurnakan kontrak jual beli yang sah antara dia dan pedangang barang itu. Pembelian ini di anggap pelaksanaan janji yang mengikat secara hukum antara pemesan yang harus menerimanya.

Pembeli menawarkan aset itu kepada pemesan yang harus menerimanya demi janji yang mengikat secara hukum. Kedua bela pihak, pembeli dan pemesan, harus membuat sebuah kontrak jual beli.

Dalam jual beli ini, pembeli di bolehkan meminta pemesan mebayar uang muka atau tanda jadi saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan. Uang muka adalah jumlah uang yang dibayar oleh pemesan yang menunjukkan bahwa ia bersungguh- sungguh atas pesananya tersebut. Bila kemudian pemesan menolak untuk membeli aset tersebut biaya riil pembeli harus dibayar dari uang muka. Bila uang muka tersebut lebih sedikit dari jumlah kerugian yang

harus ditanggung oleh pembeli, pembeli dapat meminta lagi sisa kerugiannya pada pemesan.

Beberapa lembaga keuangan syariah menggunakan istilah *arboun* sebagai kata lain dari uang muka. Dalam *Yurisprudensi* Islam, arboun adalah jumlah uang yang dibayar dimuka kepada penjual. Bila pembeli memutuskan untuk tetap membeli barang tersebut, ia tinggal membeli sisa harga. Bila ia batal membeli uang mika tersebut akan hangus dan menjadi milik penjual.

Dengan demikian, seluruh uang arboun akan menjadi milik pembeli (penerima pesanan) yang telah memberikan barang tersebut. Adapun uang muka yang diperhitungkan adalah sesuai jumlah kerugian aktual pembeli. Bila uang muka melebihi kerugian, pembeli (penerima pesanan) harus mengembalikan kelebihan itu kepada pemesan (Antonio, 2001: 104).

d) Aplikasi Dalam Lembaga Keuangan

Murabahah KPP umumnya dapat diterapkan pada produk pembiayaan untuk pembelian barang-barang investasi, baik domestik maupun luar negeri, seperti melalui l*etter off credit*. Skema ini paling banyak digunakan karena sederhana dan tidak terlalu asing bagi yang sudah terbiasa bertransaksi dengan dunia perbankan pada umumnya.

Kalangan perbankan syariah di indonesia banyak menggunakan *al-Murabahah* secara berkelanjutan (*roll over/evergreen*) seperti untuk modal kerja, padahal *al-Murabahah* adalah kontrak jangka pendek dengan sekali akad *(one short deal*). *Al-Murabahah* tidak dapat diterapkan untuk skema modal kerja. Akad *Mudharabah* yang sesuai untuk sistem tersebut. Hal ini mengingat prinsip *Mudharabah* memiliki fleksibilitas yang sangat tinggi (Antonio, 2001: 106).

d. Rukun *Murabahah*

Beberapa rukun *Murabahah* diantaranya:

1) Penjual

Penjual adalah pihak Bank yang membiayai pembelian barang yang diperlukan oleh nasabah pemohon pembiayaan dengan sistem pembayaran yang ditangguhkan. Biasanya dalam aplikasinya Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank itu sendiri, walaupun terkadang Bank menggunakan media akad *Wakalah* dalam pembelian barang, dimana nasabah sendiri yang membeli barang yang diinginkan atas nama Bank.

2) Pembeli

Pembeli dalam pembiayaan *Murabahah* adalah nasabah yang mengajukan permohonan pembiayaan ke Bank.

3) Objek Jual Beli

Dalam permohonan pembiayaan *Murabahah* sebagian besar nasabah lebih memilih barang-barang yang bersifat konsumtif untuk pemenuhan kebutuhan produksi seperti rumah, tanah, mobil, motor, dan sebagainya. Namun terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan terkait mengenai syarat barang yang menjadi objek akad diantaranya, suci, manfaat menurut syara', dapat dipindah tangakan atau diserahkan, milik sendiri, diketahui (dapat dilihat).

4) Ijab Qabul

Dalam perbankan syariah segala operasionalnya mengacu kepada hukum islam, maka akad yang dilakukan juga memiliki konsekuensi dunia dan akhirat. Dalam akad biasanya memuat tentang spesifikasi barang yang di inginkan nasabah, kesediaan pihak bank syariah dalam penyediaan barang, juga pihak perbankan syariah harus memberitahukan harga pokok pembelian dan jumlah keuntungan yang ditawarkan kepada

nasabah (terjadi penawaran), kemudian penentuan lama angsuran apabila terdapat kesepakatan *Murabahah* (Nasution, 2021:139).

e. Manfaat dan Resiko Pembiayaan *Murabahah*

Sesuai dengan sifat bisnis (*tijarah*), transaksi *Bai' al-Murabahah* memiliki beberapa manfaat. *Bai' al-Murabahah* memberi banyak manfaat kepada lembaga keuangan syariah salah satunya adalah adanya keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dari penjualnya dengan harga beli kepada nasabah. Selain itu *bai'al-Murabahah* juga sangat sederhana. Hal tersebut sangat memudahkan administransinya di lembaga keuangan syariah.

Ada beberapa risiko yang harus diantisipasi dalam pembiayaan *Murabahah* diantaranya:

1) *Defauld* atau kelalaian, nasabah sengaja tidak membayar angsuran.
2) Fluktuasi harga komparatif. Ini terjadi apabalia harga suatu barang di pasar naik setelah Bank membelikannya untuk nasabah. Bank tidak bisa mengubah harga jual tersebut.
3) Penolakan nasabah, barang yang dikirim bisa saja ditolak oleh nasabah karena berbagai sebab. Bisa jadi rusak dalam perjalanan sehingga nasabah tidak mau menerimanya, karena itu sebaiknya dilindungi oleh asuransi.
4) Dijual, karena murabahah bersifat jual beli dengan hutang, maka ketika kontrak ditandatangani, barang itu menjadi milik nasabah. Nasabah bebas melakukan apapun terhadap aset milik nya tersebut, termasuk untuk menjualnya. Jika terjadi demikian risiko untuk *defauld* akan semakin besar (Antonio, 2001: 107).

f. Skema *Murabahah* Bank Syariah

Murabahah dalam kontek lembaga keuangan syariah adalah akad jual beli antara lembaga keuangan dengan nasabah atas suatu jenis barang tertentu dengan harga yang di sepakati bersama.

Lembaga keuangan akan mengadakan barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah dengan harga setelah ditambah keuntungan yang disepakati (Mustofa, 2016: 71).

Jual beli *Murabahah* dalam praktik lembaga keuangan syariah biasanya di sertai dengan akad *Wakalah*. *Wakalah* dimana nasabah menjadi wakil dari lembaga keuangan untuk mencari dan membeli barang yang sesuai dengan spesifikasi yang di ajukan oleh nasabah.

Murabahah dalam praktek lembaga keuangan syariah, prinsipnya di dasarkan pada dua elemen pokok harga beli serta biaya yang terkait dan kesepakatan atas laba yang diperoleh oelh lebaga keuangan. Ciri dasar akad Murabahah dalam lembaga keuangan syariah adalah sebagai berikut (Khasanah, 2019: 35) :

1) Pembeli harus mengetahui tentang biaya-biaya terkait dengan harga asli barang, batas laba harus ditetapkan dalam bentuk persentase dari total harga ditembah biaya-biaya.
2) Apa yang dijual adalah barang yang dibayar dengan uang.
3) Barang yang diperjual belikan harus ada dan dimiliki oleh penjual, dan penjual harus mampu menyerahkan barang tersebut kepada pembeli.
4) Pembayaran ditangguhkan, dalam hal ini pembeli hanya membayar uang muka yang besar dan nominalnya ditentukan dan disepakati bersama antara nasabah dengan lembaga keuangan.

Untuk menejelaskan aplikasi jual beli *Murabahah* di lembaga keuangan syariah, berikut skema dan alurnya (Baits, 2021: 1).

Gambar 2.1: skema akad *Murabahah*

Ada tiga pihak yang terlibat dalam transaksi ini yaitu pemesan (nasabah), penjual barang (contoh: dealer), dan lembaga keuangan (Bank). Kemudian, ada dua akad transaksi yang dilakukan yaitu, akad jual beli antara nasabah dengan lembaga keuangan, dan akad jual beli antara lembaga keuangan dengan penjual barang.

Dari skema diatas, tahapan transaksi yang dilakukan lembaga keuangan syariah dalam *Murabahah* adalah:

1) Nasabah mengajukan permohonan untuk pengadaan barang, dan pihak bank melakukan observasi mengenai kelayakan nasabah.
2) Jika permohonan nasabah diterima, bank melakukan transaksi jual beli dengan nasabah. Nasabah membayar uang muka, selebihnya akan dibayar dengan cara angsuran selama rentang waktu yang ditetapkan oleh lembaga keuangan.
3) Bank membeli barang ke penjual barang secara tunai, dan agar langsung di antar kepada nasabah.
4) Setelah barang dikirim nasabah berkewajiban membayar angsuran kepada lembaga keuangan.
5) Lembaga keuangan mendapat keuntungan dari selisih antara harga penjual barang dengan harga nasabah.

g. Prinsip *Murabahah*

Pembiayaan *Murabahah* menggunkan prinsip jual beli. Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank akan menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (margin). Prinsip ini terdapat dalam produk:

a) *Bai' al murabahah*, yaitu akad jual beli barang tertentu. Dalam transaksi jual beli tersebut, penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjual belikan, termasuk harga pembelian dan keuntungan yang diambil
b) *Bai' al muqayyadah*, yaitu jual beli dimana pertukaran terjadi antara barang dengan barang (barter). Aplikasi semacam ini dapat dilakukan sebagai jalan keluar bagi transaksi ekspor yang tidak dapat menghasilkan valuta asing (devisa)
c) *Bai' al mutlaqah*, yaitu pertukaran antara barang dan jasa dengan uang. Uang berperan sebagai alat tukar, jual beli semacam ini menjiwai semua produk lembaga keuangan yang didasarkan atas prinsip jual beli.
d) *Bai' as salam*, yaitu akad jual beli dimana pembeli membayar uang (sebesar harga) atas barang yang telah disebutkan spesifikasinya, sedangkan barang yang diperjual belikan itu akan diserahkan kemudian, yaitu pada tanggal yang disepakati.
e) *Bai' al istishna*, yaitu kontrak jual beli dimana harga atas barang tersebut dibayar lebih dulu, tetapi dapat diangsur sesuai dengan jadwal dan syarat-syarat yang disepakati bersama, sedangkan barang yang dibeli diproduksi dan diserahkan kemudia.

h. Beberapa Ketentuan Umum Dalam *Murabahah*

Ada beberapa ketentuan umu dalam sistem *murabahah*, diantaranya yaitu:

1) Jaminan

Pada dasarnya jaminan bukanlah satu rukun atau syarat yang mutlak dalam murabahah. Jaminan dimaksudkan untuk menjaga agar pemesan tidak main-main dalam pesanannya. Si pembeli (penyedia pembiayaan/ bank) dapat meminta sipemesan (pemohon/ nasabah) suatu jaminan (*rahn*) untuk dipegangnya. dalam teknis operasionalnya, barang-barang yang dipesan dapat menjadi salah satu jaminan yang bisa diterima untuk pembayaran utang.

2) Utang dalam *murabahah* pesanan

Secara prinsip penyelesaian utang si pemesan dalam transaksi murabahah pesanan tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan pemesan kepada pihak ketiga atas barang pesanan tersebut. Jika pemesan menjual barang tersebut sebelum masa angsurannya berakhir, ia tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya.

3) Penundaan pembayaran oleh dibitor mampu

Seorang nasabah yang mepunyai kemampuan ekonomis dilarang menunda penyelesaian utangnya dalam *murabahah* ini. Bila seorang pemesan menunda penyelesaian utang tersebut, pembeli dapat mengambil tindakan: mengambil prosedur hukum untuk mendapatkan kembali utang itu dan mengklaim kerugian finansial yang terjadi akibat penundaan.

4) Bangkrut

Jika pemesan yang berutang dianggap pailit dan gagal menyelesaikan utangnya karena benar-benar tidak mampu secara ekonomi dan bukan karena kelalaian sedangkan ia mampu, maka yang melakukan pembiayaan harus menunda

tagihan hutang sampai ia sanggup kembali untuk melunasinya (Antonio, 2001: 105).

3. Ijarah

a. Pengertian

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu dengan membayar upah dan tidak mengubah kepemilikan barang tersebut. Singkatnya ijarah adalah perjanjian sewa menyewa suatu barang dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa. Menurut Rachmat Syafi'i ijarah secara bahasa *ijarah* adalah menjual manfaat. Sewa menyewa kepada hak seseoarang petani yang mengelola sebidang tanah yang bukan miliknya, berdasarkan perjanjian yang ditandatangani antara petani dengan pemilik tanah tersebut (Hudafi & Lakuanine, 2021: 44).

Sedangkan menurut Muhammad Syafi'i Antonio dalam bukunya yang berjudul Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek *ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri (Antonio, 2001: 117).

Menurut Hasbi Ash-Shiddiqie, *ijarah* ialah akad yang objeknya ialah penukaran manfaat untuk masa tertentu, yaitu pemilikan manfaat dengan imbalan, sama dengan menjual manfaat, menurut Idris Ahmad, upah adalah mengambil manfaat tenaga orang lain dengan jalan memberikan imbalan atau ganti menurut syarat-syarat tertentu.

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 09/DSN/MUI/IV/2000 *ijarah* merupakan akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran upah atau sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Dengan demikian akad *ijarah* tidak ada perubahan kepemilikan, tetapi hanya pemindahan hak guna dari yang meyewakan kepada penyewa.

b. Jenis-Jenis *Ijarah*

Dilihat dari obyeknya, akad *ijarah* dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1) *Ijarah* manfaat (*Al-Ijarah ala al-manfaah*)

Hal ini berhubungan dengan sewa jasa, yaitu mempekerjaan jasa seseorang dengan upah sebagai imbalan jasa yang disewa. Pihak yang mempekerjakan disebut *musta'jir*, pihak pekerja disebut *ajir*, upah yang diberikan disebut *ujarah*.

2) *Ijarah* yang bersifat pekerjaan (*Al-ijarah ala al-'amal*)

Hal ini berhubungan dengan sewa aset atau properti, yaitu memindahkan hak untuk memakai dari aset atau properti tertentu kepada orang lain dengan imbalan biaya sewa. Bentuk ijarah ini mirip dengan leasing (sewa) dibisnis konvensional. Artinya ijarah ini berusaha mempekerjakan seseorang untuk melakukan sesuatu.

Ijarah bentuk pertama banyak diterapkan dalam pelayanan jasa perbankan syariah sedangkan ijarah bentuk yang kedua biasanya dipakai sebagai bentuk investasi atau pembiayaan diperbankan syariah. selain dua jenis pembagian diatas, dalam akad ijarah ada juga yang namanya ijarah muntahiya bit tamlik (sewa beli), yaitu transaksi sewa beli dengan perjanjian untuk menjual atau menghibahkan objek sewa diakhir periode sehingga transaksi ini diakhiri dengan alih kepemilikan objek sewa (Santoso & Anik, 2015: 108).

Sedangkan menurut Muhammad Syafi'i Antonio dalam bukunya yang berjudul Bank Syari'ah dari Teori ke Praktek ijarah *Muntahiya bit tamlik* adalah sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang ditangan sipenyewa. Sifat pemindahan

kepemilikan ini yang membedakan *ijarah muntahiya bit tamlik* dengan *ijarah* biasa (Antonio, 2001: 118).

Bentuk *al-ijarah al-muntahia bit-tamlik. al-ijarah al-muntahia bit-tamlik* memili banyak bentuk tergantung apa yang disepakati keua pihak yang bekontrak. Misalnya *al-ijarah* dan janji menjual, nilai jual yang mereka tentukan dalam *al-ijarah*, harga barang dalam transaksi jual, dan kapan kepemilikan di pindahkan.

c. Rukun Dan Syarat *Ijarah*

1) Rukun *Ijarah*

Menurut hanafiah, rukun *ijarah* hanya satu yaitu, ijab dan qabul, yakni pernyataan dari orang yang menyewa dan yang menyewakan. Sedangkan menurut jumhur ulama rukun *ijarah* ada empat yaitu:

a) *Aqid*, yaitu *mu'jir* (orang yang menyewakan) dan *musta'jir* (orang yang menyewa)
b) *Shighat*, yaitu ijab dan qabul
c) *Ujrah* (uang sewa atau upah)
d) Manfaat, baik manfaat dari suatu barang yang disewa atau jasa dan tenaga dari orang yang bekerja

2) Syarat-syarat *ijarah*

Syarat-syarat ijarah juga terdiri dari empat jenis, yaitu:

a) Syarat terjadinya akad

Mu'jir adalah orang yang memberikan upah dan menyewakan, *musta'jir* adalah orang yang menerima upah untuk melakukan sesuatu yang menyewa sesuatu, disyarat kan bagi *mu'jir* dan *musta'jir* adalah baligh, berakal sehat, cakap hukum, melakukan *tasharruf* (mengendalikan harta) dan saling meridhoi. Bagi orang yang melakukan ijarah juga disyaratkan untuk mengetahui manfaat barang yang diakadkan dengan sempurna sehingga dapat mencegah terjadinya perselisihan.

b) Syarat nafadz (berlangsungnya akad)

Shighat ijab qabul antara *mu'jir* dan *musta'jir*, ijab qabul sewa menyewa dan upah mengupah, akad sewa menyewa misalnya saya sewa motor ini sehari Rp.50.000 dan *musta'jir* menjawab aku terima sewa tersebut dengan harga sedemikian. Sedangkan ijab qabul upah mengupah misalnya saya serahkan kebun ini dengan upah Rp.50.000 per hari. Maka dijawab dengan akan aku kerjakan dengan apa yang engkau ucapkan.

c) Syarat sahnya akad

Disyaratkan diketahui jumlahnya oleh kedua belahpihak baik dalam sewa menyewa maupun dalam upah mengupah.

d) Syarat mengikatkan akad (syarat luzum)

Barang yang disewakan atau sesuatu yang dikerjakan dalam upah mengupah, disyaratkan pada barang yang disewakan beberapa syarat berikut ini:

1) Hendaklah barang yang menjadi objek akad sewa menyewa dan upah mengupah dapat dimanfaatkan kegunaannya
2) Hendaklah barang yang menjadi objek sewa menyewa maupun upah mengupah dapat diserahkan kepada penyewa dan pekerja beserta manfaatnya
3) Manfaat dari benda yang disewa adalah perkara *mubah* (boleh) menurut syara' bukan hal yang dilarang (diharamkan)
4) Benda yang disewakan disyaratkan kekal '*ain* (zat) nya hingga waktu yang ditentukan menurut perjanjian dalam akad (Hudafi & Lakuanine, 2021: 48).

d. Prinsip-Prinsip Pokok Transaksi *Al-Ijarah*

Menurut islam prinsip-prinsip poko *al-ijarah* haruslah dipenuhi seseorang dalam suatu transaksi *al-ijarah* yang akan dilakukannya. Prinsip-prinsip pokok tersebut adalah sebagai berikut:

1) Jasa yang ditransaksikan adalah jasa yang halal sehingga dibolehkan melakukan transaksi *ijarah* untuk keahlian memproduksi barang-barang keperluan sehari-hari yang halal seperti untuk memproduksi makanan, pakaian, peralatan rumah tangga dan lain-lain. Namun tidak dibolehkan transaksi *ijarah* untuk keahlian memproduksi minuman keras, membuat narkoba, membuat obat-obatan terlarang, atau segala sesuatu kegiatan yang berkaitan dengan riba.
2) Memenuhi syarat sahnya transaksi *ijarah* yakni (a) orang-orang yang mengadakan transaksi *ajir* dan *musta'jir* haruslah sudah *mumayiz* yakni sudah mampu mebedakan mana yang baik mana yang tidak sehingga tidak sah melakukan transaksi *al-ijarah* jika salah satu dari kedua pihak belum *mumayiz* seperti anak kecil. (b) transaksi atau akad harus harus didasarkan pada keridoan kedua bela pihak, tidak boleh karena adanya unsur paksaan.
3) Transaksi *ijarah* haruslah memenuhi ketentuan dan aturan yang jelas yang dapat mencegah terjadinya perselisihan antara kedua bela pihak yang bertransaksi. *Ijarah* adalah memanfaatkan sesuatu yang dikontrak. Apabila transaksi tersebut berhungan dengan seseorang *ajiir*, maka yang dimanfaatkan adalah tenaganya. Sehingga jika mengontrak *ajiir* tadi perlu menentukan jenis pekerjaan nya, waktu, upah, serta tenaganya. Oleh karena itu jenis pekerjaan harus dijelaskan (Tehuayo, 2018: 89)

e. Implementasi Akad Ijarah

Menurut surat edaran No.10/14/DPBS yang dikeluarkan Bank Indonesia pada tanggal 17 Maret 2008, dalam memberikan pembiayaan *ijarah* Bank Syariah atau Unit Usaha Syariah (UUS) harus memenuhi langkah-langkah berikut ini:

1) Bank bertidak sebagai pemilik dan/atau pihak yang mempunyai hak penguasaan atas objek sewa baik berupa barang maupun jasa, yang menyewakan objek sewa dimaksud kepada nasabah sesuai kesepakatan
2) Barang dalam transaksi *ijarah* adalah barang bergerak atau tidak bergerak yang dapat diambil manfaat sewanya.
3) Bank wajib menjelaskan kepada nasabah mengenai karakteristik produk pembiayaan atas dasar *ijarah*, serta hak dan kewajiban nasabah sebagaimana diatur dalam ketentuan Bank Indonesia mengenai transparansi informasi produk Bank dan penggunaan data pribadi nasabah.
4) Bank wajib melakukan analisis atas rencana pembiayaan atas dasar *ijarah* kepada nasabah yang antara lain meliputi aspek personal berupa analisis atas karakter dan/atau aspek usaha anatara lain meliputi analisa kapasitas usaha, keuangan atau prospek usaha.
5) Objek sewa harus dapat dinilai diidentifikasi secara spesifik dan dinyatakan dengan jelas termasuk besarnya nilai sewa dan jangka waktunya.
6) Bank sebagai pihak yang menyediakan objek sewa wajib menjamin pemenuhan kualitas maupun kuantitas objek sewa serta ketepatan waktu penyediaan objek sewa sesuai kesepakatan.
7) Bank wajib menyediakan dan merealisasikan penyediaan objek sewa yang dipesan nasabah.

8) Bank dan nasabah wajib menuangkan kesepakatan dalam bentuk perjanjian tertulis berupa akad pembiayaan atas dasar *ijarah*
9) Pembayaran sewa dapat dilakukan dengan angsuran maupun sekaligus.
10) Pembayaran sewa tidak dapat dilakukan dengan piutang maupun dalam bentuk pembebasan utang.
11) Bank dapat meminta nasabah untuk menjaga keutuhan objek sewa, dan menanggung biaya pemeliharaan objek sewa sesuai dengan kesepakatan dimana uraian pemeliharaan yang bersifat material dan struktural harus dituangkan di dalam akad, dan Bank tidak dapat meminta nasabah untuk bertanggung jawab atas kerusakan (Santoso & Anik, 2015: 111).

Berdasarkan SOP yang disampaikan oleh bank syariah, tahapan pelaksanaan ijarah adalah sebagai berikut:

1) Adanya permintaan untuk menyewakan barang tertentu dengan spesifikasi yang jelas oleh nasabah kepada bank syariah
2) Wa'ad antara bank san nasabah untuk menyewa barang dengan harga sewa dan waktu sewa yang disepakati.
3) Bank syariah mencari barang yang diinginkan untuk disewa oleh nasabah.
4) Bank syariah menyewa barang tersebut dari pemilik barang.
5) Bank syariah membayar sewa dimuka secara penuh.
6) Barang diserahterimakan dari pemilik barang kepada bank syariah.
7) Akad antara bank dengan nasabah untuk sewa.
8) Nasabah membayar sewa dibelakang secara angsuran.
9) Barang diserahterimakan dari bank syariah kepada nasabah.
10) Pada akhir periode, barang diserahterimakan kembali dari nasabah ke bank syariah yang selanjutnya akan

diserahterimakan ke pemilik barang (Santoso & Anik, 2015: 112).

f. Aplikasi *Ijarah* Dalam Perbankan

Bank-bank islam yang mengoperasikan produk *al-ijarah*, dapat melakukan *leasing*, baik dalam bentuk *operating lease* maupun *financial lease*. Akan tetapi, pada umumnya bank-bank tersebut lebih banyak menggunakan *al-ijarah al-muntahiya bit-tamlik* karena lebih sederhana dari sisi pembukuan. Selain itu bank pun tidak direpotkan untuk mengurus pemelirahaan aset, baik pada saat leasing maupun sesudahnya (Antonio, 2001: 118).

g. Berakhirnya Akad *Ijarah*

Ulama Hanafiyah berpendirian bahwa akad *ijarah* itu bersifat mengikat, tetapi boleh dibatalkan secara sepihak apabila terdapat uzur dari salah satu pihak yang berakad seperti, salah satu pihak wafat atau kehilangan kecakapan dalam hukum. Menurut ulama Hanafiyah apabila salah seorang meninggal dunia maka akad *ijarah* batal karena manfaat tidak boleh diwariskan.akan tetapi Jumhur Ulama berpendapat bahwa manfaat itu boleh diwariskan karena termasuk harta (*al-maal*). Oleh karena itu kematian salah satu pihak tidak membatalkan akad *ijarah*.

Menurut Syaiq Sabiq *ijarah* akan menjadi batal dan berakhir bila ada hal-hal sebagai berikut:

1) Terjadinya cacat pada barang sewaan ketika ditangan penyewa
2) Rusaknya barang yang disewakan, seperti ambruknya rumah, dan runtuhnya bangunan gudang
3) Rusaknya barang yang diupahkan, seperti rusaknya baju yang diupahkan untuk dijahit
4) Telah terpenuhnya manfaat sesuai dengan waktu yang telah disepaki dan selesainya pekerjaan
5) Menurut Hanafi salah satu pihak dari yang berakat boleh membatalkan akad *ijarah* apabila terjadi kejadian yang luar

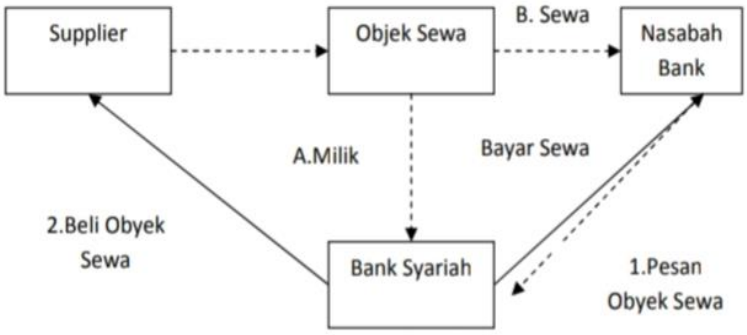
biasa seperti, terbakarnya gedung, tercurinya barang dagangan, dan kehabisan modal (Hudafi & Lakuanine, 2021)

Jika *ijarah* telah berakhir penyewa berkewajiban mengembalikan barang sewaan, jika barang itu dapat dipindahkan ia wajib menyerahkan kepada pemiliknyadan jika bentuk sewaan adalah benda tetap ia wajib menyerahkan kembali kepada pemiliknya dalam keadaan kosong, jika barang sewaan itu berbentuk tanah ia wajib mengembalikan dalam keadaan kosong tanpa sedikitpun tanaman kecuali jika ada kesulitan untuk menghilangkan.

Mazhab Hambali berpendapat ketika *ijarah* telah berakhir penyewa harus melepaskan barang sewaan dan tidak ada kemestian pengembalian untuk menyerah terimanya seperti barang titipan. Selanjutnya mereka juga berpendapat bahwa setelah berakhirnya masa akad *ijarah* dan ada kerusakan tanpa disengaja maka, penyewa tidak berkewajiban untuk menanggung kerugian tersebut (Hudafi & Lakuanine, 2021: 49).

h. Skema Akad *Ijarah*

Operasional *ijarah* dapat di gambarkan sebagai berikut: (Muhayatsyah, 2019: 4)



Gambar 2.2: Skema Akad *Ijarah*

Dalam kegiatan ekonomi transaksi seperti ini pada umum nya dikenal dengan istilah *leasing* (sewa guna usaha), dimana pihak pemberi jasa sewa guna (*lessor*) memberikan kesempatan

kepada penyewa (*lessee*) untuk memperoleh manfaat dari barang untuk jangka waktu tertentu, dengan ketentuan penyewa akan membayar sujumlah uang (sewa) pada waktu yang telah disepakati. Apabila telah habis jangka waktu nya, benda atau barang yang dijadikan obyek *Al-Ijarah* tersebut tetap menjadi *lessor*. Ciri-ciri dari bentuk pembiayaan ini di antaranya (Muhayatsyah, 2019: 4):

1) Objek sewa guna digunakan *leassee* dalam masa sewa dengan jangka waktu relatif singkat dari masa umur ekonomisnya.
2) Jumlah seluruh pembiayaan sewa secara berkala yang dilakukan oleh *leassee* kepada *lessor* tidak mencakup jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang modal.
3) Risiko ekonomis dan biaya pemeliharaan barang modal ditanggung oleh pihak *lessor*.
4) Barang modal yang menjadi obyek sewa harus dikembalikan oleh pihak *lessee* kepada *lessor* pada akhir masa sewa atau dapat dikatakan bahwa pihak *leassee* tidak memiliki hak/opsi untuk membeli obyek sewa guna.

i. Manfaat Dan Risiko Yang Harus Di Antisispasi

Manfaat dari transaksi al-ijarah untuk lembaga keuangan adalah keuntungan sewa dan kembalinya uang pokok. Adapun risiko yang mungkin terjadi dalam al-ijarah adalah sebagai berikut (Antonio, 2001: 119) :

1) Defauld, nasabah tidak membayar cicilan dengan sengaja.
2) Rusak, aset ijarah rusak sehingga menyebabkan biaya pemeliharaan bertambah, terutama jika disebutkan dalam kontrak bahwa pemeliharaan harus dilakukan oleh pihak lembaga keuangan.
3) Berhenti, nasabah berhenti ditengah kontrak dan tidak mau membeli aset tersebut. Akibatnya lembaga keuangan harus menghitung kembali keuntungan dan mengembalikan sebagian kepada nasabah.

j. Pengawasan Dan Penanganan Pembiayaan Bermasalah.

Secara umum, pembiayaan bermasalah disebabkan oleh faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah adalah faktor yang ada didalam perusahaan itu sendiri, dan faktor yang paling utama adalah faktor manajerial. Timbulnya kesulitan-kesulitan keuangan perusahaan yang disebabkan oleh faktor-faktor manajerial dapat dilihat dari beberapa hal seperti kelemahan dalam kebijakan dalam pembelian dan penjualan, lemahnya pengawasan biaya dan pengeluaran, kebijakan piutang yang kurang tepat, penempatan yang berlebihan pada aktiva tetap, dan permodalan yang tidak cukup. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berada diluar kekuasaan manajemen perusahaan seperti, bencana alam, peperangan, perubahan dalam kondisi perekonomian dan perdagangan, perubahan tekonologi dan lain-lain (Ilyas , 2015: 199)

Langkah pengamanan yang dilakukan pelh bank syariah untuk mengendalikan terjadinya pembiayaan bermasalah dapat dilakukan sebagai berikut: (Ilyas , 2015: 200).

1) Sebelum realisasi pembiayaan. Dalam tahapan ini, berdasarkan persetujuan nasabah, bank melakukan penutupan asuransi atau pengikat agunan (jika diperlukan). Setelah itu baru pembiayaan dapat dilakukan.
2) Setelah realisasi pembiayaan. Bagi bank, pencairan pembiayaan barulah akhir periode permohonan yang selanjutnya merupakan awal pemeliharaan dan pemantauan pembiayaan. Dalam tahap awal pencairan dana diarahkan pada pembiayaan sebagaimana diajukan dalam permohonan/ persetujuan bank. Selanjutnya bank melakukan pembiayaan dan kontrol aktivitas bisnis nasabah.

Risiko yang terjadi dari pinjaman adalah peminjaman yang tertunda atau ketidakmampuan peminjam untuk membayar

kewajiban yang telah dibebankan. Untuk mengantisipasi hal tersebut, maka bank syariah harus mampu menganalisis penyebab permasalahannya. Beberapa langkah yang dapat dilakukan sebagai berikut: (Ilyas , 2015: 200).

1) Analisis penyebab kemacetan
   a) Peminjam kurang cakap dalam usaha tersebut
   b) Manajemen kurang baik atau kurang rapi
   c) Laporan keuangan tidak lengkap
   d) Penggunaan dana yang tidak sesuai dengan rancangan
   e) Perencanaan yang kurang matang
   f) Dana yang diberikan tidak cukup untuk menjalankan usaha tersebut.
   g) Aspek pasar yang kurang mendukung
   h) Kemampuan daya beli masyarakat yang kurang
   i) Kebijakan pemerintah
   j) Pengaruh lain dari luar usaha
   k) Kenakalan peminjam
2) Menggali potendi peminjam
3) Melakukan perbaikan akad
4) Memberikan pinjaman ulang, mungkin dalam bentuk pembiayaan qard al-hasan, Murabahah atau Mudharabah.
5) Penundaan pembayaran
6) Memperkecil angsuran dengan memperpanjang waktu atau akad dan margin yang baru (rescheduling)

k. Memperkecil margin keuntungan atau bagi hasil.

4. Keunggulan *Murabahah* Dibandingkan *Ijarah*

Akad *Murabahah* dalam perbankan syariah yaitu perjanjian antara nasabah dan bank dalam transaksi jual beli dimana bank membeli produk sesuai permintaan nasabah, kemudian produk tersebut dijual kepada nasabah dengan harga lebih tinggi sebagai profit bank.

Dalam hal ini, nasabah mengetahui harga beli produk dan perolehan laba bank (Suriyani, 2021: 2).

Dalam praktiknya di perbankan syariah, pihak bank akan menyampaikan harga dari akumulasi harga pokok perolehan barang dan margin keuntungan yang dikehendaki bank. Harga yang telah ditetapkan disini tidak boleh berubah hingga akhir masa (jatuh tempo). Nasabah pada umumnya akan mengajukan pembiayaan menggunakan akad *Murabahah* karena tujuan konsumtif seperti kendaraan, perabotan rumah tangga, rumah dan lain sebagainya.

Murabahah sebagai pembiayaan dengan peminat yang sangat banyak terkesan mampu dalam meningkatkan sektor riil karena umumnya *Murabahah* diterapkan pada pembiayaan konsumtif. Sebaliknya, pembiayaan yang mendukung sektor riil seperti *Ijarah* memiliki peminat yang tidak sebanyak *Murabahah*.

Berikut beberapa keunggulan dari pembiayaan *Murabahah* dibandingkan pembiayaan *Ijarah* (Hamidah, 2021: 1):

a. Dalam pembiayaan *Murabahah*, nasabah dapat membeli barang sesuai keinginan dan kemampuan ekonominya. Selain itu pembiayaan dapat dilakukan secara angsuran dan tidak memberatkan nasabah.
b. Produk pembiayaan *Murabahah* tidak mengenal riba atau sistem bunga tetapi dalam hal ini terdapat transparansi antara bank dan nasabah bahwa bank memberikan informasi tentang produk yang akan dibeli sesuai dengan keinginan nasabah danbiaya yang telah ditentukan oleh pihak ketiga diketahui oleh nasabah.
c. Produk pembiayaan *Murabahah* mudah disetarakan dengan perbankan konvensional dengan demikian produk ini mudah dirasakan oleh bank dan masyarakat umum secara bersamaan.
d. Pembiayaan *Murabahah* mudah untuk disosialisasikan karena bentuknya yang mudah dipahami.

e. Produk pembiayaan *Murabahah* mengandung risiko kecil dimata bank sehingga perbankan syariah lebih suka menawarkan produk pembiayaan *Murabahah*.

Permintaan masyarakat terhadap produk pembiayaan *Murabahah* lebih tinggi dibandingkan pembiayaan *Ijarah*. Hal ini sesuai dengan pembahasan di atas, masyarakat lebih banyak mengajukan pembiayaan dengan tujuan konsumtif sehingga dirasa pembiayaan *Murabahah* yang tepat dibandingkan dengan akad lain. Akad *Murabahah* juga lebih banyak dipilih karena kepastian terkait angsuran dan tidak akan terjadi perubahan dengan marginnya selama nasabah tidak mengalami pembiayaan bermasalah (Rizqi, 2019: 2).

Sedangkan dalam pembiayaan *Ijarah* memiliki risiko yang cukup besar dibandingkan dengan pembiayaan *Murabahah*. Diantaranya aset *Ijarah* rusak sehingga menyebabkan biaya pemeliharaan bertambah terutama bila disebutkan di dalam kontrak bahwa pemeliharaan harus dilakukan oleh bank (Falahuddin & Aprilia, 2017: 79).

B. Penelitian Relevan

Penelitian ini mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Lebih Banyak Menggunakan Akad *Murabahah* Dibanding Akad *Ijarah* Dalam Melakukan Pembiayaan Di BMT Al-Makmur Cubadak. Berdasarkan eksploitasi peneliti ada beberapa tulisan yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu:

1. Penelitian dari Nurul Khasana dengan NIM 141270510 pada tahun 2019 yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan *Murabahah* Di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur. Dengan hasil penelitian yaitu terdapat dua faktor yang menjadi pertimbangan konsumen memilih pembiayaan *Murabahah* di BPRS aman syariah, faktor tersebut yakni faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal meliputi sosial,

produk, promosi, harga, dan pelayanan. Sedangkan faktor internal meliputi faktor sikap dan keyakinan (Khasanah, 2019).

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang penulis lakukan adalah tempat penelitian. Penelitian terdahulu dilakukan di BPRS Aman Syariah lampung, sedangkan penulis melakukan penelitian di BMT Al-Makmur Cubadak Batusangkar.

Persamaan antara kedua penelitian tersebut adalah sama sama dalam hal variabel yang diteliti, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah lebih banyak menggunakan akad *Murabahah*

2. Penelitian dari Lindawati dengan NIM 1301270020 pada tahun 2017 yang berjudul. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu data yang berwujud angka atau bilangan, merupakan suatu pendekatan penelitian yang secara primer menggunakan paradikma postpositivist (seperti pemikiran tentang sebab akibat, reduksi kepada variabel, hipotesis, dan pertanyaan spesifik dan lain-lain). Dengan hasil penelitian yaitu menunjukkan bahwa pendapatan nasabah (XI) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan pembiayaan *Murabahah* dan kebutuhan (X2) juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap permintaan pembiayaan *Murabahah* (Lindawati, 2017)

   Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang penulis lakukan adalah pada penelitian ini bersifat kuantitatif dan tempat dilakukan nya penelitian yaitu di BRI Syariah cabang medan, sedangakan penelitian yang peneliti lakukan bersifat kualitatif dan tempat penelitian yang penulis lakukan di BMT Al-Makmur Cubadak Batusangkar.

   Persamaan antara kedua penelitian tersebut adalah sama sama dalam hal variabel yang diteliti, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah lebih banyak menggunakan akad *Murabahah*

3. Penelitian dari Miftahul Jannah dengan NIM 105081002579 pada tahun 2009 yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Permintaan Pembiayaan *Murabahah* Pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi permintaan pembiayaan murabahah yaitu faktor 1 biaya akad dan risiko pembiayaan, dan faktor 2 adalah kecepatan pencairan pembiayaan (Jannah, 2009)

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang penulis lakukan adalah pada penelitian ini bersifat kuantitatif dan tempat dilakukan nya penelitian yaitu di PT Bank Mualamat Indonesia Tbk, sedangkan penelitian yang penulis lakukan yaitu di BMT Al-Makmur Cubadak Batusangkar.

Persamaan antara kedua penelitian tersebut adalah sama sama dalam hal variabel yang diteliti, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah lebih banyak menggunakan akad *Murabahah*

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggambarkan apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah lebih banyak menggunakan akad murabahah dibanding akad ijarah dalam melakukan pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada BMT Al-Makmur Cubadak yang beralamat di Nagari Cubadak Kecamatan Lima Kaum Kabupaten Tanah Datar. Adapun waktu yang dilakukan pada bulan Januari sampai April 2022.

Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

Kegiatan	Tahun 2021		Tahun 2022						
	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst
Pengajuan Proposal Skripsi									
Bimbingan Proposal Skripsi									
Seminar Proposal									
Revisi setelah Seminar									
Penelitian									
Mengolah Data									

Bimbingan Skripsi									
Sidang Munaqasah									
Perbaikan setelah Munaqasah									

C. Sumber Data

Sumber data yang didapat dalam penelitian ini bersumber dari :

1. Sumber data primer

   Sumber data primer yaitu direktur utama BMT Al-Makmur Cubadak, markeing BMT Al-Makmur dan nasabah pembiayaan *Murabahah* BMT Al-Makmur Cubadak.

2. Sumber data sekunder

   Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen yang ada di BMT Al-Makmur Cubadak seperti data-data nasabah, gambaran umum BMT dan struktur organisasi BMT Al-Makmur Cubadak.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah berupa wawancara dan dokumentasi :

1. Wawancara

   Metode wawancara yang dilakukan dengan mengajukan beberapa peratnyaan kepada responden secara langsung. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka. Wawancara ini dilakukan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara di minta pendapat dan ide-idenya. Dalam hal ini responden yang akan diwawancarai adalah direktur utama BMT Al-Makmur Cubadak.

2. Dokumuntasi

Metode dokumentasi adalah metode yang dipakai untuk memperoleh informasi dari sumber tulisan atau dokumen-dokumen baik berupa buku-buku, catatan harian dan sebagainya. Dokumen yang diambil dalam penelitian ini adalah domentasi yang ada di BMT Al-Makmur Cubadak.

E. Teknis Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2018: 244)

Teknik analisis data dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Adapun langkah-langkah yang digunakan penulis dalam menganalisa data adalah teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yaitu analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan (Milles & Huberman , 1992: 16). Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data

Reduksi data dilakukan dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting dari lapangan sejak awal sampai akhir. Dengan demikian data yang telah diperoleh akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah lebih banyak menggunakan akad *Murabahah* dibandingkan akad *Ijarah* dalam melakukan pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak. Reduksi data yaitu melakukan wawancara dengan pertanyaan terstruktur, dicatat, direkam dan dokumentasi.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses pemberian sekumpulan informasi yang sudah disusun, dimana memungkinkan untuk mengambil kesimpulan mengenai mengenai faktor-faktor yang mempengatuhi keputusan nasabah lebih banyak menggunakan akad *Murabahah* dibandingkan akad *Ijarah* dalam melakukan pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak.

3. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan diperoleh dari hasil interprestasi terhadap data penelitian yang diperoleh dari lapangan, penarikan kesimpulan dilakukan dengan mempaparkan hasil yang telah diteliti secara terperinci. Sehingga memberikan informasi yang lengkap mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah lebih banyak menggunakan akad *Murabahah* dibandingkan akad *Ijarah* dalam melakukan pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak.

F. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Adapun teknik penjaminan keabsahan data dalam penelitian ini yang penulis gunakan adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber dalam pengujian kreadibilitas ini diartian sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Sugiyono, 2018: 273). Dalam teknik penjaminan keabsahan data peneliti melakukan dengan cara kualitatif, di mana peneliti melakukan wawancara dengan pimpinan BMT Al-Makmur Cubadak, marketing dan nasabah pembiayaan *Murabahah* BMT Al-Makmur Cubadak yang disertai dengan paduan wawancara. Apabila dengan teknik tersebut pengujian menghasilkan data yang berbeda, maka data dari sumber data primer dinyatakan kembali kepada sumber data sekunder untuk dikonfirmasi atau diverifikasi data mana yang dianggap benar.

BAB VI

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil umum BMT Al-Makmur Cubadak

1. Sejarah BMT Al-Makmur Cubadak

Pendirian KSAJ BMT Al-Makmur diprakarsai oleh beberapa orang calon pendiri yang memiliki satu presepsi yang sama untuk membangun perekonomian umat yang madani dibawa Ridho Allah SWT. Karena Allah tidak akan mengubah keadaan ekonomi suatu bangsa hingga kita mau berusaha sekuat tenaga untuk mengubahnya. Dengan nama Allah kami mulai melangkah meskipun dengan merangkak, berjalan tertatih-tatih, jatuh bangun, itu lebih baik dari pada kita duduk bermenung menunggu perubahan yang tidak jelas.

Suatu kewajiban bagi kita untuk mengubah taraf ekonomi kearah yang lebih baik lagi dari keterpurukan, karena kemiskinan itu akan menyeret kepada kekafiran. Kita mulai hari ini dari diri kita sendiri, kalau tidak siapa lagi untuk mengubah kondisi ekonomi umat pada taraf yang lebih baik. Allah menurunkan hujan untuk kesuburan bumi agar kita berfikir dan bekerja.

Berdasarkan hal di atas kami para pendiri mencoba berusaha mewujudkannya dengan berdirinya sebuah lembaga keuangan syariah berbentuk dan berbadan hukum koperasi, maka berdasarkan hasil rapat pendiri beserta ninik mamak dan pemuka masyarakat yang ada di Jorong Supanjang Nagari Cubadak Kec. Lima Kaum yang juga dihadiri oleh Dinas Koperintam Kabupaten Tanah Datar beserta pimpinan BPRS Haji Miskin Padang Panjang dan dosen IAIN Batusangkar dalam hal ini selaku motifator bagi para pendiri untuk mendirikan sebuah Lembaga Keuangan Mikro yang berbasis syariah di Kabupaten Tanah Datar. Pertemuan itu dihadiri lebih kurang 40 orang yang diselenggarakan pada hari jum’at tanggal 29 Mei 2009 yang bertempat di Masjid Baitul Makmur Supanjang. Maka secara musyawarah dan manfaat diputuskan membentuk dan mendirikan Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul maal wat tamwil

(KJKS-BMT) dengan nama BMT Al-Makmur, yang langsung dioperasikan pada tanggal 1 Juni 2009. Adapun identitas lengkap dan dasar hukum dari KJKS BMT Al-Makmur adalah sebagai berikut:

KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH BMT AL MAKMUR

Kantor : Jl Raya Batusangkar-Padang KM 5 Jorong Supanjang Nagari Cubadak, Kec. Lima Kaum Kab. Tanah Datar.

Hp : 081363194220 dan 081267290979

Status : koperasi simpan pinjam pola syariah

Bidang usaha : simpan pinjam

Izin usaha :

a. Badan Hukum berdasarkan Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menegah Republik Indonesia, Bupati Tanah Datar, Dinas Koperintam Kabupaten Tanah Datar, No : 95/BH/KPT-TD/KOP/I/2010 tanggal 19 Januari 2010
b. Tanda Daftar Perusahaan No : 03.12.2.64.00027
c. NPWP No : 31.598.6745-204.000
d. SITU No : 510/SITU/KPPT/X/2012

(Dokumentasi BMT Al-Makmur Cubadak)

2. Visi Dan Misi BMT Al-Makmur Cubadak

a. Visi

Visi dari BMT Al-Makmur Cubadak yaitu menjadi koperasi syariah terdepan, bermanfaat bermartabat dan setia dalam pelayanan untuk semua kalangan

b. Misi

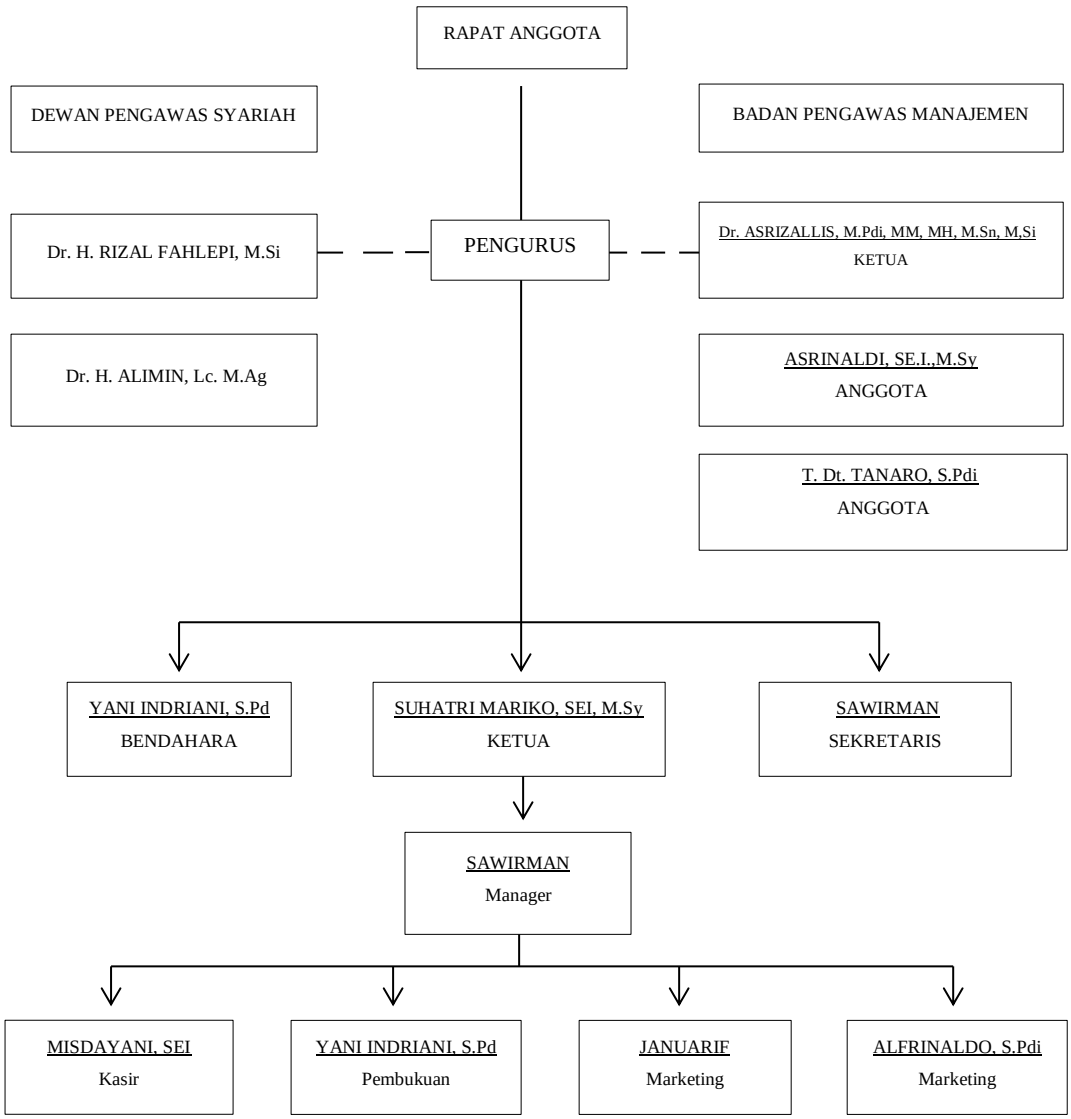
Adapun misi dari BMT Al-Mamur Cubadak yaitu:

1) Meningkatkan kinerja koperasi yang islami, sehat dan profesional.
2) Meningkatkan peran aktif anggota
3) Memperkuat struktur modal dari para pendiri, anggota, pengelola dan segenap potensi umat sehingga menjadi lembaga keuangan syariah yang sehat dan tangguh.

4) Menjalin kemitraan yang sinergi dengan lembaga syariah lain, sehingga mampu membangun tatanan ekonomi yang penuh kesetaraan dan keadilan.
5) Menerapkan seluruh transaksi sesuai syariah
6) Meningkatkan kesejahteraan anggota khususnya dan masyarakat umumnya (Dokumentasi BMT Al-Makmur Cubadak).

3. Struktur organisasi BMT Al-Makmur Cubadak

STRUKTUR ORGANISASI
KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH
BMT AL-MAKMUR
PERIODE 2022-2027



Gambar 4.1 struktur organisasi BMT Al-Makmur Cubadak
Sumber: dokumentasi BMT Al-Makmur Cubadak

Berdasarkan struktur organisasi tersebut dapat dijelaskan kegiatan dari setiap bagian sebagai berikut:

a. Rapat Anggota

Rapat anggota diperlukan untuk menetapkan kebijakan yang berlaku dikoperasi. Dalam rapat anggota setiap anggota berhak memberikan usulan tentang bagaimana koperasi seharusnya dikelola. Rapat ini dilakukan setidaknya setahun sekali (Nailufar, 2020: 1).

b. Dewan Pengawas Syariah

Dewan pengawas syariah adalah badan yang ada dalam lembaga keuangan syariah dan bertugas mengawasi pelaksanakan DNS di lembaga keuangan syariah.

c. Badan Pengawas Manajemen

Dalam suatu organisasi, perusahaan swasta maupun instansi pemerintah membutuhkan manajemen pengawasan yang baik pada pegawainya demi menciptakan lingkingan kerja yang positif dan produktif. Pentingnya pengawasan dalam manajemen dibutuhkan dalam sebuah usaha karena harus memastikan bahwa semua pekerjaan dapat diselesaikan sesuai dengan apa yang diinginkan (Choliq, 2021:1).

d. Pengurus

Pengurus adalah pemegang kuasa tertinggi dalam rapat anggota. Nama-nama dan susunannya dicantumkan dalam akta pendirian koperasi. Pengurus diangkat unruk masa jabatan tertentu, pemilihan dan pengangkatan dilaksanakan lewat rapat anggota atas usul pengawas. Kriteria untuk menjadi pengurus ditetapkan dalam anggran dasar dan anggaran rumah tangga koperasi, susunan dan jumlahnya disesuaikan dengan kebutuhan tiap koperasi (Nailufar, 2020: 1)

e. Pembukuan

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007, pembukuan adalah suatu proses pencatatan yang dilakukan secara teratur untuk mengumpulkan data dan informasi keuangan meliputi harta, kewajiban, modal, penghasilan, dan biaya, serta harga perolehan dan penyerahan

barang atau jasa yang ditutup dengan menyusun laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi pada periode tersebut

f. Kasir/teller

Kasir/teller bank adalah petugas bank yang bertugas untuk melayani nasabah maupun non nasabah yang hendak melakukan transaksi keuangan, seperti menyimpan uang, mentransfer uang, mencairkan cek, dan sebagainya (Lifepal/Layanan Bank, 2021: 1).

g. Marketing

Marketing adalah proses mengenalkan produk atau jasa agar diketahui oleh masyarakat. Marketing juga berarti proses pemasaran produk atau jasa, mulai dari pembuatan strategi hingga apa yang disarankan oleh konsumen (Firdiansyah, 2021: 1).

B. Hasil Penelitian

1. Faktor faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih akad *Murabahah* di bandingkan *Ijarah*

Banyaknya nasabah yang menggunakan akad *Murabahah* dibandingkan *Ijarah* untuk melakukan pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak di sebabkan dua faktor yaitu sebagai berikut:

a. Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri nasabah, diantaranya yaitu:

1) Faktor profit

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan di rektur BMT Al-Makmur Bapak Suhatri Mariko, SEI,M.Sy. beliau mengatakan bahwa:

"Keuntungan yang di ambil dari pembiyaan tidak banyak, karena memang tujuan BMT ini mengayomi dan membantu masyarakat, jadi keuntungan yang di ambil dari pembiayaan tidak memberatkan nasabah"(Bapak Suhatri Mariko, SEI, M.Sy, wawancara, 11 Agustus 2022)

keuntungan yang tidak terlalu memberatkan pihak nasabah akan memberikan persepsi kepada nasabah dalam mempertimbangkan, untuk memilih dan menggunakan produk

atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Seperti yang di ungkapkan oleh Ibu Rosmalina selaku nasabah pembiayaan *Murabahah*, yang meyatakan:

"*Dibandingkan dengan pembiayaan lainnya, pembiayaan Murabahah lebih murah, dalam menentukan harga dan keuntungan pihak BMT Al-Makmur Cubadak secara transparan menjelaskan harga beli dan keuntungan dalam Murabahah ditetapkan di awal melakukan transaksi sehingga nasabah tidak bingung berapa angsuran perbulannya, dan tinggat marginnya tidak memberatkan nasabah"* (Rosmalina, 11 Agustus 2022).

Hal ini juga sama yang dikatakan oleh Ibu Nofrianti. Menurut Ibu Nofrianti selaku nasabah pembiayaan *Murabahah*, alasan beliau menggunakan produk *Murabahah* karena beliau membutuhkan modal membeli mesin bajak untuk suaminya bekerja. Ibu Nofrianti mengatakan bahwa:

"saya melakukan transaksi dengan menggunakan akad Murabahah karena saya membutuhkan mesin bajak untuk suami saya bekerja, karena jika mesinnya di sewa akan membutukan banyak biaya dan penghasilannya juga sedikit, jadi saya memutuskan untuk membeli mesin tersebut dengan melakukan pembiayaan ke BMT Al-Makmur Cubadak" (Nofrianti, wawancara, 11 Agustus 2022).

Dari pendapat nasabah diatas dapat dianalisis bahwa keuntungan yang tidak memberatkan nasabah dan penyampaian keuntungan yang transparan akan menjadi pertimbangan bagi nasabah untuk memilih dan menggunakan produk atau jasa yang sesuai dengan kehendak nasabah.

2) Faktor fasilitas

Fasilitas yang disediakan oleh pihak BMT Al-Makmur akan memudahkan nasabah dan akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi nasabah dalam menggunakan produk yang di sediakan. Seperti yang di katakan oleh Bapak Sawirman selaku marketing di BMT Al-Makmur Cubadak, yaitu:

"Salah satu fasilitas yang kami diberikan kepada nasabah yaitu dengan menjemput angsuran pembiayaan, dan tabungan sehingga hal tersebut dapat memudahkan nasabah dalam

melakukan transaksi"(Sawirman, wawancara, 11 Agustus 2022).

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan nasabah pembiayaan *Murabahah* yaitu Bapak Mulyadi, beliau mengatakan Bahwa :

"Saya melakukan pembiayaan Murabahah di BMT Al-Makmur Cubadak karena saya membutuhkan modal untuk usaha roti, selain itu saya juga nyaman bertransaksi di BMT karena pihak BMT akan menjemput angsuran pembiayaan setiap waktu jatuh tempo pembayaran sehingga saya tidak perlu datang langsung ke BMT" (Mulyadi, wawancara, 11 Agustus 2022)

Hal tersebut juga senada dengan yang di katakan oleh Ibu Patrialis selaku nasabah pembiayaan *Murabahah*. Beliau mengatakan bahwa:

"Ketika waktu pembayaran angsuran pembiayaan jatuh tempo, pihak BMT akan selalu menjemput angsurannya. Dan itu sangat membantu dan memudahkan saya"(Patrialis, 11 Agustus 2022).

Dari hasil wawancara di atas dapat peneliti simpulkan bahwa fasilitas yang di berikan oleh pihak BMT Al-Makmur Cubadak sangat membatu nasabah dalam melakukan pembayaran angsuran, dari fasilitas yang di berikan tersebut akan membuat nasabah nyaman dalam menggunakan produk maupun jasa dari BMT Al-Makmur Cubadak.

3) Faktor sosial

Faktor sosial adalah salah satu faktor dinamik yang memiliki pengaruh sangat besar terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga peranan dan status. Yang dimaksud kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang (Nitisusastro, 2013: 195)

Wawancara yang penulis lakukan dengan Bapak Suhatri Mariko, SEI,M.Sy selaku direktur utama BMT Al-Makmur Cubadak, beliau menyatakan bahwa :

"Pada dasarnya pembiayaan yang disediakan oleh BMT Al-Makmur Cubadak ini memang untuk mengakomodir kebutuhan nasabah, jika nasabah membutuhkan produk untuk pembelian segala macam maka pihak BMT akan mengarahkan untuk menggunakan pembiayaan Murabahah, karena memang pada dasarnya nasabah ini tidak paham dengan jenis pembiayaan yang ada di BMT ini" (Suhatri Mariko, SEI,M.Sy, wawancara, 23 Mei 2022).

Hal ini senada dengan yang di katakan oleh Ibu Yusnimar. Menurut Ibu Yusnimar Erawati sebagai nasabah alasan memilih pembiayaan *Murabahah* karena pada saat itu beliau sedang membutuhkan modal warung, kemudian pihak BMT mengarahkan untuk menggunakan akad *Murabahah*. Sehingga adanya faktor sosial yang memudahkan nasabah untuk mendapat informasi tentang adanya pembiayaan *Murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak. Sedangkan pelayanan yang diberikan karyawan BMT kepada nasabah sangat baik. Sebagaimana dikemukakan oleh Ibu Yusnimar Erawati :

"Saya memilih pembiayaan Murabahah karena saya sedang membutuhkan modal untuk warung, kemudian saya pergi ke BMT untuk melakukan pembiayaan, karena saya tidak memahami tentang akad-akad pembiayaan maka pihak BMT mengarahkan saya untuk menggunakan akad Murabahah"(Yusnimar, wawancara, 25 Mei 2022).

Hal tersebut juga senada dengan yang dikatakan oleh Ibu Patrialis selaku nasabah pembiayaan *Murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak, beliau mengatakan:

"saya melakukan pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak mendapat saran dari tetangga saya yang juga melakukan pembiayaan di BMT, kebetulan pada saat itu saya sedang membutuhkan dana untuk tambahan modal usaha jahit saya, kemudian saya memberi tahu kebutuhan saya ke BMT dan pihak BMT mengarahkan untuk mengambil pembiayaan Murabahah" (Patrialis, wawancara, 25 Mei 2022).

Dari hasil wawancara di atas maka dapat peneliti simpulkan bahwa Nasabah memilih pembiayaan *Murabahah* karena referensi dari pihak luar dan adanya kebutuhan untuk modal usaha. Hal tersebut sangat berkaitan erat dalam mempengaruhi minat nasabah, sebab sosial berhubungan langsung dengan keputusan nasabah.

4) Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengenalkan suatu barang atau jasa, hingga bisa menarik minat masyarakat (pembeli). Menurut Fandi Tjiptono promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan (Shaid, 2022: 1).

Dari hasil wawancara peneliti dengan Bapak Sawirman selaku marketing BMT Al-Makmur Cubadak mengatakan bahwa:

"*Promosi yang kami lakukan hanya ketika menjemput tabungan yaitu dengan cara menjelaskan secara langsung kepada nasabah. Dulu sempat ada brosur ketika awal sampai tiga tahun berdirinya BMT Al-Makmur Cubadak. Tetapi sekarang sudah tidak ada lagi karena nasabah sudah banyak yang tahu tentang BMT Al-Makmur Cubadak ini"*(Sawirman, 23 Mei 2022).

Hal ini juga sama dengan yang dikatakan oleh Ibu Reni selaku nasabah pembiayaan *Murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak, beliau menyatakan:

"*saya mengambil pembiayaan Murabahah karena promosi dari karyawan BMT yang selalu menjemput tabungan teman saya dan juga mendengar tentang pembiayaan tersebut dari mulut ke mulut"*(Reni, wawancara 25 Mei 2022).

Hal tersebut juga di utarakan oleh Ibu Aslinar Wetri selaku nasabah pembiayaan *Murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak. Beliau mengatakan bahwa:

"Saya melalukan Pembiayaan di BMT Al-Makmur karena promosi dari karyawan BMT yang setiap hari menjemput tabungan saya, dan karena saya membutuhkan modal usaha jadi saya mengajukan pembiayaan ke BMT tersebut"(Aslinar Wetri, wawancara 26 Mei 2022)

Promosi merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam menarik minat nasabah. Promosi merupakan media yang digunakan untuk memasarkan produk-produk yang ada di BMT dengan berbagai cara, salah satunya dengan berkomunikasi. Marketing dapat meyakinkan nasabah atau calon nasabah tentang keunggulan-keunggulan yang ada di BMT Al-Makmur Cubadak.

5) Faktor produk

Produk yang ditawarkan oleh BMT Al-Makmur Cubadak mampu mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan akad *Murabahah*. Bapak Suhatri Mariko, SEI,M.Sy selaku direktur BMT Al-Makmur Cubadak mengatakan bahwa:

"*BMT menyediakan dua produk pembiayaan yang sama-sama diminati oleh nasabah yaitu pembiayaan Murabahah dan pembiayaan Ijarah, namun nasabah lebih banyak menggunakan akad Murabahah karena banyaknya kebutuhan nansabah akan modal usaha dan konsumsi"*(Suhatri Mariko, SEI,M.Sy, wawancara 11 Agustus 2022).

Hal ini senada dengan yang di katakan oleh Bapak Beni selaku nasabah pembiayaan Murabahah, beliau mengatakan bahwa:

"produk Murabahah ini banyak pilihan dari sifat penggunaannya. Pembiayaan Murabahah dapat digunakan untuk modal usaha, untuk membeli peralatan sekolah atau kuliah seperti untuk membeli laptop, dan untuk konsumtif yaitu tergantung kebutuhan atau permintaan nasabah"(Beni, 11 Agustus 2022)

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa nasabah menggunakan produk *Murabahah*

karena banyak nya kebutuhan nasabah akan modal usaha dan konsumsi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah tersebut.

6) Pelayanan

Pelayanan merupakan syarat utama bagi kelangsungan hidup suatu lembaga keuangan, pelayanan dapat menentukan laju nya suatu lembaga keuangan. Bapak Suhatri Mariko, SEI,M.Sy selaku direktur utama BMT Al-Makmur Cubadak, beliau menyatakan bahwa :

> *"Salah satu bentuk pelayanan yang kami berikan kepada nasabah yaitu dengan memproses pengajuan pembiayaan nasabah dengan cepat dan melakukan yang terbaik untuk nasabah sehingga nasabah merasa nyaman melakukan transaksi di BMT. Menjaga tutur kata kepada nasabah juga salah satu bentuk pelayanan kami sehingga tidak ada nasabah yang tersinggung"*(Suhatri Mariko, SEI,M.Sy, wawancara, 23 Mei 2022)

Pelayanan yang dilakukan oleh BMT Al-Makmur Cubadak terhadap nasabahnya sangat baik, seperti yang diutarakan oleh Ibu Yusnimar Erawati, Ibu Aslinar Wetri, Ibu Patrianis, Ibu Nofrianti, Bapak Beni Caniago, Ibu Maiyarnis, Ibu Reni, dan Bapak Mulyadi sebagai nasabah BMT Al-Makmur Cubadak, yang menyatakan:

> *"Pelayanan yang di berikan oleh BMT Al-Makmur Cubadak sangat baik, karyawan yang ramah dan sopan, pelayanan cepat dan persyaratan yang mudah"*(nasabah pembiayaan *Murabahah*, wawancara, Mei 2022)

Pelayanan yang dilakukan karyawan terhadap nasabah sudah sangat baik. Hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah dalam memilih melakukan transaksi di BMT Al-Makmur Cubadak. Pelayanan yang baik juga merupakan keinginan nasabah yang harus dipenuhi oleh karyawan sehingga mereka merasa senang dan puas menggunakan jasa dari BMT tersebut.

b. Faktor internal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam diri setiap individu diantaranya yaitu sikap dan keyakinan. Sikap dan keyakinan juga berpengaruh dalam mengambil keputusan. Menurut Ibu Maiyarnis selaku nasabah pembiayaan *Murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak alasan beliau memilih pembiayaan *Murabahah* karena membutuhkan modal usaha untuk warung dan pihak BMT juga menjelaskan bahwa harga jual pembiayaan *Murabahah* yang disetujui tidak akan berubah selama masa pembiayaan sehingga keuntungan bagi nasabah yaitu tidak terjadinya penambahan biaya selama masa pembiayaan melain tetapkan jumlahnya. dan margin yang diberikan juga tidak memberatkan nasabah. Sedangkan pelayanan yang diberikan sangat baik, pencairan cepat dan ramah terhadap nasabah. Jadi ibu Maiyarnis memilih pembiayaan Murabahah karena faktor sikap, keyakinan, dan juga arahan dari BMT. Ibu Maiyarnis mengatakan :

"saya menggunakan pembiayaan Murabahah karena saya membutuhkan modal untuk warung dan saya yakin menggunakan akad ini karena tidak ada nya tambahan biaya yang akan saya keluarkan selama masa pembiayaan seperti yang di jelaskan oleh pihak BMT"(Maiyarnis, wawancara, 25 Mei 2022).

Hal tersebut juga senada dengan yang di sampaikan oleh Ibu Rosmalina selaku nasabah pembiayaan *Murabahah*, beliau mengatakan bahwa:

"*dalam menentukan harga dan keuntungan pihak BMT Al-Makmur Cubadak secara transparan menjelaskan harga beli dan keuntungan dalam Murabahah ditetapkan di awal melakukan transaksi sehingga nasabah tidak bingung berapa angsuran perbulannya, dan tinggat marginnya tidak memberatkan nasabah*"(Rosmalina, wawancara 11 Agustus 2022).

Jadi dapat peneliti simpulkan bahwa sikap dan keyakinan akan mengarahkan seseorang untuk berperilaku konsisten terhadap produk atau jasa yang akan digunakan. Keyakinan nasabah untuk memilih suatu produk atau jasa akan mempengaruhi nasabah tersebut dalam menentukan produk atau jasa yang akan di pilih,

karena sikap dipengaruhi oleh keyakinan begitu juga sebaliknya keyakinan akan menentukan sikap.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *Murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak yaitu dari faktor internal (profit, fasilitas, sosial, promosi, produk, dan pelayanan) dan faktor internal (sikap dan keyakinan). BMT Al-Makmur Cubadak sudah memberikan yang terbaik untuk nasabah dan meyakinkan calon nasabah untuk menggunakan produk BMT Al-Makmur Cubadak.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan direktur BMT Al-Makmur Cubadak terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih akad *Murabahah* diantaranya sebagai berikut:

1. Faktor Eksternal

   Faktor eksternal yang dimaksud disini adalah faktor dari luar yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan akad *Murabahah*, diantaranya adalah:

   a. Profit

      Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan nasabah pembiayaan *Murabahah* BMT Al-Makmur Cubadak bahwa nasabah memilih pembiayaan *Murabahah* tersebut karena harga nya yang murah dan keuntungan yang di ambil dari pembiayaan tersebut yang tidak memberatkan nasabah.

      Seperti yang dikatakan oleh Ibu Rosmalina dan Ibu Nofrianti sejalan yang dengan teori Supranto dan Limakrisna bahwa faktor profit adalah salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi, faktor profit disini adalah keuntungan yang di peroleh oleh BMT tidak memberatkan nasabah.

Jadi profit tersebut sangat berkaitan erat dengan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan akad *Murabahah* untuk melakukan pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak.

b. Fasilitas

Fasilitas yang disediakan oleh BMT Al-makmur Cubadak menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi nasabah dalam melakukan pembiayaan, seperti yang dikatakan oleh Bapak Sawirman dan Bapak Mulyadi bahwa fasilitas yang di berikan oleh pihak BMT, salah satu nya menjemput angsuran pembiayaan ke nasabah sehingga akan mempermudah nasabah sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Supranto dan Limakrina bahwa fasilitas juga dapat berupa segala sesuatu yang dapat memudahkan nasabah dalam mendapatkan kepuasan.

Dari penjelasan tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa fasilitas yang disediakan menjadi salah satu faktor dalam menarik nasabah, sebab fasilitas yang diberikan akan membuat nasabah nyaman dan kepuasan nasabah juga akan terjaga.

c. Sosial

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan pada BMT Al-Makmur Cubadak telah diperoleh nasabah memilih melakukan pembiayaan dengan menggunakan akad *Murabahah* karena ada nya referensi dari pihak luar, yaitu nasabah mendapatkan arahan dari pihak BMT untuk melakukan pembiayaan sesuai dengan kebutuhan nasabah itu sendiri. Banyak nya kebutuhan masyarakat akan modal kerja dan konsumsi menyebabkan nasabah lebih banyak menggunakan akad *Murabahah* dibandingkan akad *ijarah*.

Kurangnya pemahaman masyarakat akan produk-produk yang ada di BMT menyebabkan nasabah memilih pembiayaan sesuai dengan arahan yang di berikan BMT dengan cara

memberitahukan apa yang nasabah butuhkan. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Yusnimar Erawati dan Ibu Patrialis. Hal ini sejalan dengan teori Supranto dan Limakrisna bahwa faktor sosial ini memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perubahan selera masyarakat. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peranan dan status. Kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap seseorang. Hal tersebut dapat membantu masyarakat dalam melakukan pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah itu sendiri.

Jadi faktor sosial tersebut sangat berkaitan erat dalam mempengaruhi minat nasabah dalam memilih akad untuk melakukan pembiayaan.

d. Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengenalkan suatu barang atau jasa, hingga bisa menarik minat masyarakat (pembeli). Menurut Fandi Tjiptono promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan (Shaid, 2022: 1).

Promosi merupakan faktor yang sangat mempengaruhi minat nasabah. Promosi merupakan media dalam memasarkan produk-produk yang ada di BMT Al-Makmur Cubadak, salah satu nya dengan cara berkomunikasi langsung dengan nasabah. Dengan demikian marketing dapat meyakinkan nasabah atau calon nasabah tentang produk yang ada di BMT.

Hasil wawancara yang peneliti lakukan yaitu pendapat dari Ibu Reni selaku nasabah pembiayaan Murabahah di BMT Al-Makmur Cubadak sejalan dengan teori Supranto yaitu promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk

mempengaruhi, meyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan.

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, dapat disimpulkan bahwa tidak adanya brosur sebagai media untuk promosi, namun pihak marketing BMT Al-Makmur Cubadak tetap dapat melakukan promosi dengan sangat baik. Salah satunya dengan cara melakukan komunikasi dengan nasabah, karena dengan komunikasi marketing dapat meyakinkan nasabah atau calon nasabah tentang keunggulan-keunggulan yang ada di BMT Al-Makmur Cubadak sehingga nasabah yakin untuk melakukan transaksi di BMT.

e. Produk

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan nasabah pembiayaan *Murabahah* BMT Al-Makmur Cubadak diperoleh bahwa nasabah memilih pembiayaan *Murabahah* karena banyak nya kebutuhan nasabah akan modal usaha dan konsumsi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah tersebut, seperti yang di katakan oleh Bapak Sawirman dan Ibu Reni sejalan dengan teori Supranto dan Limakrina bahwa produk biasanya selalu dikaitkan dengan kualitas produk. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan memiliki nilai jual yang tinggi dari produk lain.

Jadi, produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan Murabahah karena banyak nya kebutuhan nasabah akan modal kerja dan konsumsi.

f. Pelayanan

Menurut Moenir (2002) pelayanan merupakan kegiatan yang diteruskan oleh organisasi atau perseorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak tidak dapat dimiliki, konsumen yauitu masyarakat yang mendapat manfaat dan

aktivitas yang dilakukan olrh organisasi yang memberikan pelayanan. Pada umumnya pelayanan yang bertarif tinggi akan menhasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering (Kanedi, Utami, & Zulita, 2017: 38).

Pelayanan yang dilakukan oleh BMT Al-Makmur Cubadak terhadap nasabahnya sangat baik, merupakan daya tarik tersendiri bagi nasabah dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembiayaan di BMT tersebut. Karena dengan pelayanan yang baik maka nasabah akan merasa nyaman dan tertarik untuk menggunakan jasa BMT tersebut.

Seperti yang dikatakan oleh Ibu Yusnimar Erawati, Ibu Aslinar Wetri, Ibu Patrianis, Ibu Nofrianti, Bapak Beni Caniago, Ibu Maiyarnis, Ibu Reni, dan Bapak Mulyadi selaku nasabah pembiayaan Murabahah. Hal ini sejalan dengan teori Supranto bahwa pelayanan merupakan syarat utama bagi kelangsungan hidup suatu lembaga keuangan. Dengan pelayanan serta kenyamanan yang diberikan kepada nasabah akan menentukan laju pertumbuhan suatu lembaga keuangan.

Dari penjelasan tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa pelayanan menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam menarik nasabah sebab, pelayanan yang baik adalah keinginan nasabah sehingga nasabah merasa nyaman, senang dan merasa dihargai oleh karyawan BMT tersebut. Dengan demikian nasabah akan tertarik untuk melakukan transaksi kembali di BMT Al-Makmur Cubadak.

2. Faktor Internal

Faktor internal adalah unsur-unsur internal psikologi yang melekat pada setiap individu, dengan kata lain faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri nasabah sendiri. Salah satu faktor tersebut adalah sikap dan keyakinan.

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan faktor internal nasabah dalam memilih pembiayaan dengan akad *Murabahah* di BMT Al-Makmur Cubadak adalah sikap dan keyakinan. Pernyataan yang dikatakan oleh Ibu Maiyarnis sejalan dengan teori Supranto yaitu sikap dan keyakinan akan mengarahkan seseorang untuk berperilaku konsisten terhadap produk atau jasa sehingga sikap nasabah untuk memilih suatu produk atau jasa tersebut akan memengaruhi nasabah untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.

Keyakinan nasabah dalam melakukan pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak karena mereka yakin pembiayaan yang mereka lakukan tidak akan memberatkan nasabah dan melalui pembiayaan yang nasabah lakukan dapat membatu nasabah dalam mengembangkan usaha yang nasabah jalankan. Sikap dan keyakinan nasabah akan mengarahkan nasabah untuk konsisten dalam memilih suatu produk. Karena sikap dipengaruhi keyakinan, begitu juga sebaliknya keyakinan akan menentukan sikap.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di BMT Al-Makmur Cubadak dapat disimpulkan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih akad *Murabahah* yaitu faktor eksternal seperti faktor profit yaitu nasabah memilih pembiayaan Murabahah karena keuntungan yang di peroleh oleh pihak BMT tidak memberatkan nasabah, faktor fasilitas bahwa fasilitas yang di berikan oleh pihak BMT Al-Makmur Cubadak sangat membatu nasabah dalam melakukan pembayaran angsuran, dari fasilitas yang di berikan tersebut akan membuat nasabah nyaman dalam menggunakan produk maupun jasa dari BMT Al-Makmur Cubadak. Faktor sosial yaitu nasabah memilih pembiayaan *Murabahah* karena referensi dari pihak luar. Faktor promosi yaitu promosi yang dilakukan untuk mengetahui tentang produk pembiayaan yang ada di BMT Al-Makmur Cubadak yang dilakukan oleh marketing dan mendapat informasi dari mulut ke mulut. Faktor produk bahwa nasabah memilih pembiayaan *Murabahah* karena banyak nya kebutuhan nasabah akan modal usaha dan konsumsi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah tersebut. Faktor pelayanan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh pihak BMT Al-Makmur Cubadak sangat baik dan ramah terhadap nasabah sehingga nasabah nyaman dan betah dalam melakukan transaksi di BMT. Pelayanan yang cepat dan persyaratan yang mudah juga membuat nasabah nyaman bertransaksi di BMT Al-Makmur Cubadak tersebut. Sedangkan dari faktor internal yaitu sikap dan keyakinan dari dalam diri nasabah itu sendiri. Sikap dan keyakinan akan mengarahkan nasabah untuk konsisten dalam memilih dan menggunakan produk atau jasa sehingga dapat mempengaruhi nasabah untuk membeli suatu produk atau jasa tersebut.

B. Saran

Setelah penulis melakukan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah lebih banyak menggunakan akad *Murabahah* dibandingkan akad *Ijarah* dalam melakukan pembiayaan di BMT Al-Makmur Cubadak, maka penulis dapat memberikan saran yang dapat penulis kemukakan sehubungan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan adalah:

1. Untuk lembaga

   Pada akhir penulisan skripsi ini penulis mempunyai saran untuk BMT Al-Makmur Cubadak agar dapat lebih meningkatkan promosi tentang produk-produk yang ada di BMT seperti mengeluarkan lagi brosur-brosur dengan tujuan agar nasabah atau calon nasabah yang ingin bertransaksi di BMT lebih mudah untuk memahami tentang produk yang ada di BMT. Dan mempertahankan cara kinerja sehingga dapat mempertahankan nasabah lama ataupun menarik perhatian calon nasabah agar tetap menggunakan produk-produk di BMT Al-Makmur Cubadak.

2. Untuk peneliti selanjutnya

   Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi pedoman bagi peneliti selanjutnya serta dapat menambah objek penelitian di BMT Al-Makmur Cubadak sehingga memiliki cakupan yang lebih luas

DAFTAR PUSTAKA

Al-Amin, M. I. (2022). Motivasi adalah hasrat atau dorongan. (Safrezi, Penyunt.)

Amini, A. (2020). Keputusan Pembelian. *Skripsi*.

Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek* . Jakarta : Gema Insani .

Baits, A. N. (2021). Skema Murabahah Syariah.

Choliq, A. (2021). Peran Pengawasan Dalam Meningkatkan Kedisiplinan Kerja Pegawai. *Artikel DJKN*.

Elena, M. (2019). Akad Murabahah Dominasi Pembiayaan Bank Syariah. (Elena, Penyunt.)

Falahuddin, & Aprilia, I. (2017). Analisis Penerapan Akuntansi Pembiayaan Ijarah berdasarkan PSAK No.107 pada PT. Bank Rakyat Indonisa Syariah Cabang Lhokseumawe. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 5*, 79.

Firdaus, & Ariyanti. (2004). *Manajemen Perkreditan Bank Umum.* Bandung : Alfabeta.

Firdiansyah, A. (2021). Apa Itu Marketing? Pelajari Dasar-Dasarnya. (Firdiansyah, Penyunt.)

Hafizhudin , R., & Afriansyah, H. (2019). Konsep Dasar Pengambilan Keputusan. *Jurnal ekonomi, Vol. 1*.

Hamidah, F. (2021). Keunggulan Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah. *https://retizen.republika.co.id*, hal. 1.

haudi . (2021). *Teknik Pengambilan Keputusan* . solok : CV Insan Cendikia Mandiri .

Heykal, M. (2021). Mengenal Akad Murabahah Dan Mengapa Murabahah Populer Sebagai Akad Pembiayaan Di Bank Syariah. (Heykal, Penyunt.)

Hudafi , H., & Lakuanine, A. B. (2021). Penerapan Akad Ijarah Dalam Produk Pembiayaan Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah, Vol.2*.

Ilyas , R. (2015). Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Penelitian, Vol. 9*.

Iska, S., & Nengsih, I. (2016). *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah Non Bank: Teori kw Praktek* . Padang : Jasa Surya.

Jannah, M. (2009). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Murabahah Pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. *Skripsi*.

Justisia, F. (2014). Pembiayaan Murabahah Dalam Perspektif Fiqh Islam, Hukum Positif Dan Hukum Syariah. *Jurnal Ilmu Hukum, Vol.8*.

Kalsum , U., & Saputra, E. R. (2016). Penyertaan Akad Wakalah Pada Pembiaayan Murabahah. *Jurnal Study Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol I*.

Kanedi, I., Utami, F. H., & Zulita, L. N. (2017). Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Kota Bengkulu. *Jurnal Pseudocode, Vol. IV*.

Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya.* Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Khasanah, N. (2019). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan Murabahah. *Skripsi*.

Lifepal/Layanan Bank. (2021). Teller Bank- Jenis, Tugas dan Syaratnya. *Teller Bank- Jenis, Tugas dan Syaratnya*.

Lindawati. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank BRI Syariah Cabang Medan. *Skripsi*.

Melinda, P. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen. *Skripsi*.

Milles, & Huberman . (1992). *Analisis Data Kualitatif* . Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Muhayatsyah, A. (2019). Analisis Penerapan transaksi Ijarah Dan Al-Ijarah Al Muntahiya Bit Tamlik Pada Bank Syariah. *Jurnal Jeskape, Vol. 3*.

Mustofa, I. (2016). *Fiqh Muamalah Kontenporer.* Jakarta : PT. Grafindo Persada .

Nailufar, N. N. (2020). Rapat Anggota Koperasi. *Kompas.com Jernih Melihat Dunia*.

Nailufar, N. N. (2020). Tugas dan wawenang pengurus koperasi. *kompas.com jernih melihat dunia*.

Nasution, S. F. (2021). Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Vol.VI*.

Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* . Bandung: Alfabeta .

Putri , R. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Murabahah Di BMT Al-Hijrah. *Skripsi*.

Rasyid, A. (2018). Uang Muka Dalam Pembiayaan Murabahah.

Riadi, M. (2018). Pengambilan Keputusan (Decision Making).

Rizqi, A. M. (2019). Kenapa Pembiayaan Murabahah Banyak Diminati di Indonesia?

Rofiani, N. (2009). Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegadaian Pada PT.Bank Syariah Mandiri TBK. *Jurnal Ekonomi, Vol.1*.

Sa'diyah , M. (2019). *Fiqih Muamalah II (Teori dan Praktek).* Jawa Tengah : Unisnu Press.

Santoso, H., & Anik. (2015). Analisis Pembiayaan Ijarah Pada Perbakan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam , Vol.01*.

Santoso, H., & Anik. (2015). Analisis Pembiayaan Ijarah Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmia Ekonomi Islam, Vol.01* .

Setiady, T. (2014). Pembiayaan Murabahah Dalam Perspektif Fiqh Islam, Hukum Positif dan Hukum Negatif. *jurnal Ilmu Hukum, Vol 8*.

Shaid, N. J. (2022). Apa Itu Promosi : Pengertian, Tujuan, Jenis, Dan Fungsinya.

Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Persfektif Pemasaran.* Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Supranto, & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen Dan Strantegi Pemasaran (Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis)* (Edisi 2 ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.

Suriyani. (2021). Akad Murabahah: Pengertian, Jenis, Rukun, Syarat, & Contoh.

Tehuayo, R. (2018). Sewa Menyewa (Ijarah) Dalam Sistem Perbankan. *Jurnal Ekonomi, Vol. XIV*.

Ulpah, M. (2020). Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan syariah. *Jurnal Madani Syariah, Vol. 3*.

Zein, A. S. (2018). Analisis Perilaku Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kabupaten Mandailing Natal. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, Vol.4*.