



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA
PEMBIAYAAN SEPEDA MOTOR PADA
PT BPR SYARIAH HAJI MISKIN**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh:

**MEGA SINTIA
NIM. 2130401083**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
TAHUN 2025**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mega Sintia
NIM : 2130401083
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul **"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Sepeda Motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin"** adalah karya sendiri bukan plagiat, kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya saya ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan Perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sumbernya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, Agustus 2025

Saya yang Menyatakan,



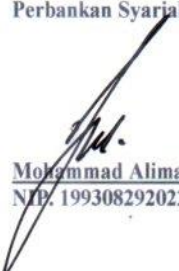
Mega Sintia
NIM. 2130401083

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Mega Sintia NIM: 2130401083 dengan Judul **"Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Sepeda Motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin"** Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *munaqasah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Mohammad Aliman Shahmi, ME
NIP. 199308292022031002

Batusangkar, Juli 2025
Pembimbing


Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 197310072002121001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama **Mega Sintia** NIM: **2130401083** dengan judul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Sepeda Motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin**" telah diuji dalam ujian *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar yang dilaksanakan pada hari Senin, 11 Agustus 2025 dan dinyatakan telah lulus dan dapat diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Perbankan Syariah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP NIP. 197310072002121001	Ketua Sidang/ Pembimbing		26/8-25
2.	Deswita, S.Ag., MA. NIP. 197202102000032001	Penguji I/ Anggota		25/8-25
3.	Lidyana Arifah, M.Si NIP. 198611182020122009	Penguji II/ Anggota		25/8-25

Batusangkar, Agustus 2025

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud
Yunus Batusangkar



Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP
NIP. 197310072002121001

ABSTRAK

Mega Sintia, NIM 2130401083, judul skripsi “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Sepeda Motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin**” Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar tahun 2025.

Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor di PT BPR Syariah Haji Miskin. Permasalahan dalam Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peningkatan jumlah nasabah pembiayaan sepeda motor dari tahun 2020 hingga 2023 meskipun terjadi ketidak stabilan ekonomi dan persaingan antar lembaga keuangan. Faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dikaji dari dua sisi yaitu faktor internal yang meliputi kepercayaan, persepsi, dan kebutuhan pribadi, serta faktor eksternal yang meliputi promosi, kualitas layanan, dan pengaruh sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kedua faktor tersebut yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga validitas data digunakan teknik triangulasi data, yaitu triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor di PT BPR Syariah Haji Miskin yaitu meliputi faktor internal yang terdiri dari faktor motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan, Pribadi dan yang menjadi faktor eksternal yaitu faktor sosial, budaya dan pemasaran. Penelitian ini merekomendasikan agar PT BPR Syariah Haji Miskin terus meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan strategi promosi langsung untuk mempertahankan kepercayaan nasabah.

Kata Kunci: Keputusan Nasabah, Pembiayaan Sepeda Motor, Faktor Internal, Faktor Eksternal

ABSTRACT

*Mega Sintia, Student ID Number 2130401083, thesis title "**Factors Influencing Customer Decisions in Using Motorcycle Financing Services at PT BPR Syariah Haji Miskin**" Study Program Islamic Banking, Faculty of Islamic Economics and Business, Mahmud Yunus State Islamic University, Batusangkar, 2025.*

This study examines the factors influencing customer decisions in using motorcycle financing services at PT BPR Syariah Haji Miskin. The research problem is motivated by the increase in the number of motorcycle financing customers from 2020 to 2023 despite economic instability and competition between financial institutions. Factors influencing customer decisions are examined from two perspectives: internal factors, including trust, perceptions, and personal needs, and external factors, including promotions, service quality, and social influence. The purpose of this study is to determine the influence of these two factors on customer decisions in using motorcycle financing services.

The research method used is field research with a qualitative approach. Data collection techniques were conducted through interviews and documentation. Data analysis utilized the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. To maintain data validity, data triangulation techniques, namely source triangulation, were used.

Based on the results of this study, it can be concluded that the factors influencing customer decisions in using motorcycle financing services at PT BPR Syariah Haji Miskin include internal factors consisting of motivation, perception, learning, trust, and personality, as well as external factors, namely social, cultural, and marketing factors. This study recommends that PT BPR Syariah Haji Miskin continue to improve service quality and maintain direct promotional strategies to maintain customer trust.

Keywords: Customer Decisions, Motorcycle Financing, Internal Factors, External Factors

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Sub Fokus Penelitian	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Definisi Operasional	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
1. Keputusan Nasabah.....	9
2. Keputusan dan Perilaku Konsumen	12
3. Pengertian Pembiayaan.....	18
4. Tujuan Pembiayaan.....	20
5. Jenis-Jenis Pembiayaan.....	21
6. Resiko-Resiko dalam Pembiayaan.....	22
7. Pembiayaan <i>Murabahah</i>	24
8. Pembiayaan Sepeda Motor	36
9. Bank Perekonomian Rakyat Syariah	37
B. Penelitian yang relevan.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian	41

B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	41
C. Instrument Penelitian.....	42
D. Sumber Data	42
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Analisis Data	44
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.....	47
1. Sejarah Berdirinya PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.....	47
2. Visi dan Misi PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.....	49
3. Profil Perusahaan PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek	50
4. Produk-produk PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.....	52
5. Stuktur Organisasi PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.....	54
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	58
1. Hasil Penelitian.....	58
2. Pembahasan	79
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah Tahun 2020-2023	
PT PT BPR Syariah Haji Miskin	4
Tabel 1. 2 Data Jumlah Nasabah Pembiayaan Sepeda Motor Tahun 2020-2023 .	4
Tabel 3. 1 Jadwal waktu penelitian	42
Tabel 4. 1 Profil PT. BPR Syariah Haji Miskin.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Kantor Pusat PT BPR Syariah Haji Miskin	47
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Haji Miskin	55

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi yang terjadi sangat cepat. Mempengaruhi perkembangan dibidang ekonomi yang menuntut kecepatan mobilitas bagi masyarakat. Kebutuhan menunjukkan kekurangan dialami oleh masyarakat pada waktu tertentu, jika kebutuhan karena kekurangan muncul maka individu lebih peka terhadap suatu motivasi untuk memperoleh barang atau jasa. Salah satu pendukung kecepatan mobilitas masyarakat adalah kendaraan bermotor. Kebutuhan akan transportasi untuk memudahkan mobilitas mengharuskan masyarakat untuk memiliki sepeda motor atau mobil. (Utami,2020. 22)

Saat ini kendaraan bermotor bagi sebagian masyarakat Indonesia sudah bukan merupakan barang mewah, Hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah kendaraan bermotor di Indonesia belakangan ini. Ini menunjukkan betapa besar minat masyarakat untuk memiliki kendaraan bermotor. Tapi, mereka terkendala oleh dana. Perbankan dan lembaga keuangan non bank menawarkan kepemilikan kendaraan bermotor dengan fasilitas yang sangat menggiurkan. Namun tidak sedikit masyarakat yang mengiginkan fasilitas pembiayaan secara Syariah. Karena itulah Perbankan Syariah dan Lembaga Keuangan Syariah menggulirkan produk pembiayaan untuk kepemilikan kendaraan bermotor. (Umam,2009)

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana. Pemilik dana percaya kepada penerima dana, bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan pasti akan terbayar. Penerima pembiayaan mendapat kepercayaan dari pemberi pembiayaan, sehingga penerima pembiayaan berkewajiban untuk

mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan dalam akad pembiayaan. (Ismail,2011.105)

Pembiayaan merupakan salah satu fungsi bank syariah, di mana bank akan memberikan pinjaman atau fasilitas dana kepada nasabah yang memerlukan. Salah satu bentuk pembiayaan pada bank syariah ialah *murabahah*. *Murabahah* merupakan pembiayaan dalam hal jual beli, di mana bentuk kegiatan ini ialah menjual suatu barang dengan harga jual yang telah ditambah dengan margin keuntungan berdasarkan kesepakatan bersama. Bentuk kegiatan *murabahah* ialah pelayanan jasa dalam hal jual beli, dimana pihak bank selaku penjual mencari barang atau Sepeda Motor sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan oleh nasabah. Setelah bank menemukan Sepeda Motor yang diinginkan oleh pemesan (nasabah) maka pihak bank akan menghubungi nasabah tersebut dan memberitahukan harga jualnya. Dalam hal ini, bank harus memberitahukan secara jujur harga pokok barang kepada nasabah beserta jumlah keuntungan yang diperoleh. (Sobana,2018. 258)

Salah satu lembaga keuangan syariah yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) memiliki peranan penting dalam merealisasikan akad yang disediakan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) menjadi salah satu lembaga keuangan syariah selain Bank Umum Syariah yang berkembang pesat dan populer di berbagai daerah di Indonesia. (Suhendi,2007.73)

Pembiayaan di BPR Syari'ah merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. Pengertian pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. Secara garis besar, pembiayaan sepeda motor ditujukan untuk pembiayaan yang bersifat konsumtif, seperti pembiayaan untuk pembiayaan rumah, kendaraan bermotor, pembiayaan pendidikan, dan apapun yang sifatnya konsumtif. (Afif & Umam,2022)

Dalam transaksi di bank , khususnya di bank syariah terdapat beberapa macam pembiayaan syariah, salah satunya yaitu pembiayaan *murabahah*. Pada pembiayaan *murabahah*, dimana pembiayaan ini melibatkan dua pihak yang melakukan transaksi jual beli yaitu dengan menjual suatu barang yang seharga dengan barang tersebut dan dengan keuntungan yang sudah disepakati antara kedua belah pihak melalui akad. *Murabahah* merupakan salah satu produk penyaluran dana yang cukup digemari nasabah karena karakteristiknya yang profitable, mudah dalam penerapan, serta dengan *risk factor* yang ringan untuk diperhitungkan dalam penerapan, kemudian bank syariah juga bertindak sebagai pembeli sekaligus penjual barang. (wangsawidjaja,2012.216)

Akad *Al-Murabahah* yaitu akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. *Murabahah* dapat dilakukan secara tunai, bisa juga secara bayar tangguh atau bayar dengan angsuran. *Murabahah* merupakan produk perbankan Islam dalam pembiayaan pembelian barang lokal maupun Internasional. Pembiayaan *Murabahah* mirip dengan kredit modal kerja dari bank konvensional karena itu jangka waktu pembiayaan tidak lebih dari satu tahun. Bank mendapatkan keuntungan dari harga barang yang dinaikkan. Bank membiayai pembelian barang dengan membeli barang itu atas nama nasabahnya dan menambahkan suatu *mark up* sebelum menjual barang itu kepada nasabah atas dasar *cost-plus profit*. (Sutedi,2008.95)

Menurut Perwaatmadja sebagaimana dikutip oleh Adi Nugroho, banyak masyarakat yang berfikir bahwa pembiayaan *murabahah* mirip dengan sistem pinjaman kredit bank konvensional yang menghitung bunganya secara *fixed* atau *flat rate*. Di sisi lain masih banyak bank syariah yang memasukan unsur bonus giro, bagi hasil tabungan dan deposito sebagai *cost of fund* dalam menetapkan margin sehingga jatuhnya lebih tinggi atau sama dengan bunga pinjaman konvensional. (Nugroho,2008.4)

Pembiayaan *murabahah* sendiri di PT BPR Syariah Haji Miskin dari tahun ketahun sudah mengalami kenaikan jumlah nasabah, berikut akan

disajikan perkembangan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* di PT BPR Syariah Haji Miskin.

Tabel 1. 1
Data Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murabahah* Tahun 2020-2023
PT PT BPR Syariah Haji Miskin

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Nominal
1	2020	1632	39.152.707.406
2	2021	1725	59.436.551.701
3	2022	2965	74.109.435.031
4	2023	3153	73.865.892.267

Sumber: *Laporan Keuangan BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek*

Dilihat dari data diatas bahwa jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* mengalami kenaikan dari tahun ketahun dimana pada tahun 2020 jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* sebanyak 1632 orang dengan nominal jumlah pembiayaan sebesar Rp.39.152.707.406, pada tahu 2021 jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* sebanyak 1725 orang dengan nominal jumlah pembiayaan sebesar Rp.59.436.551.701, pada tahun 2022 jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* sebanyak 2965 orang dengan nominal jumlah pembiayaan sebesar Rp.74.109.435.031, setelah itu pada tahun 2023 jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* mengalami kenaikan sebanyak 3153 orang dengan nominal jumlah pembiayaan sebesar Rp. 73.865.892.267.

Tabel 1. 2
Data Jumlah Nasabah Pembiayaan Sepeda Motor Tahun 2020-2023

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase tingkat jumlah nasabah
1	2020	91	-
2	2021	123	35,2%
3	2022	153	23,6%
4	2023	166	8,5%

Sumber: *Dokumen Pembiayaan BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek*

Berdasarkan tabel 1.2 pembiayaan sepeda motor terus mengalami kenaikan tiap tahunnya dimana terdapat 91 nasabah pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin pada tahun 2020, 123 nasabah pada tahun 2021 dengan persentase jumlah nasabah sebesar 35,2%, kemudian pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebanyak 153 orang nasabah dengan persentase jumlah nasabah sebesar 23,6%, setelah itu pada tahun 2023 juga mengalami kenaikan jumlah nasabah sebanyak 166 nasabah dengan persentase jumlah nasabah sebesar 8,5%.

Pada pembiayaan sepeda motor pun terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nasabah untuk melakukan pembiayaan di PT BPR Syariah Haji Miskin, salah satunya yaitu faktor pendapatan. Pendapatan merupakan suatu hasil yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga dari berusaha atau bekerja. Pada hakikatnya seseorang dengan pendapatan yang besar memiliki kelebihan uang yang bisa digunakan untuk keperluan yang lebih banyak lagi. (Nazir, 2014.17) sehingga permintaan kredit leasing akan meningkat. Artinya jika pendapatan masyarakat (seseorang) besar maka akan mampu untuk membeli mobil atau motor, namun ada juga masyarakat yang berpendapatan besar belum tentu membeli mobil secara kredit akan tetapi membelinya secara kontan. Sebaliknya jika pendapatan masyarakat (seseorang) kecil biasanya tidak mampu untuk membeli mobil atau mobil baik itu secara kredit ataupun kontan (Azlan, 2014.11)

Hal yang dikemukakan diatas mendorong penulis untuk mengetahui lebih dalam mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin. Hal ini penulis tuangkan dalam skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Sepeda Motor Pada PT BPR Syariah Haji Miskin”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis paparkan diatas maka yang menjadi fokus penelitian ini yaitu **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Sepeda Motor Pada PT BPR Syariah Haji Miskin.**

C. Sub Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di paparkan di atas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa Saja Faktor Internal Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Sepeda Motor Pada PT BPR Syariah Haji Miskin?
2. Apa Saja Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Sepeda Motor Pada PT BPR Syariah Haji Miskin?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pernyataan diatas maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor internal yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca secara:

1. Teoritis

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu diharapkan dapat digunakan sebagai bahan

referensi teoritis serta menjadi sumber informasi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

2. Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti sebagai satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar serta sarana mempraktekkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan dan untuk menambah wawasan.

b. Bagi akademisi

Diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi dan dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah wawasan keilmuan dan dapat digunakan sebagai masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian serupa.

c. Bagi instansi

Diharapkan dapat menjadi masukan bagi BPR Syariah Haji Miskin untuk meningkatkan layanan dan lainnya terhadap pembiayaan sepeda motor.

d. Bagi pembaca

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka manfaat yang dapat dipelajari dari penelitian ini adalah semoga hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai menambah wawasan dalam membuat penelitian selanjutnya.

F. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalah pahaman dan mempermudah pemahaman dalam memahami masalah yang penulis maksud maka perlu dijelaskan istilah-istilah yang memungkinkan terjadinya perbedaan pemahaman bagi pembaca. Maka penulis menjelaskan hal-hal sebagai berikut:

Faktor, adalah kondisi yang mengakibatkan terjadinya sesuatu. Faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya sebuah keinginan atau minat

cukup banyak. Faktor dapat dikelompokkan menjadi dua sumber, yaitu faktor yang bersumber dari dalam diri seseorang atau individu, dan faktor yang bersumber dari luar seseorang antara lain keluarga, lingkungan, dan sebuah komunitas.(Hasibuan,2008.205). Faktor yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri nasabah, seperti kepercayaan nasabah terhadap BPR Syariah Haji Miskin dan sebagainya. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri nasabah, seperti promosi atau layanan yang diberikan oleh BPR Syariah Haji Miskin.

(Kotler dan keller, 2012) menyatakan bahwa, keputusan konsumen untuk menggunakan produk merupakan suatu proses penyelesaian masalah yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan atau keinginan akan suatu produk yang tepat dan sesuai keinginan. (Haryanti&Tripalupi, 2022)

Keputusan Nasabah, Keputusan adalah proses mental atau fisik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam memilih satu tindakan atau pilihan dari banyak pilihan. Keputusan dapat dibuat dalam berbagai situasi, mulai dari keputusan yang dibuat secara pribadi hingga keputusan yang dibuat dalam konteks bisnis yang kompleks. Tujuannya untuk mencapai keuntungan maksimal, mengurangi risiko, memenuhi kebutuhan, atau mencapai tujuan jangka panjang lainnya. (Nugraha,2021) Keputusan nasabah yang penulis maksud adalah keputusan yang di ambil nasabah untuk menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor pada BPR Syariah Haji Miskin.

Pembiayaan Sepeda Motor, adalah cara untuk mendapatkan dana untuk membeli sepeda motor, baik melalui pinjaman, leasing atau kredit motor syariah. Pembiayaan sepeda motor yang penulis maksud adalah pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin.

Jadi dapat disimpulkan maksud dalam penelitian ini adalah apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil atau menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Keputusan Nasabah

Keputusan adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu: (1) Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, (2) Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik, dan (3) Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekatkan pada tujuan tersebut. Jadi Keputusan adalah suatu pengakhiran dari pada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. (Maskiri,2010:46)

Kotler mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilakukan konsumen.(Kotler, 2002)

Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli. Dalam industri perbankan, yang menjadi konsumen adalah nasabah yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank. Dalam UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dijelaskan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa Bank Syariah atau UUS. Pada poin berikutnya dijelaskan bahwa nasabah dapat dibedakan menjadi tiga yaitu nasabah penyimpan, nasabah investor dan nasabah penerima fasilitas. (maulana, hasnita, & evriyenni, 2019: 130)

Pengambilan keputusan adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Keputusan pembelian merupakan tahap dari proses keputusan pembeli yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk. (Juniar, Johannes, dan Indrawijaya, 2019:145)

Perilaku konsumen merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen untuk membeli atau mengonsumsi produk atau jasa. Menurut Kotler (2005:203) keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal, faktor eksternal. Pengaruh faktor internal (motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan, sikap, usia, pekerjaan, dan gaya hidup), sedangkan faktor eksternal merupakan masukan informasi bagi konsumen yang berasal dari sosial, budaya, usaha-usaha pemasaran yang dilakukan perusahaan seperti produk, harga, lokasi, dan promosi.

Terdapat dua faktor penting yang memengaruhi pengambilan keputusan yang menentukan respon nasabah. Pertama, faktor yang berasal dari nasabah itu sendiri atau disebut juga faktor internal, yang terdiri dari proses kognitif yang meliputi kebutuhan atau motivasi, persepsi, sikap, dan karakteristik nasabah yang sifatnya non kognitif, yaitu aspek demografi, gaya hidup dan kepribadian nasabah. Kedua, faktor yang berasal dari luar nasabah atau faktor eksternal, yakni pengaruh dari lingkungan yang terdiri atas nilai budaya, pengaruh sub dan lintas budaya, kelas sosial, *face to face group*, dan situasi lain yang menentukan. Dari faktor lingkungan, nasabah memperoleh masukan berupa informasi yang dapat mengomunikasikan sesuatu dan menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan. (Suryani, 2017)

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih:

a. Produk.

Menurut Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk merupakan apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka. Terdapat beberapa indikator dari produk yaitu :

- 1) Fitur atau Informasi, yaitu karakteristik atau perlengkapan yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
- 2) Keandalan, yaitu berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
- 3) Kesesuaian, yaitu berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
- 4) Pemahaman nasabah, yaitu pengetahuan nasabah atau konsumen terhadap produk yang dijual atau ditawarkan. (Daga & Citra, 2017)

b. Kualitas Pelayanan.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Selain produk, kualitas pelayanan juga mempengaruhi keputusan nasabah memilih sebuah asuransi, karena dengan adanya pelayanan yang diberikan perusahaan kepada nasabah pastinya akan mempengaruhi nasabah untuk memilih sebuah perusahaan asuransi atau tetap lanjut dengan perusahaan asuransi yang

telah dipakainya tersebut. Terdapat beberapa indikator dari kualitas pelayanan yaitu :

- 1) Kehandalan, yaitu meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya, terutama memberikan jasa secara tepat waktu, dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, tanpa melakukan kesalahan setiap kali.
- 2) Jaminan, Kualitas pelayanan ditunjukkan dari aspek jaminan yang diberikan pegawai kepada nasabah sudah baik. Hal ini terlihat dari sikap petugas yang sopan dan ramah saat melayani nasabahnya serta ketepatan waktu dalam menyelesaikan jasa yang dibutuhkan oleh nasabah.
- 3) Empati, setiap kegiatan pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan. Empati dalam suatu pelayanan adalah perhatian lebih yang harus diberikan, keseriusan, simpatik terhadap kebutuhan pelanggan
- 4) Bukti Fisik, merupakan fasilitas fisik yang harus ada dalam proses pelayanan yang ditunjukkan oleh pihak pemberi dalam berbagai bentuk. (Tjiptono, 2007)

2. Keputusan dan Perilaku Konsumen

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, setiap orang pasti pernah mempertimbangkan sesuatu hal sebelum melakukan keputusan pembelian. artinya seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. (Aprizal, 2018: 23)

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena akan menjadi suatu pertimbangan suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan. Keberhasilan

perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen melalui strategi pemasaran, serta melakukan inovasi pada varian-varian baru suatu produk. Proses pengambilan keputusan yang sangat rumit melibatkan beberapa variabel yang memengaruhi keputusan pembelian. Suatu keputusan pembelian seringkali dihadapkan pada dua pilihan antara beberapa alternatif (Kurniawan, 2018:4)

Philip Kotler dan A.B Susanto menyatakan Keputusan pembelian adalah mengidentifikasikan semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan objektif serta sasaran yang menentukan keuntungan serta, kerugiannya masing-masing. Pemasar harus mendalami berbagai pengaruh terhadap para pembeli dan mengembangkan suatu pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya para konsumen membuat keputusan pembelian mereka. Para pemasar harus mengidentifikasi siapa yang membuat keputusan pembelian, jenis keputusan pembelian, dan langkah-langkah dalam proses pembelian. (Gunarsih dkk, 2021:70)

b. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan langsung yang terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Menurut Mowen dan Minor, perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi berbagai produk, jasa, pengalaman serta ide-ide. (Freddy Rangkuti. 2009: 91)

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah bidang ilmu yang mempelajari bagaimana cara individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka. (Kotler, 2005:210).

Ada pun Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu dapat dilihat dari segi faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari faktor Budaya, Sosial, dan Faktor pemasaran. Sedangkan faktor internal yaitu faktor pribadi dan psikologi.

1) Faktor Eksternal

a) Budaya

Faktor budaya dapat mempengaruhi paling luas dan paling dalam bahkan melebihi perilaku konsumen secara pribadi dan pengambilan keputusan. (Darmanto, 2016: 141)

b) Sosial

Faktor sosial juga mempengaruhi perilaku pembeli kelompok referensi seseorang keluarga, teman-teman, organisasi sosial, asosiasi profesional mempengaruhi pilihan produk dan merek dengan kuat. (Darmanto, 2016: 142)

c) Pemasaran

(1) Produk

Produk ialah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

(2) Harga

Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang penting dalam dunia perdagangan khususnya dalam dunia persaingan bagi setiap perusahaan. menurut gito sudarmo “Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang dan jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya

(3) Promosi

Promosi merupakan aspek penting kegiatan pemasaran, sebab promosi dapat mempengaruhi perilaku konsumen, terhadap produk perusahaan. Disamping itu promosi dapat digunakan sebagai komunikasi antara produsen ke konsumen. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai sarana yang efektif

untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada maupun mendapatkan yang baru.

- (a) Iklan, misalnya dengan menayangkan iklan produk pembiayaan, tabungan giro, deposito dan lainnya melalui media massa seperti surat kabar lokal, radio, pemasangan papan reklame dan spanduk serta pemberian brosur pada masyarakat
- (b) Penjualan langsung, dapat dilaksanakan oleh cabang kepada masyarakat sehingga masyarakat menjadi tertarik untuk menggunakan produk dan jasa bank melalui cabang tersebut.
- (c) Penjualan pribadi, penjualan ini secara khusus dilaksanakan oleh petugas yang disebut *costomer service* (CS). Karyawan bank mulai dari satpam sampai pimpinan bank harus mampu menjelaskan kepada nasabah tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank. (Ikatan bankir Indonesia 2014)

2) Faktor Internal

a) Faktor Pribadi

(1)Usia

Bertambahnya usia tidak dapat dihindarkan. Dengan berjalannya usia maka terjadi pula perubahan pola konsumsi dan tambahan kebutuhan untuk masing-masing usia.

(2)Pekerjaan

Pekerjaan juga dapat mempengaruhi seseorang individu dalam perilaku konsumsinya, seperti seseorang yang membutuhkan sepeda motor untuk pekerjaannya

(3)Situasi Ekonomi

Dalam perilaku pembelian, sedikit banyak juga dipengaruhi oleh situasi ekonomi, dengan berubahnya situasi

ekonomi maka biasanya akan merubah perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

(4) Kepribadian Dan Konsep Diri

Kepribadian adalah konsep diri seseorang yang berarti cara pandang konsumen terhadap dirinya sendiri. Dengan mengetahui konsep diri seseorang pemasar akan mengetahui tujuan pembelian bagi konsumen. (Philip Kotler dan Gary Amstrong, 1997:233)

b) Psikologi

Faktor psikologis adalah salah satu faktor yang cukup dominan dalam menentukan proses keputusan pembelian, sebab pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh daur hidup keluarga dan kepribadiannya. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu :

- (1) Motivasi, Seorang individu dalam kehidupan bermasyarakat juga memerlukan motivasi untuk menjalani hidupnya, motivasi sendiri juga dapat mempengaruhi seorang individu dalam melakukan perilaku pembelian.
- (2) Persepsi, merupakan rangsangan yang tereliminir, terorganisir dan teranalisa. Sering kali seorang individu dihadapkan pada suatu pilihan, dalam pemilihan suatu barang misalnya, dengan adanya persepsi maka seorang individu dapat memilih sesuai dengan persepsi yang tertanam dalam dirinya.
- (3) Proses belajar, yaitu dalam melakukan tindakan seorang individu tidak lepas dari pembelajaran, perubahan perilaku individu dalam pembelian juga dipengaruhi oleh pengalaman dan pembelajaran dari pembelian sebelumnya. Ahli teori ilmu pengetahuan mengatakan bahwa pengetahuan seseorang dihasilkan melalui suatu proses yang paling mempengaruhi dari dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan.

(4) Keyakinan dan sikap, Seorang pemasar biasanya memerhatikan keyakinan konsumennya akan produknya, sering kali seorang pemasar harus merubah iklannya untuk membentuk keyakinan individu dalam pemilihan suatu produk.

Menurut Kotler (2005:220), perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor:

- 1) Faktor kebudayaan yang terdiri dari budaya, sub-budaya dan kelas sosial
- 2) Faktor sosial yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status
- 3) Faktor psychological yang terdiri dari Motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap

Aspek sosial-budaya merupakan salah satu dimensi kajian yang menarik dalam perilaku konsumen, terutama yang berhubungan dengan bagaimana konsep-konsep sosial-budaya dalam mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen. Setidaknya terdapat tiga alasan pentingnya mempelajari pengaruh budaya terhadap perilaku konsumen. Pertama, budaya mempengaruhi struktur konsumsi. Kedua, budaya mempengaruhi bagaimana individu mengambil keputusan, Ketiga, budaya adalah variabel utama dalam penciptaan dan komunikasi makna di dalam produk.

Budaya menurut Mangkunegara (2005:83), budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreatifitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Terdapat 4 (empat) komponen dalam budaya, yaitu:

- 1) merupakan konsep yang komprehensif atau menyeluruh, sebab budaya meliputi hampir semua hal yang mempengaruhi proses pemikiran individu dan perilakunya
- 2) budaya adalah sesuatu yang diperoleh (*culture is acquired*) yang berarti tidak melalui respon dan predisposisi yang diwariskan,

namun karena sebagian besar perilaku manusia dipelajari dari pembawaan sejak lahir, maka budaya benar-benar mempengaruhi perilaku,

- 3) budaya memberikan batas (*boundary*) di dalam batas mana individu atau perorangan berpikir dan bertindak
- 4) ciri pengaruh budaya ialah bahwa orang jarang menyadarinya, sehingga seorang berperilaku, berpikir dan merasa konsisten dengan anggota lainnya dari budaya yang sama sebab kelihatannya secara alamiah apa yang dilakukannya sudah benar. Batas untuk mana budaya memberikan ruang gerak pada perilaku disebut norma, yaitu aturan yang secara spesifik menyebutkan atau melarang perilaku tertentu dalam situasi tertentu.

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

Sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi terhadap suatu obyek, memihak atau tidak memihak yang merupakan keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi) dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya.

3. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Maka pembiayaan dapat diartikan sebagai penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu untuk nasabah yang sedang membutuhkan dana untuk modal usahanya. Pembiayaan tersebut sangat berperan penting dalam pertumbuhan perekonomian masyarakat menengah kebawah. Dengan adanya

pembiayaan, maka kebutuhan mereka dapat terpenuhi untuk melakukan usahanya. (Muhammad & Guntoro, 2021)

Pembiayaan secara luas berarti "*financing* atau pembelanjaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dikerjakan oleh orang lain". Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan, seperti bank syariah kepada nasabah. Pengertian pembiayaan secara umum adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. (Johari, Yolanda & Suryani, 2023)

Menurut Danupranata (2013) pembiayaan adalah pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang tergolong mengalami kekurangan dana, pembiayaan produktif adalah jenis pembiayaan untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi, sedangkan pembiayaan konsumtif adalah digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan saat dipakai untuk memenuhi kebutuhan. (Danupranata dalam Nurhadi, 2018:17)

Produk lembaga keuangan perbankan syariah diantaranya adalah pembiayaan. Menurut Sumiyanto (2008) sebagaimana dikutip Ria (2018), "Pembiayaan merupakan Keuangan maka keuangan adalah kegiatan menyalurkan dana yang terkumpul kepada pengguna dana, silakan pilih jenis usaha yang dibiayai perusahaan yang produktif diciptakan, menguntungkan dan dikelola anggota yang jujur dan bertanggung jawab" Standar perbankan dalam sistem perbankan syariah Indonesia sudah ada sejak tahun 1992 yang disebut bank bagi hasil.

Pembiayaan merupakan salah satu jenis produk dan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain yang operasionalnya

berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana pembiayaan kepada pihak lain didasarkan pada prinsip kepercayaan yang diberikan oleh pihak pemilik dana kepada penerima dana. Pemilik dana memberi kepercayaan kepada penerima dana bahwa ia akan melunasi dana pembiayaan yang ia terima, oleh karena itu penerima pembiayaan memiliki kewajiban untuk mengembalikan dana pembiayaan yang telah ia terima sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati dalam akad pembiayaan. (Ria, 2018)

Prinsip Pembiayaan di Lembaga Keuangan Syariah

- a. Tidak ada transaksi keuangan berbasis bunga (*riba*)
- b. Pengenalan pajak religius atau pemberian sedekah, zakat
- c. Pelarangan produksi barang dan jasa yang bertentangan dengan hukum Islam (haram)
- d. Penghindaran aktivitas ekonomi yang melibatkan *maysir* (judi) & *gharar* (transaksi yang tidak jelas)
- e. Penyediaan *takaful* (asuransi Islam) (Ghozali, 2020)

Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Lembaga keuangan harus menerapkan prinsip kehati-hatian dalam melakukan analisis kelayakan pembiayaan guna mengurangi risiko yang akan dihadapi. Prinsip ini dilakukan supaya lembaga keuangan syariah bank maupun non bank selalu dalam keadaan sehat, *likuid* (asset yang dengan cepat dapat dikonversi menjadi uang tunai), *solvent* (asset yang cukup untuk melunasi hutang) dan menguntungkan (*profitable*). (Andrianto & Firmansyah, 2019).

4. Tujuan Pembiayaan

Adapun secara makro, pembiayaan bertujuan sebagai berikut:

- a. Peningkatan ekonomi umat. Masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi

- b. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha. Untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak yang minus dana, sehingga dapat digulirkan
- c. Meningkatkan produktifitas, yaitu dengan adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat agar mampu meningkatkan daya produksinya
- d. Membuka lapangan kerja baru, yaitu dengan dibukanya sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja.

Sedangkan secara mikro, pembiayaan memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Upaya memaksimalkan laba. Yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mencapai laba maksimal, maka perlu dukungan dana yang cukup
- b. Upaya meminimalkan resiko. Usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan resiko yang timbul
- c. Pendayagunaan sumber ekonomi. Sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan mixing antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal
- d. Penyaluran kelebihan dana dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (*surplus*) kepada pihak yang kekurangan (*minus*) dana.
(Ahmad, 2023:126)

5. Jenis-Jenis Pembiayaan

Menurut cara penggunaannya, pembiayaan dapat dikategorikan menjadi dua kelompok utama yaitu:

- a. Pembiayaan *produktif*, merupakan pendanaan yang digunakan untuk membiayai semua kebutuhan dalam proses produksi, seperti untuk pengembangan usaha, baik itu dalam sektor produksi, perdagangan, atau investasi. Pembiayaan produktif ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu pembiayaan modal kerja untuk membiayai operasional bisnis dan

pembiayaan investasi untuk pembelian aset. Berdasarkan kebutuhannya, pembiayaan produktif bisa terbagi menjadi dua kategori:

- 1) Pembiayaan modal kerja menyediakan dana dengan jangka waktu singkat (maksimal 1 tahun) untuk membantu perusahaan memenuhi kebutuhan operasionalnya. Prinsip-prinsip syariah seperti *mudharabah*, *murabahah*, *salam*, dan *qardh* dapat diterapkan dalam pembiayaan modal kerja.
 - 2) Pembiayaan investasi menyediakan dana dengan jangka waktu menengah hingga panjang untuk mendukung kegiatan investasi atau penanaman modal perusahaan. Dana ini dapat digunakan untuk pembangunan pabrik, pembelian mesin, dan layanan terkait rehabilitasi atau ekspansi usaha. Penerapan prinsip-prinsip syariah seperti *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah*, *istishna*, dan *ijarah* dimungkinkan dalam pembiayaan investasi.
- b. Pembiayaan konsumtif menyediakan dana untuk memenuhi berbagai kebutuhan pribadi dan gaya hidup. Dana ini digunakan untuk membeli barang-barang dan jasa yang akan habis digunakan dalam waktu singkat. Contohnya, pembayaran tagihan rumah tangga. Pembiayaan konsumtif dan produktif memiliki pendekatan berbeda dalam menilai risiko. Pada pembiayaan konsumtif, fokusnya pada kemampuan finansial individu, seperti pendapatan dan riwayat untuk membayar kembali pinjaman. Sedangkan pada pembiayaan produktif, analisisnya lebih kompleks dan melibatkan penilaian terhadap kemampuan keuangan bisnis, seperti arus kas, *profitabilitas*, dan jaminan yang ditawarkan. (Zulkifli, 2007).

6. Resiko-Resiko dalam Pembiayaan

Resiko dalam dunia perbankan merujuk pada kemungkinan peristiwa, yang bisa diprediksi atau tidak, yang berpotensi memberikan dampak negatif terhadap pendapatan dan modal sebuah bank (Rahmat, 2019). Untuk memulai proses manajemen risiko, langkah pertama yang harus diambil oleh bank adalah melakukan identifikasi risiko secara teliti.

Hal ini melibatkan pemahaman yang sangat mendalam tentang semua risiko yang telah ada, serta potensi risiko yang mungkin muncul dari pelaksanaan operasi bisnis baru dari bank tersebut. Dalam evaluasi risiko, penting untuk memperhitungkan kemungkinan risiko yang timbul dari perusahaan yang terhubung dengan bank tersebut. Dalam memberikan pembiayaan, bank syariah tak dapat menghindari risiko. Beberapa risiko yang dihadapi bank syariah minimalnya disebabkan oleh tiga faktor utama, yaitu :

- a. Risiko yang muncul akibat perubahan situasi bisnis nasabah setelah pembiayaan diberikan. Risiko ini meliputi:
 - 1) *Over trading* terjadi ketika seorang nasabah berusaha untuk memperluas usahanya dengan melakukan transaksi dalam jumlah besar, namun dengan modal yang terbatas.
 - 2) *Adverse trading* berlangsung ketika nasabah memperluas aktivitas bisnisnya dengan menerapkan biaya tetap yang tinggi setiap tahunnya, dan terlibat dalam pasar yang mengalami *fluktuasi* penjualan yang tidak stabil.
 - 3) *Liquidity run* adalah situasi di mana nasabah mengalami kesulitan dalam memperoleh dana tunai karena adanya penurunan pendapatan dan peningkatan belanja yang tidak terduga
- b. Risiko yang muncul dari keterlibatan komitmen modal terlalu besar.

Sebuah perusahaan bisa terperangkap dalam tanggungan finansial yang berlebihan dan menyetujui perjanjian untuk pengeluaran yang substansial. Jika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajibannya, bank bisa terpaksa untuk mencairkan asetnya. Bank dan pemberi pinjaman seringkali sulit untuk mengendalikan pengeluaran yang melebihi batas yang ditetapkan oleh perusahaan. Meskipun begitu, bank dapat berusaha untuk mengawasi keadaan dengan mengamati, laporan keuangan terkini dari perusahaan yang menunjukkan kewajiban keuangan, termasuk pengeluaran untuk investasi modal.

c. Risiko yang muncul akibat kurangnya evaluasi yang cermat oleh bank.

Ada tiga jenis risiko yang mungkin terjadi ketika analisis bank kurang mendalam, yaitu:

1) Analisis pembiayaan yang kurang tepat.

Risiko ini timbul disebabkan dari awal, nasabah tersebut memang memiliki risiko tinggi. Keputusan untuk memberikan pembiayaan mungkin tidak dapat dianggap valid. Seringkali, kesalahan dalam proses pengambilan keputusan terjadi karena keterbatasan informasi yang dapat diakses.

2) *Creative accounting*

Creative accounting mencerminkan pemanfaatan kebijakan akuntansi suatu perusahaan dengan tujuan memberikan informasi yang menyesatkan mengenai laporan keuangan perusahaan tersebut.

3) Profil nasabah

Seringkali nasabah dengan sengaja melakukan manipulasi terhadap bank dengan menciptakan pembiayaan yang gagal bayar. Oleh karena itu, bank harus tetap waspada terhadap kemungkinan ini dan membuat keputusan berdasarkan informasi objektif tentang karakter peminjam. (Riduan, 2009)

7. Pembiayaan *Murabahah*

a. *Murabahah* dalam Sistem Perbankan Islam

Bank-bank Islam mengambil *murabahah* untuk memberikan pembiayaan jangka pendek kepada kliennya untuk membeli barang walaupun klien tersebut mungkin tidak memiliki uang tunai untuk membayar. *Murabahah* sebagaimana digunakan dalam perbankan Islam, ditemukan terutama berdasarkan dua unsur harga membeli dan biaya terkait dan kesepakatan berdasarkan *mark-up* (keuntungan).

Adapun kelebihan kontrak *murabahah* (pembayaran yang ditunda) adalah sebagai berikut :

- 1) Pembeli mengetahui semua biaya yang semestinya serta mengetahui harga pokok barang dan keuntungan (*mark-up*) yang diartikan sebagai persentase harga keseluruhan dan ditambah biaya-biayanya.
- 2) Subyek penjualan adalah barang dan komoditas.
- 3) Subyek penjualan hendaknya memiliki penjual dan dimiliki olehnya dan ia seharusnya mampu mengirimkannya kepada pembeli.
- 4) Subyek penjualan memiliki penjual dan dimiliki olehnya dan ia hendaknya mampu mengirimkannya kepada pembeli.
- 5) Pembayaran yang ditunda.

Murabahah sebagaimana diyakini disini, diterapkan pada setiap pembiayaan dimana ada komoditas yang dapat diidentifikasi untuk dijual.

Bank-bank Islam pada umumnya menggunakan *murabahah* sebagai metode utama pembiayaan yang merupakan hampir 75 % dari asetnya. Persentase ini secara kasar bagi bank-bank Islam dan juga sistem-sistem perbankan Islam di Pakistan dan Iran Pada awal 1984 di Pakistan keuangan jenis *murabahah* berjumlah hampir 80% dari seluruh keuangan dalam investasi deposito bagi hasil. Sedangkan dalam kasus Bank Islam Dubai (DIB), Bank Islam sektor swasta paling awal keuangan *murabahah* berjumlah 80% dari seluruh keuangan untuk tahun 1989. Bahkan untuk Bank Pembangunan Islam (IDB), lebih dari 10 tahun periode pembiayaan 73% seluruh keuangan berdasarkan *murabahah* pada pembiayaan keuangan perdagangan luar negerinya.

Beberapa alasan diberikan popularitas *murabahah* dalam pelaksanaan investasi perbankan Islam:

- 1) *Murabahah* adalah mekanisme penanaman modal jangka pendek dan dibandingkan dengan pembagian untung rugi atau bagi hasil.
- 2) *Mark-up* dalam *murabahah* dapat dibandingkan dengan bank-bank yang berbasis bunga dimana bank Islam sangat kompetitif.
- 3) *Murabahah* menghindari ketidakpastian yang dilekatkan pada perolehan usaha berdasarkan system bagi hasil (PLS).

- 4) *Murabahah* tidak mengizinkan bank Islam untuk turut campur dalam manajemen. (Hannanong, 2017:86)

b. Landasan Hukum *Murabahah*

1) Al-qur'an

Dalam quran surah annisa' dan al baqarah yang artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S. An-Nisaa’: 29).

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya” (Q.S. Al-Baqarah: 275)

2) Hadits

“Dari Suhaib ar Rumi r.a. bahwa Rasulullah saw. bersabda ‘Tiga hal yang didalamnya Pembiayaan *Murabahah* Pada Perbankan Syariah di Indonesia Rayah Al-Islam, Vol. 8, No. 3, Agustus, 2024 1529 terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual” (H.R. Ibn Majah dari Suhaib). “Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka” (H.R. Al-Baihaqi dan Ibnu Majah).

3) Fatwa DSN-MUI

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 04 DSN-MUI/IV/2000 tanggal 1 April 2000 tentang *murabahah*, yang mana berisi:

a) Ketentuan Umum:

- (1) Bank dan nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas riba.
- (2) Barang yang diperjual belikan tidak diharamkan oleh syariat Islam.
- (3) Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
- (4) Bank membeli barang yang diperlukan oleh nasabah atas nama bank sendiri dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
- (5) Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara hutang.
- (6) Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
- (7) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
- (8) Untuk mencegah terjadi penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
- (9) Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang kepada pihak ketiga, akad jual beli *murabahah* harus dilakukan setelah barang secara prinsip menjadi milik bank.

b) Ketentuan *murabahah* kepada nasabah:

- (1) Nasabah menyampaikan pengajuan dan membuat perjanjian pembelian suatu barang atau aset kepada bank.
- (2) Jika bank menerima pengajuan tersebut, maka ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah kepada pedagang.

(3) Bank kemudian menawarkan aset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membelinya) sesuai dengan perjanjian yang telah disepakatinya karena secara hukum perjanjian tersebut mengikat. Kemudian, kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli.

(4) Dalam jual beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.

(5) Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, maka biaya yang telah dikeluarkan harus dibayar dari uang muka yang telah disetorkan.

(6) Jika nilai uang muka kurang dan kerugian harus ditanggung oleh bank, maka bank dapat meminta sisa kerugiannya kepada nasabah.

(7) Jika uang muka memakai kontrak '*urbun*' sebagai alternatif dari uang muka, maka:

(a) Jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga.

(b) Jika nasabah batal membeli, maka uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut dan jika uang muka tidak mencukupi, maka nasabah wajib melunasi kekurangannya.

c) Jaminan dalam *murabahah*:

(1) Jaminan dalam *murabahah* dibolehkan agar nasabah serius dengan pesannya.

(2) Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.

d) Hutang dalam *murabahah*:

(1) Secara prinsip penyelesaian hutang nasabah dalam transaksi *murabahah* tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan oleh nasabah dengan pihak ketiga atas barang

tersebut. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, maka ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan hutangnya kepada bank.

(2) Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, maka ia tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya.

(3) Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, maka nasabah tetap harus menyelesaikan hutangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.

e) Penundaan pembayaran dalam *murabahah*:

(1) Nasabah yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda penyelesaian hutangnya.

(2) Jika nasabah sengaja menunda pembayaran atau salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya, maka dapat diselesaikan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah musyawarah yang dilakukan tidak mencapai kesepakatan.

f) Bangkrut dalam *murabahah*:

Jika nasabah telah dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan hutangnya, maka bank harus menunda tagihan hutang sampai ia menjadi sanggup kembali atau berdasarkan kesepakatan. (Muchsony & Mursyid, 2024)

c. Akad *Murabahah*

Akad *murabahah* adalah salah satu akad yang sering dimunculkan dalam perbankan Syariah untuk kegiatan perusahaan dalam pembiayaan syariah. Akad ini sering ditawarkan oleh pihak bank kepada nasabah dan sering masyarakat menggunakannya, dengan alasan keunggulan dari akad tersebut yang dimana bank mampu menguasai mata rantai dalam jual beli (produsen, distributor, agen, sampai toko sekalipun). (Hutagalung & Arif, 2023: 291)

Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan keuntungan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu. Perbedaan antara harga jual dengan harga beli barang disebut dengan margin keuntungan. (Johari, Yolanda & Suryani, 2023)

Dominasi pembiayaan *Murabahah* menunjukkan bahwa pembiayaan tersebut mempunyai banyak keuntungan bagi bank syariah. Pertama kepastian pembeli, dimana bank syariah tidak akan membelikan suatu barang kecuali sudah ada pembelinya. Kedua, kepastian keuntungan, dimana bank syariah dapat memastikan keuntungan atas suatu barang yang dijualnya. Ketiga, pembiayaan *murabahah* lebih mudah diaplikasikan pada saat sekarang ini. (Hakim & Anwar, 2017:214)

Murabahah merupakan prinsip yang diaplikasikan melalui mekanisme jual beli barang secara angsuran atau cicil atau kredit dengan penambahan margin keuntungan bagi bank. Porsi pembiayaan pada akad *Murabahah* adalah 60% kontribusi dari total pembiayaan Perbankan Syariah Indonesia. Nilai keuntungan yang diperoleh suatu bank tergantung pada margin laba. Nah, pembiayaan akad *murabahah* merupakan pelaksanaan akad dengan basis ribhun (laba) dan jual beli secara angsur atau cicil maupun tunai. (Shalahuddin & Fauziah, 2023:31)

d. Rukun dan syarat akad *murabahah*

rukun akad adalah unsur-unsur pokok yang membentuk akad. Syarat keabsahan akad, rukun pertama yaitu adanya para pihak, dengan dua syarat terbentuknya yaitu *tamyiz* dan berbilang pihak, rukun kedua yaitu pernyataan kehendak dalam bentuk ijab dan qabul dan harus dicapai secara bebas tanpa paksaan, rukun ketiga yaitu objek akad yang meliputi unsur penyempurna.

Rukun dan syarat akad secara garis besar terdiri dari para pihak, pernyataan kehendak, obyek akad dan kausa akad. Sedangkan secara rinci, rukun dan syarat akad adalah sebagai berikut:

- 1) Kecakapan (teori tentang *ahliyah, wujub dan ada*)
- 2) Berbilang pihak (para pihak)
- 3) Pertemuan/kesesuaian ijab dan qabul
- 4) Kesatuan majlis (pernyataan kehendak)
- 5) Ada atau dapat diadakan
- 6) Tertentu atau dapat ditentukan (obyek akad)
- 7) Dapat ditransaksikan (*mutaqawwim wa mamluk*)
- 8) Tidak bertentangan dengan *syara'* (kausa akad). (Widjajaatmadja & Solihah, 2018:128).

Berkaitan dengan rukun dan syarat-syarat akad *murabahah* dalam kaidah muamalat Islam adalah sebagai berikut :

Rukun akad *murabahah* :

- 1) Ada penjual (*bai''*)
- 2) Ada pembeli (*musytari*)
- 3) Ada barang (*mabi''*)
- 4) Sigat dalam bentuk ijab qabul.

Penjual dalam hal ini adalah pihak bank, yaitu bank yang berprinsip syariah yang akan memberikan pembiayaan. Pembeli (*musytari*) adalah nasabah yang akan menerima pembiayaan. Barang (*mabi*) adalah barang yang dibutuhkan oleh nasabah dan disebut obyek akad. Sedangkan *sighat* dalam bentuk ijab qabul. Ijab adalah perkataan penjual, sedangkan *qabul* merupakan perkataan pembeli.

Adapun syarat-syarat dalam akad *murabahah* adalah :

- 1) Pembeli (*musytari*) hendaklah betul-betul mengetahui modal sebenarnya dari suatu barang yang hendak dibeli
- 2) Penjual dan pembeli hendaklah setuju dengan kadar hitungan atau tambahan harga yang ditetapkan tanpa ada sedikitpun paksaan.

- 3) barang yang dijual belikan bukanlah barang ribawi (semua barang yang dapat mendatangkan riba).
- 4) Sekiranya barang tersebut telah dibeli dari pihak lain, jual beli yang pertama itu harus sah menurut perundang-undangan Islam. (Gemala Dewi dalam Baidhowi, 2017: 227)

e. Prinsip dan Mekanisme *Murabahah* dalam Perbankan Islam

- 1) Syarat Jual beli *Murabahah* :
 - a) Penjual member tahu biaya modal kepada nasabah.
 - b) Kontrak pertama sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
 - c) Kontrak harus bebas dari riba
 - d) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
 - e) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, mislanya jika pembelian secara utang.
- 2) Tujuan *Murabahah* Kepada Pemesan Pembelian
 - a) mencari pengalaman. Satu pihak yang berkontrak (pemesan pembelian) meminta pihak lain (pembeli) untuk membeli sebuah aset. Pemesan berjanji untuk ganti membeli aset tersebut dan memberinya keuntungan. Pemesan memilih system pembelian ini, yang biasanya dilakukan secara kredit, lebih karena ingin mencari informasi dibanding alasan kebutuhan yang mendesak teradap aset tersebut.
 - b) mencari pembiayaan. Dalam operasi perbankan syariah, motif pemenuhan pengadaan aset atau modal kerja merupakan alas an yang mendorong dating ke bank. Pada gilirannya pembiayaan yang diberikan akan membantu memperlancar arus kas (Cash flow) yang bersangkutan.
- 3) Beberapa Ketentuan Umum

Tujuan dari perbandingan singkat ini adalah untuk melihat apakah ada perbedaan yang signifikan anatar pembiayaan yang berdasarkan *murabahah* dan bunga tetap untuk tujuan sama.

a) Biaya

Bank-bank Islam menyatakan bahwa kalau bank tradisional meminjamkan uang misalnya untuk membeli barang-barang tertentu, bunga yang diberikan pada pinjaman itu berkaitan dengan prinsip dan jatuh tempo pinjaman. Mereka menekankan juga bahwa pinjaman untuk tujuan tertentu bukanlah masalah dengan bank tradisional tentang biaya barang yang digunakan keperluan kliennya. Lebih dari itu, menurut bank-bank Islam perhatian utama dari bank tradisional adalah memperoleh suku bunga untuk kemajuan yang sama dalam pengertin resiko dan jatuh tempo.

b) *Murabahah* : Bebas Resiko atau Bagi-Bagi Resiko

Keuntungan berdasarkan bagi-bagi resiko dimana model perbankan Islam secara teoritis diidentifikasi, nampaknya bukan karakteristik dominan dari operasi *murabahah* dalam bank-bank Islam. Walaupun begitu dikemukakan oleh beberapa pendukung perbankan Islam bahwa yang terjadi dalam *murabahah* adalah bagi-bagi resiko, yang membenarkan pengembalian.

c) Keamanan

Menggunakan agunan dalam hutang, menurut Al-Quran dan Al- Hadis, tidak sendirinya tercela. Al- Quran memerintahkan Muslim menulis kewajiban mereka dan jika perlu mengguakan agunan untuk hutang, sebagaimana dijelaskan dalam surah : Al-Baqarah, ayat : 282 :

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang itentukan, hendaklah kamu menuliskannya...”

Nabi dalam beberapa kesempatan memberikan kepada kreditor dengan agunan untuk hutang. Agunan adalah metode menjamin hak kreditor tidak dibayar dan menghindari makan hak

orang lain tanpa ijin. Hal ini dijelaskan pula dalam surah Al-Baqarah, ayat :188 :

“dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang bathil “

d) Hubungan antara bank dan klien

Murabahah teori perbankan Islam menyatakan bahwa karakteristik dominan hubungan antara bank Islam dan kliennya adalah “partnership yang berdasarkan bagi hasil“. Karakteristik ini dikemukakan dengan tujuan untuk mengeliminasi debitur-kreditur dalam hubungan klien bank tradisional. Namun sulit untuk menilai kerangka teoritis yang diberikan mengenai pentingnya pelaksanaan *murabahah* dalam perbankan Islam, yang berjumlah lebih dari 75 operasi investigasi bank-bank ini pada umumnya.

e) Penyelesaian Hutang

Pembiayaan venture berdasarkan *murabahah* dibayar tepat pada waktunya, tidak membedakan dari pembiayaan venture yang berdasarkan bunga tetap. Dalam kasus itu, hutang, dan biaya pembiayaan, apakah disebut bunga atau profit tetap dan waktu yang dimungkinkan untuk membayar juga tetap. Perbedaan yang paling signifikan adalah hal dimana debitur gagal membayar kembali hutang pada waktu tertentu. Pinjaman bunga pada umumnya menerima akhir bunga tambahan jika pinjaman tidak dibayar pada waktu tempo, apakah debitur mampu membayar atau tidak. Dalam kasus bank Islam, debitur hendaknya diberikan waktu untuk membayar jika ia tidak mampu membayar menurut perintah Al- Quran “Jika debitur mengalami kesulitan, maka diberi kelonggaran sampai ia mengalami kemudahan” (Hannanong, 2017:87-91)

f. Mekanisme Tahapan Pelaksanaan Akad *Murabahah*

Adapun mekanisme atau tahapan pelaksanaan akad *murabahah* diantaranya ialah sebagai berikut:

- 1) Nasabah Melakukan Pengajuan Pembiayaan, Seorang nasabah yang ingin membeli suatu barang seperti motor, mobil, rumah, dan lain-lain akan tetapi uang yang dimiliki tidak mencukupi untuk membeli barang tersebut, maka nasabah dapat mengajukan keinginan tersebut kepada pihak bank dan meminta pembiayaan.
- 2) Bank Melakukan Analisis Kelayakan dan Persetujuan, Setelah permohonan yang diajukan nasabah di terima, maka bank akan memeriksa kelayakan nasabah melalui lima aspek yaitu character (sifat), capital (modal), collateral (jaminan), condition (kondisi usaha), dan capability atau yang biasa disebut dengan pemeriksaan rekam kredit dan kemampuan finansial (kemampuan menjalankan usaha)
- 3) Bank Melakukan Pembelian Barang, Setelah persetujuan yang diajukan nasabah disetujui oleh bank, kemudian bank akan mendatangi pemasok atau penjual dari barang yang diinginkan nasabah sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati kemudian melakukan pembelian.
- 4) Melakukan Ijab-qabul atau Penandatanganan, Kedua belah pihak bank dan nasabah akan melakukan ijab qabul menandatangani akad *murabahah* setelah bank membeli barang. Untuk menjadi transparan akad ini harus berisi rincian tentang barang yang dijual, harga pokok barang, margin keuntungan yang disepakati, dan metode pembayaran yang digunakan oleh nasabah. Nasabah harus mengetahui harga pokok dan margin keuntungan yang dikenakan.
- 5) Bank Menyerahkan Barang Kepada Nasabah, Setelah ijab qabul penandatanganan selesai, pihak bank menyerahkan barang yang telah disiapkan kepada nasabah sehingga hak milik yang awalnya dimiliki oleh bank berpindah kepada nasabah.

- 6) Nasabah Melakukan Pembayaran Kepada Bank, Nasabah melakukan pembayaran kepada bank terhadap barang yang telah diterima, dengan harga yang telah disepakati dengan metode pembayaran yang telah disepakati juga, baik secara tunai, ataupun cicilan. (Febrianti & Anggraini, 2024: 97)

8. Pembiayaan Sepeda Motor

Pembiayaan merupakan salah satu model pembiayaan yang dilakukan oleh perusahaan finansial, disamping kegiatan seperti layanan lembaga pembiayaan, factoring, kartu kredit dan sebagainya. Pembiayaan timbul karena adanya kesepakatan antara dua pihak yaitu perusahaan pembiayaan dan konsumen. Dalam perjanjian ini menggunakan asas kebebasan berkontrak. (Juniar, Johannes, dan Indrawijaya, 2019:143)

Kredit dalam Islam disebut dengan pembiayaan, menurut UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 pengertian pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lainnya yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. (Syafriadi, 2020:121)

Ketentuan hukum Islam jual beli dengan sistem kredit yakni memberikan barang dahulu sedangkan pembayarannya kelak dikemudian hari dengan cara diangsur sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati kedua belah pihak, namun apabila terjadi keterlambatan pembayaran maka akan dikenakan denda, menurut aturan hukum Islam dianjurkan untuk memberi ketangguhan waktu dalam mengembalikan angsuran bulanan. Angsuran kredit adalah angsuran yang pembayaran ditangguhkan atau pembayaran secara tertunda, dengan cara memberikan cicilan dalam jumlah-jumlah tertentu dalam beberapa waktu secara tertentu, harganya lebih mahal dari harga kontan. (zulazimi, 2022:26).

9. Bank Perekonomian Rakyat Syariah

a. Pengertian

Perubahan Pasal 1 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dalam UU No. 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan menjelaskan bahwa bank perekonomian rakyat syariah yang selanjutnya disebut BPR syariah adalah jenis bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas giral secara langsung. Pasal 7 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dalam UU No. 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan menegaskan juga bahwa BPR syariah berbentuk badan hukum perseroan terbatas atau koperasi. Serta Pasal 9 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menegaskan bahwa BPR syariah hanya dapat didirikan dan dimiliki oleh (a) warga negara Indonesia atau badan hukum Indonesia yang seluruh pemiliknya warga negara Indonesia, (b) pemerintah daerah, dan (c) dua pihak atau lebih sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b. (Firmansyah & sobana, 2024: 79)

b. Tujuan didirikannya BPR Syariah

Tujuan didirikannya BPR Syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat islam, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang pada umumnya di daerah pedesaan.
- 2) Menambah lapangan kerja terutama di tingkat kecamatan sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi.
- 3) Membina semangat *ukhuwah islamiyyah* melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan per kapita menuju kualitas hidup yang memadai.

Untuk mencapai tujuan operasional BPR Syariah tersebut diperlukan strategi operasional sebagai berikut:

- 1) BPR Syariah tidak bersifat menunggu terhadap datangnya permintaan fasilitas melainkan bersifat aktif dengan melakukan

sosialisasi/penelitian kepada usaha-usaha berskala kecil yang perlu dibantu tambahan modal, sehingga memiliki prospek bisnis yang baik.

- 2) BPR Syariah memiliki jenis usaha yang waktu perputaran uangnya jangka pendek dengan mengutamakan usaha skala menengah dan kecil.
- 3) BPR Syariah mengkaji pangsa pasar, tingkat kejenuhan serta tingkat kompetitifnya produk yang akan diberi pembiayaan.
- 4) Usaha-usaha BPR Syariah. (Fauzi, Jubaedah & Rahmah, 2024: 42)

B. Penelitian yang relevan

Berdasarkan review penulis mengenai beberapa hasil penelitian dan karya ilmiah lainnya, penulis menemukan beberapa pembahasan terkait permasalahan yang akan penulis teliti. Dimana penelitian sebelumnya tersebut dilakukan oleh:

Penelitian yang dilakukan oleh Alfi Fadlil yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Margin Murabahah Pada Produk Pembiayaan Kepemilikan Sepeda Motor Di Bprs Al-Salaam 2015-2017**”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa biaya overhead memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penetapan margin *murabahah*, hal ini berarti bahwa semakin tinggi biaya overhead maka semakin besar margin yang ditetapkan oleh bank. Selain itu DPK juga ditemukan berpengaruh terhadap margin *murabahah*, penelitian ini mengindikasikan bahwa dana yang dihimpun dari pihak ketiga dapat mempengaruhi kebijakan margin yang ditetapkan oleh BPRS Al-salam. Persamaan penelitian Alfi Fadlil dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama membahas mengenai pembiayaan sepeda motor dengan menggunakan akad *murabahah*. Penelitian Alfi Fadlil memfokuskan pada penetapan margin *murabahah* pada pembiayaan kepemilikan sepeda motor, sedangkan penelitian yang penulis lakukan lebih pada faktor-faktor yang

dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan sepeda motor.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitriani Sinaga yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Cirendeu)”**. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti produk, pelayanan, psikologi, dan harga merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih bank syariah. Masyarakat cirendeu masih banyak yang menggunakan produk perbankan konvensional dan belum sepenuhnya memahami perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah. Persamaan penelitian Fitriani Sinaga dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama membahas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa keuangan syariah, tetapi penelitian yang penulis lakukan berfokus pada pembiayaan sepeda motor sedangkan penelitian Fitriani Sinaga membahas lebih umum pada jasa perbankan syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Sarpika Putri Yelsi yang berjudul **“prinsip pelaksanaan pembiayaan kepemilikan kendaraan roda dua dan roda empat dengan menggunakan akad *murabahah* :studi pada BMT Amanah Ummat Taram”**. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa BMT Amanah Ummat Taram menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam pelaksanaan pembiayaan *murabahah*, yang mencakup transparansi, keadilan, dan kepatuhan terhadap hukum syariah. Proses pembiayaan dilakukan dengan jelas dan terbuka sehingga nasabah memahami semua biaya yang terlibat, proses pembiayaan di BMT ini melibatkan beberapa langkah, mulai dari pengajuan permohonan, analisis kelayakan, hingga penandatanganan akad. Dokumen yang diperlukan yaitu arsip, formulir pembiayaan, dan brosur yang menjelaskan produk pembiayaan. Penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa kendala dalam pelaksanaan pembiayaan, seperti kurangnya pemahaman nasabah tentang akad *murabahah*, persaingan dengan lembaga keuangan lain dan tantangan dalam pemasaran produk pembiayaan.

Pembiayaan *murabahah* ini memberikan dampak positif kepada nasabah seperti kemudahan dalam memiliki kendaraan dan peningkatan mobilitas namun ada juga tantangan dalam pembayaran angsuran yang harus diperhatikan. Persamaan penelitian Sarpika Putri Yelsi dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama berfokus pada pembiayaan sepeda motor dimana penelitian yang penulis lakukan berfokus pada keputusan nasabah dalam menggunakan jasa sepeda motor sedangkan penelitian sebelumnya mengkaji pelaksanaan pembiayaan kendaraan roda dua dan roda empat. Dan sama-sama mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan atau pelaksanaan pembiayaan. Penelitian di BMT ini mengidentifikasi kendala dan faktor penyebab dalam pelaksanaan pembiayaan, sedangkan penelitian yang penulis lakukan akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat penelitian lapangan (*Field Reseach*) yaitu penelitian yang langsung turun kelapangan atau ketempat yang menjadi subjek penelitian yaitu pada BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek dengan menggunakan pengamatan tentang suatu fenomena yang terjadi pada lokasi penelitian dalam keadaan ilmiah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Alasan penulis menggunakan jenis penelitian ini karena ingin menjelaskan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor pada BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

1. Tempet Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan yaitu di BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek, Simpang Koto Tinggi, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai semenjak bulan Januari 2025, untuk lebih jelasnya penulis telah membuat jawal penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Jadwal Waktu Penelitian

Uraian kegiatan	2025						
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Agst
Observasi Awal	■						
Pembuatan Proposal	■	■					
Bimbingan Proposal		■					
Seminar Proposal			■				
Revisi Proposal				■			
Penelitian					■	■	
Bimbingan penelitian						■	
Sidang Munaqasah							■

Sumber: *Data Olahan Peneliti, Tahun 2025*

C. Instrument Penelitian

Menyusun instrumen merupakan langkah penting dalam pola prosedur penelitian. Instrumen berfungsi sebagai alat bantu dalam mengumpulkan data yang diperlukan. Bentuk instrumen yang berkaitan dengan metode pengumpulan data, misal metode wawancara yang instrumennya pedoman wawancara (Siyoto & Sodik, 2015: 78). Dalam penelitian ini, yang menjadi instrumen utama atau kunci adalah penulis sendiri. Sedangkan instrumen pendukung adalah pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan yang disusun secara semi terstruktur serta instrumen penunjang kelengkapan berupa buku catatan, alat tulis, kamera, dan recorder untuk alat perekam.

D. Sumber Data

Data merupakan faktor yang penting untuk menunjang suatu penelitian. Data penting yang diperlukan dalam penelitian ini bersumber pada informasi dimana data tersebut diperoleh melalui wawancara. Berdasarkan sumbernya, data dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu:

1. Sumber Data primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau objek yang menjadi fokus penelitian. Data yang diperoleh langsung dari sumber tanpa perantara dengan mengajukan pertanyaan kepada responden melalui wawancara. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Direktur Utama PT BPR Syariah Haji Miskin dan 10 Orang Nasabah yang Menggunakan Pembiayaan Sepeda Motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin.

2. Sumber Data sekunder

Sumber data sekunder yaitu data dalam bentuk yang sudah jadi melalui publikasi dan informasi yang didapat dari narasumber, termasuk majalah, jurnal, dan lembaga lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan penulis teliti. Sumber data sekunder ini adalah data yang diperoleh dari menganalisa buku-buku, penelitian dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standard untuk memperoleh data yang diperlukan. Sedangkan data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian, Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu Wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara.

Wawancara adalah proses komunikasi yang digunakan untuk mendapatkan informasi, pandangan, atau cerita dari seseorang melalui pertanyaan dan jawaban, wawancara dapat menjadi alat yang sangat kuat untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam berbagai topik dan subjek. (Tojiri, Putra & Faliza, 2023: 56).

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh kedua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas

pertanyaan itu. Teknik pengumpulan data ini penulis melakukan wawancara dengan Direktur Utama PT BPR Syariah Haji Miskin dan Nasabah pembiayaan sepeda motor di PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.

2. Dokumentasi.

Dokumentasi terbagi atas dokumentasi pribadi dan dokumentasi resmi. Dokumentasi pribadi adalah dokumen milik pribadi seseorang, catatan harian, foto, dll. Sedangkan dokumentasi resmi adalah dokumentasi yang digunakan atau dibuat secara resmi. Dokumentasi resmi terbagi menjadi dua yaitu dokumentasi internal dan eksternal dimana dokumentasi internal seperti laporan-laporan rapat, memo-memo, atau aturan yang menjadi konsumsi kalangan tersebut saja. Dokumentasi eksternal seperti dokumen yang dibuat dan disebarluaskan ke media dan menjadi konsumsi public. (Yudawisastra dkk, 2023:88)

Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu penulis mengumpulkan dokumen-dokumen yang di peroleh dari BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek, khususnya mengenai pembiayaan *murabahah*. Adapun dokumentasi tersebut antara lain seperti data jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* dan mengenai jumlah nasabah pembiayaan sepeda motor.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis melakukan analisis data dengan cara sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Pada tahap ini peneliti terlebih dahulu harus melakukan pengumpulan data yang didapat dari wawancara dan dokumentasi. Tahap ini sangat penting untuk dijadikan bahan yang akan di teliti lebih lanjut.

2. Data Reduction (Reduksi Data)

Menurut Sugiyono (2019), reduksi data membantu peneliti dalam mengelola data yang besar dan kompleks, sehingga memudahkan analisis lebih lanjut. Reduksi data menunjuk kepada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, fenomena akan membantu seseorang memahami apa

yang terjadi atau mengerjakan sesuatu. Kondisi yang demikian akan membantu pula dalam melakukan analisis lebih lanjut berdasarkan pemahaman yang bersangkutan. (Yusuf, 2016:409)

Data yang peneliti peroleh nantinya akan dipilih mana yang perlu dan penting yang berhubungan dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti dalam mengambil kesimpulan.

3. Data Display (Penyajian Data)

Data Display adalah Penyajian data yang bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles and Huberman (1984) menyatakan "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*". Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. (Masrukhin, 2014:117)

Setelah melakukan reduksi data maka selanjutnya peneliti akan melakukan penyajian terhadap data tersebut. Melalui penyajian data tersebut maka data akan terorganisasikan sehingga memungkinkan untuk mudah dipahami.

4. Penarikan Kesimpulan

Setelah melakukan beberapa tahapan tadi, maka selanjutnya peneliti dapat melakukan penarikan kesimpulan sesuai dengan data dan informasi yang didapat selama proses penelitian. Hal ini dilakukan untuk menarik kesimpulan yang diambil benar-benar bisa di pertanggung jawabkan sesuai dengan bukti-bukti yang valid dan sesuai dengan hasil penelitian lapangan.

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik penjamin keabsahan data yang penulis gunakan adalah teknik *Triangulasi*. Teknik *triangulasi* terbagi menjadi 3 yaitu *triangulasi* sumber, *triangulasi* metode, dan *triangulasi* waktu.

Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat melakukan penelitian, mengumpulkan dan menganalisis data. Ide dasarnya adalah bahwa fenomena yang diteliti dapat dipahami dengan baik sehingga diperoleh kebenaran tingkat tinggi jika didekati dari berbagai sudut pandang. Melihat fenomena tunggal dari sudut pandang yang berbeda-beda akan memungkinkan diperoleh tingkat kebenaran yang tinggi. Triangulasi pertama yang dibahas adalah tentang triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti menguji data dari berbagai sumber informan yang akan diambil datanya. triangulasi kedua yaitu triangulasi teknik digunakan untuk menguji daya dapat dipercaya sebuah data yang dilakukan dengan cara mencari tahu dan mencari kebenaran data terhadap sumber yang sama melalui teknik yang berbeda. Makna dari Triangulasi Waktu ialah bahwa seringkali waktu turut mempengaruhi daya dapat dipercaya data. (Nurfajriani dkk, 2024: 829)

Penulis melakukan pengujian keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber. Di mana peneliti membandingkan hasil wawancara dari masing-masing sumber atau informasi penelitian yaitu Direktur Utama PT BPR Syariah Haji Miskin dan nasabah yang telah melakukan pembiayaan sepeda motor pada BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek

PT. Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) Haji Miskin Pandai Sikek adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatan operasionalnya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, deposito berjangka, dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Selain menghimpun dana dari masyarakat Bank juga menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan *mudharabah* (bagi hasil), *murabahah* (jual beli), *ijarah* (sewa), multi jasa dan kegiatan lainnya yang harus sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia (BI) dan juga Dewan Pengawas Syariah (DSN) (Dokumen, BPRS Haji Miskin).

1. Sejarah Berdirinya PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek



Gambar 4. 1
Kantor Pusat PT BPR Syariah Haji Miskin

Digagas oleh Dr. Rahmat Ismail dan Aswin Jusar dari Kenagarian Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar dan Yong Suar SH (Alm) dari kenagarian Padang Laweh, Kecamatan Sungai Puar, Kabupaten Agam yang ketiganya bermukim di Jakarta, PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Haji Miskin mulai beroperasi pada tanggal 1 April 2006. Kantor Pusat di Pandai Sikek, Modal di setor BPR Syariah Haji Miskin adalah sebesar Rp.1.000.000.000,- (satu milyar rupiah) atas nama 75 orang pemegang saham masyarakat Pandai Sikek dan Padang

Laweh, baik yang bermukim di kampung halaman maupun yang menetap di perantauan seperti Jakarta, Pekanbaru, Padang dan Batusangkar.

Sejak 24 November 2009 Bank Indonesia menyetujui perubahan komposisi kepemilikan BPRS dari 75 orang menjadi 83 orang pemegang saham dengan tambahan modal disetor oleh PT. PNM sebesar Rp.1.100.000.000,- (satu milyar seratus juta rupiah) dan oleh pemegang saham lain sebesar Rp.170.000.000,- (seratus tujuh puluh juta rupiah), sehingga modal disetor menjadi sebesar Rp.2.270.000.000,- (dua milyar dua ratus tujuh puluh juta rupiah). Sejak 23 November 2022 modal disetor BPRS Haji Miskin meningkat menjadi Rp.6.000.000.000,- (enam milyar rupiah) karena ada penambahan modal disetor dari PT. PNM dan pemegang saham lainnya.

BPR Syariah Haji Miskin di resmikan pada tanggal 30 Maret 2006 oleh Direktur Perbankan Syariah Bank Indonesia Jakarta, Harisman, berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 8/241 KEP.GBI/2006 tentang pemberian izin usaha BPR Syariah Haji Miskin pada tanggal 01 Maret 2006. Saat ini, kantor berpusat di Jalan Raya Padang Panjang Bukittinggi Km. 10. Simpang Koto Tinggi Pandai Sikek Nagari Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat, dengan 1 kantor cabang dan 3 kantor kas.

BPRS ini di namakan dengan Haji Miskin karena untuk menghormati dan mengabadikan pejuang agama Islam yang berasal dari Pandai Sikek, bersama Haji Piobang, Haji Sumaniak dan Tuanku Nan Renceh. Haji Miskin merupakan asisten Tuanku Imam Bonjol (Perang Paderi 1803-1836). Perang Paderi merupakan perang antara kaum ulama dengan kaum adat yang bertentangan dengan ajaran Islam. Kaum adat yang terdesak kemudian meminta bantuan kepada Belanda dan Haji Miskin dikejar-kejar oleh Belanda. Haji Miskin berhasil menyelamatkan diri dan sampai sekarang tidak tahu keberadaan makamnya, yang ada hanya situs makan Haji Miskin di Kenagarian Pandai Sikek. Nama Haji

Miskin juga telah diabadikan sebagai nama masjid dan nama pesantren di Pandai Sikek.

BPR Syariah adalah salah satu jenis bank yang beroperasi atas izin Bank Indonesia dengan system syariah yang berdasarkan pada Undang-Undang No. 07 Tahun 1992 tentang Perbankan yang telah diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 dan Sirat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32136/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan pada prinsip syariah.

BPR Syariah merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan kepada prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Rekening Giro). Tujuan dikembangkan BPR Syariah adalah untuk memberikan pelayanan kepada pengusaha mikro maupun makro guna untuk meningkatkan kinerja perekonomian di wilayah operasionalnya. Dalam sistem perbankan nasional BPR Syariah didirikan untuk melayani Usaha Mikro Kecil (UKM). Sektor ini menjadikan BPR Syariah berbeda pangsa pasar dengan Bank Umum/Bank Umum Syariah. (Dokumen BPR Syariah Haji Miskin Juni 2025)

2. Visi dan Misi PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek

Adapun visi dan misi BPR Syariah Haji Miskin yaitu:

a. Visi BPR Syariah Haji Miskin

Visi BPR Syariah Haji Miskin ialah “menjadikan BPR Syariah Haji Miskin sebagai panutan bank pembiayaan rakyat syariah di Sumatera Barat” yang dapat dipercaya oleh masyarakat, beroperasi secara *continue* berlandaskan syariat islam dan tumbuh menjadi bank yang sehat dan handal (Dokumen, BPRS Haji Miskin)

b. Misi BPR Syariah Haji Miskin

Misi BPR Syariah Haji Miskin ialah “meningkatkan peran serta usaha kecil dan menengah dalam pembangunan ekonomi rakyat Indonesia di masa depan”. Antara lain melalui pemberian pembiayaan bagi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) kepada

masyarakat terutama usaha yang produktif dalam upaya menciptakan dan membuka lapangan kerja bagi generasi muda angkatan kerja untuk turut serta berperan guna mendukung program pemerintah dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat Indonesia (Dokumen, BPRS Haji Miskin).

3. Profil Perusahaan PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek

Tabel 4. 1
Profil PT. BPR Syariah Haji Miskin

Nama	Bank Perekonomian Rakyat Syariah Haji Miskin
Kantor Pusat	Jl. Raya Bukuttinggi-Padang Panjang Km.10, Simpang Koto Tinggi, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Telp. 0752-498222 Fx. 0752-498194
Kantor Kas Baruah, Pandai Sikek	Jorong Baruah Kenagarian Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Telp. 0752-498194
Kantor Kas Padang Panjang	Jl. Imam Bonjol No.187, Kota Padang Panjang, Telp. 0758-011403
Kantor Kas Batusangkar	Jl. Jendral Sudirman No.94, Lima Kaum Batusangkar, Telp. 0752-574555
Kantor Cabang Payakumbuh	Jl. Tan Malaka, Kelurahan Napar, Kecamatan Payakumbuh Utara, Kota Payakumbuh, Telp/ Fax. (0752) 95808
Iizin Usaha	Kep. Gub. BI No. 8/24/Kep. GBI/2005 Tanggal 08 Maret 2008
Izin Prinsip	No. 5/279/Dpbs Tanggal 22 Desember 2003
Pengesahan Akta	No. C – 23478 HT. 01.01. Th 2003 Tentang Akta Pendirian PT Oleh Menteri Kehakiman Dan HAM RI

Anggaran Dasar	No. 9 Tanggal 10 Januari 2003 Sebagaimana Diubah Menjadi: 1. No. 16 Tanggal 09 Juli 2003, No. 09 Tanggal 07 September 2004 2. No. 02 Tanggal 04 Januari 2008 Oleh Notaris Yudo Paripurno SH Di Jakarta, No. 01 Tanggal 15 Desember 2009 Oleh Notaris Dessy Andrea Muslim SH, Sp. N. M, Hum Di Jakarta dan Pernyataan Keputusan Rapat No. 65 Tanggal 14 November 2013 Oleh Nitaris Dra. Butet SH Di Padang. 3. No. 17 tanggal 12 Juli 2017 oleh notaris Marlina SH di Tanjung Pati Kab. 50 Kota, No. 161 tanggal 28 Maret 2019 oleh Notaris Marlina SH di Tanjung Pati Kab. 50 Kota 4. Akta Pernyataan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa BPRS Haji Miskin No. 40 tanggal 10 November 2020 mengenai perubahan peralihan saham 5. Akta pernyataan keputusan rapat umum pemegang saham luar biasa BPRS haji miskin No. 01 tanggal 2 Agustus 2021 oleh notaris Marlina S.H di kab 50 Kota, mengenai perubahan direksi dan komisaris dengan pengesahan dari kemenhumkam No. AHU-AH.01.03-0318371 tanggal 28 November 2022
Pemegang saham	Masyarakat Pandai Sikek Dan Ladang Laweh Rp. 2.675.400.000,- PT. Permodalan Nasional Madani Syariah Rp. 3.324.600.000,-

Modal Dasar	Rp. 10.000.000.000,-
Modal Disetor	Rp. 6.000.000.000,-
NPWP	01.737.015.6/204.000
NIB	9120203722795 Tanggal 29 Juli 2019
Karyawan	40 Orang

4. Produk-produk PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek

Dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga perantara (*intermediary*), PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek menjalankan usahanya sebagai berikut:

a. Produk Penghimpun Dana

1) Tabungan Mudharabah Umat

Setoran awal Rp.10.000,- memperoleh bagi hasil setiap bulan, tidak dikenakan beban biaya administrasi tabungan. Maka saldo tabungan nasabah terus bertambah. Pengambilan dapat dilakukan sewaktu- waktu pada jam kerja, dapat di layani dengan antar jemput bisa dijadikan jaminan pembiayaan.

2) Tabungan Qurban

Setoran awal Rp.10.000,- memperoleh bagi hasil setiap bulan, tidak dikenakan beban biaya administrasi tabungan sehingga saldo nasabah terus bertambah. Pengambilan dapat dilakukan saat akan dilakukan Qurban (Dokumen BPRS Haji Miskin).

3) Tabungan Haji

Tabungan yang diniatkan dan digunakan untuk pergi Haji dan Umrah. Setoran awal Rp.10.000,- memperoleh bagi hasil setiap bulan, tidak dikenakan beban biaya administrasi tabungan sehingga saldo nasabah terus bertambah, dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

4) Tabungan Pendidikan

Tabungan yang dijadikan untuk pelajar mulai dari TK sampai SLTA dalam rangka mendidik anak-anak untuk menabung. Setoran awal Rp.5.000,- memperoleh bagi hasil setiap bulan, tidak dikenakan

beban biaya administrasi sehingga saldo nasabah terus bertambah, tabungan di jemput kesekolah-sekolah dengan jadwal tertentu.

5) Tabungan Wadiah

Tabungan yang menggunakan syariaah dalam pengolahannya. Dimana pengguna tabungan ini tidak akan mendapatkan pembagian keuntungan dari bank selaku penyedia layanan.

6) Deposito Investasi *Mudharabah*

Deposito yang dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang disepakati yaitu 1, 3, 6, 9 atau 12 bulan dan dapat diperpanjang setelah jatuh tempo.

b. Produk Penyalur Dana

Produk penyaluran dana BPRS Haji Miskin Pandai Sikek berupa pembiayaan yang didasarkan atas akad (perjanjian) yang sesuai dengan tuntutan syariah Islam, sistem pembiayaan atas dasar prinsip kerjasama dan persaudaraan Islam yang InsyaAllah akan selalu membawa kemaslahatan, pembiayaan untuk tambahan modal kerja dan investasi dalam rangka pengembangan usaha. Jenis produk pembiayaan pada BPRS Haji Miskin Pandai Sikek, yaitu:

1) Pembiayaan *Murabahah* (Jual Beli)

Pembiayaan *Murabahah* adalah pembiayaan dengan prinsip jual beli barang harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati, antara dua belah pihak yaitu pihak bank dan juga nasabah. Pembayaran dapat dilakukan secara angsuran maupun sekaligus sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. (Dokumen, PT. BPR Syariah Haji Miskin)

2) Pembiayaan *Ijarah* (Sewa)

Pembiayaan *Ijarah* adalah suatu bentuk kerjasama menggunakan akad sewa menyewa dengan memperoleh ujah.

3) Pembiayaan Multijasa

Pembiayaan Multijasa adalah pembiayaan jasa konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk memperoleh manfaat suatu jasa pada PT. BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.

4) Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan *Mudharabah* adalah suatu pembiayaan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kesepakatan. Pembiayaan ini dapat disalurkan untuk berbagai jenis usaha yakni perdagangan, perindustrian, pertanian.

5) Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan *Musyarakah* adalah suatu perjanjian pembiayaan antara BPRS dengan nasabah, keuntungan yang diperoleh dari usaha tersebut akan dibagi sesuai dengan penyertaan masing-masing pihak.

6) Pembiayaan Tabungan Haji

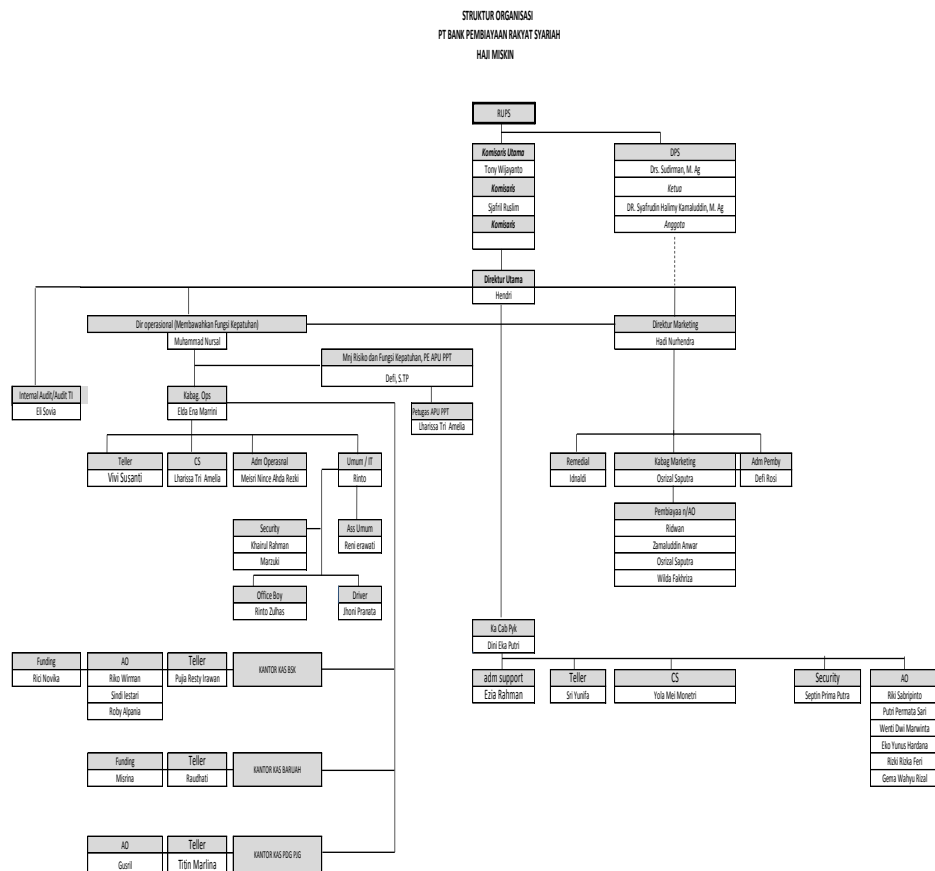
Pembiayaan tabungan haji merupakan bentuk kerjasama antara BPRS dengan nasabah yang ingin melakukan ibadah haji dengan sistem menabung.

c. Produk Jasa Layanan Lainnya seperti:

- 1) Melayani transfer uang secara online ke seluruh Bank di Indonesia
- 2) Melayani Pembayaran rekening listrik dan telepon *online*.
(Dokumen, PT. BPR Syariah Haji Miskin)

5. Struktur Organisasi PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek

Seperti halnya sebuah perusahaan, lembaga keuangan juga memerlukan proses pengorganisasian sebagai bagian dari prinsip dasar manajemen. Dengan adanya struktur organisasi dapat membantu dalam memperjelas pembagian tanggung jawab setiap pihak, sehingga pelaksanaan visi dan misi bank dapat berjalan secara efektif. Hal ini tergambar pada struktur organisasi pada PT. BPR Sayariah Haji Miskin yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4. 2
Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Haji Miskin

Berikut ini tugas setiap bidang pada struktur organisasi PT. BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek sebagai berikut:

a. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

PT. BPRSyariah Haji Miskin Pandai Sikek merupakan sebuah PT (Persero Terbatas), maka pengambilan kebijakan tertinggi terdapat pada RUPS yang diadakan setahun sekali. Dalam RUPS ini dibahas laporan pertanggung jawaban direksi yang berisi laporan neraca dan laba rugi serta laporan mengenai sumber daya manusia dan penyaluran pembiayaan. Adapun tugas dalam RUPS ini adalah :

- 1) Memilih dan mengangkat direksi
- 2) Memilih dan mengangkat dewan direksi
- 3) Menentukan kabijakan bank tahun berikutnya.

b. Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan wakil dari pemegang saham dengan wewenang dan tugas:

- 1) Mengadakan pengawasan dan pemeriksaan secara berkala minimal 3 bank untuk mengetahui perkembangan bank.
- 2) Mengadakan internal audit terhadap kinerja bank secara berkala minimal 6 bulan sekali meliputi neraca, administrasi pembiayaan dan manajemen bank.

c. Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah (DPS) dikatakan pada posisi setingkat dewan komisaris pada setiap bank. Hal ini untuk efektivitas dari setiap opini yang di berikan oleh DPS. Adapun tugas dari DPS yaitu:

- 1) Mengawasi produk bank apakh sesuai dengan syariah Islam.
- 2) Mengawasi jalannya bank yang bertentangan dengan syariah.
- 3) Mengeluarkan fatwa tentang produk baru atau kebijakan baru sebelum ditetapkan.

d. Dewan Direksi

Dewan direksi bertugas untuk menjalankan operasional bank sehari- hari dengan ketentuan yang berlaku secara Islam dalam kegiatan ekonomi. tugas dewan direksi dan masing-masing jabatan berada di bawah dewan direksi seperti Direktur Utama, Direktur Operasional, Direktur Pemasaran sampai tugas pengimpun dana adalah sebagai berikut:

1) Direktur Utama

Tugas dari direktur utama yaitu:

- a) Mengatur dan mengawasi tugas staff yang ada di bawah agar tercapai kondisi kerja yang harmonis, efektif dan efesien.
- b) Memimpin rapat direksi dan rapat lainnya sesuai anggaran dasar.
- c) Menyetujui pencairan dan sesuai dengan ketentuan.

2) Direktur Operasional

Direktur operasional berfungsi memimpin perusahaan dalam bidang operasional dan tanggung jawab kepada komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

3) Direktur Pemasaran

- a) Memasarkan secara efektif dan selektif semua produk atau bank.
- b) Membuat rencana kerja bidang penghimpunan dana dan penyaluran pembiayaan.
- c) Memimpin supervise terhadap nasabah di lapangan serta mengatur Sumber Daya Manusia (SDM)
- d) Menandatangani surat yang berhubungan dengan pemasaran.

4) Petugas Penghimpunan Dana

- a) Melakukan penyaluran dan meyakini calon nasabah.
- b) Mempromosikan BPRS Haji Miskin Pandai Sikek.
- c) Mempertanggungjawabkan setoran tunai yang diterima dari nasabah di lapangan.
- d) Membuat rencana untuk menghimpun dana.

5) Bagian Pembiayaan

PT. BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek bagian pembiayaan di isi oleh *Account Officer*. Tugas dari bagian pembiayaan / *Account Officer* yaitu:

- a) Melayani dan menerima nasabah yang akan melakukan pembiayaan.
- b) Menerima permohonan pembiayaan dari nasabah serta mempersiapkannya.
- c) Melakukan analisa terhadap menyeluruh terhadap kelayakan usaha calon debitur sebelum diberikan pembiayaan.
- d) Menyerahkan hasil analisa dan memberikan pertimbangan dan rekomendasi kepada komite pembiayaan terhadap permohonan pembiayaan calon debitur.
- e) Menjaga semua registrasi yang berhubungan dengan pembiayaan.

- f) Memberikan laporan kepada kepala bagian pembiayaan tentang aspek calon debitur. (Dokumen, BPRS Haji Miskin)

6) Teller

Teller berfungsi menerima, menyimpan serta mengeluarkan uang tunai sesuai prosedur yang telah ditetapkan. Tugas teller antara lain:

- a) Melayani nasabah dalam transaksi uang tunai baik setoran maupun penarikan.
- b) Bertanggung jawab atas tunai yang ada dalam brankas bersama debitur.
- c) Mengidentifikasi atas keabsahan identitas nasabah seperti tanda tangan pengerjaan mutasi harian teller serta jurnal bagian serta mencocokkan dengan bagian lain.

7) Pembukuan dan *Accounting*

Bertugas untuk membukukan segala aktivitas yang terjadi setiap harinya dan kemudian membuat laporan yang dibutuhkan.

8) Bagian Umum

Tugas bagian umum adalah:

- a) Bertanggung jawab atas percetakan, alat tulis, pelaksanaan administrasi dan keselamatan barang instansi kantor.
 - b) Memelihara register dan kartu investasi serta menyusun penyusutan
 - c) menggandakan surat masuk dan surat keluar dan mengarsipkannya.
- (Dokumen, PT. BPR Syariah Haji Miskin)

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan sepeda motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin, maka peneliti melakukan sebuah penelitian yaitu dengan cara turun langsung kelapangan untuk melakukan wawancara

dengan nasabah yang menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor dan Direktur Utama dari PT BPR Syariah Haji Miskin untuk mendapatkan data-data yang relevan yang akan diteliti.

BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek saat ini memiliki produk pembiayaan sepeda motor, dimana produk ini sangat membantu para nasabah yang ingin memiliki kendaraan sepeda motor baik untuk keperluan sehari-hari atau untuk bekerja.

Produk pembiayaan sepeda motor ini menggunakan akad *Murabahah* dimana nasabah mengajukan permohonan lalu pihak bank dan nasabah melakukan negosiasi harga, margin, dan biaya lainnya seperti biaya administrasi, biaya matrai, asuransi, dan notaris. setelah itu bank akan melakukan survei kepada nasabah lalu bank akan melakukan analisis kelayakan terhadap nasabah jika nasabah tersebut masuk kriteria yang sudah ditetapkan sebelumnya maka setelah itu bank akan melakukan akad jual beli dengan nasabah, selanjutnya bank akan membeli sepeda motor yang di inginkan nasabah ke dealer, lalu bank menyerahkan motor tersebut kepada nasabah setelah itu nasabah melakukan pembayaran dengan angsuran kepada bank sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati di awal. (Hendri Kamal, Direktur Utama, wawancara 10 Juni 2025)

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor, baik faktor internal maupun faktor eksternal.

a. Faktor Internal yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Sepeda Motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.

1) Faktor Motivasi

Faktor Motivasi yaitu keinginan dalam diri yang menyebabkan seseorang bertindak, salah satu faktor internal yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian. Peneliti melakukan wawancara dengan 10 orang nasabah yang menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor di PT BPR

Syariah Haji Miskin dan Direktur Utama BPR Syariah Haji Miskin dengan pertanyaan yang mengacu pada apa alasan utama nasabah menggunakan pembiayaan sepeda motor di PT BPR Syariah Haji Miskin.

Hasil wawancara dengan Direktur Utama BPR Syariah Haji Miskin menyampaikan bahwa

“Dilihat dari sisi BPRS sendiri alasan utama nasabah memutuskan mengambil pembiayaan sepeda motor disini yaitu karena kebutuhan nasabah terhadap sepeda motor dan margin yang kami tetapkan tidak berubah dari awal sampai selesai berbeda dengan bank konvensional dimana jika suku bunga naik maka dia juga ikut naik” (Hendri Kamal, Direktur Utama, wawancara 10 Juni 2025)

Dimana dari hasil wawancara dengan 5 orang nasabah pembiayaan sepeda motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin.

“Alasan utama saya mengambil pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin ini adalah karena adanya kebutuhan mendesak untuk memiliki sepeda motor untuk menunjang kehidupan sehari-hari terutama untuk bekerja sebagai tukang ojek. selain itu jangka waktu yang ditetapkan juga sesuai dengan kemampuan dan tidak membebani saya” (Mulyadi, wawancara 8 juni 2025)

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan nasabah lainnya yang menggunakan pembiayaan sepeda motor yaitu dengan seorang pedagang.

“saya mengambil pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin ini karena saya membutuhkan sepeda motor sebagai alat transportasi saat belanja kebutuhan warung saya kepasar” (Asnur, wawancara 8 Juni 2025).

Selanjutnya wawancara penulis dengan nasabah pembiayaan sepeda motor dengan seorang ibu rumah tangga

“saya menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor ini karena untuk keperluan anak saya yang baru akan masuk kuliah, dengan adanya sepeda motor ini anak saya lebih mudah dalam akses ke kampusnya” (Murniwati, wawancara 8 Juni 2025)

Wawancara selanjutnya yang penulis lakukan dengan nasabah seorang petani

“Saya ambil pembiayaan sepeda motor ini karena kebutuhan saya sebagai petani. Lokasi sawah saya cukup jauh dari rumah dan jarang ada angkutan umum yang bisa masuk sampai ke sana. Dengan adanya motor, saya bisa lebih mudah dan cepat pergi ke sawah, bawa alat-alat pertanian, motor ini sangat membantu pekerjaan saya sehari-hari” (Sariani, wawancara, 8 Juni 2025)

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan ibu rumah tangga yang juga sebagai nasabah pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin

“Alasan saya mengambil pembiayaan sepeda motor di bank ini karena suami saya bekerja sebagai tukang ojek, jadi motor sangat dibutuhkan untuk mencari nafkah setiap hari. Selain untuk itu, motor ini juga kami gunakan untuk transportasi sehari-hari, seperti mengantar anak ke sekolah dan belanja ke pasar. Dengan adanya motor ini, aktivitas kami jadi lebih mudah dan tidak tergantung lagi pada angkutan umum” (Zurhaiza, wawancara 8 Juni 2025)

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan nasabah lainnya yang menggunakan pembiayaan sepeda motor yaitu dengan seorang tukang ojek.

“Saya memilih pembiayaan motor di BPRS karena cicilannya ringan dan sesuai dengan kemampuan saya. Saya bekerja sebagai petani tetapi jika sedang tidak ada kerjaan saya juga bekerja Sebagai tukang ojek, saya butuh motor untuk bekerja setiap hari. Dengan pembiayaan sepeda motor ini saya dapat melakukan pekerjaan saya dengan mudah setiap harinya” (Jafri, Wawancara 15 Agustus 2025)

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan nasabah lainnya yang menggunakan pembiayaan sepeda motor yaitu dengan seorang petani.

“Saya ambil pembiayaan di BPRS karena prosesnya mudah dan sesuai prinsip syariah. Sebagai petani, saya butuh motor untuk transportasi ke sawah dan untuk mengangkut hasil

panen ke pasar. Kalau membeli secara tunai saya belum sanggup, jadi cicilan di BPRS ini sangat membantu saya” (Asrida, Wawancara 15 Agustus 2025)

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan nasabah lainnya yang menggunakan pembiayaan sepeda motor yaitu dengan seorang pedagang.

“Saya memilih pembiayaan motor di BPRS karena sangat membantu usaha saya. Sebagai pedagang saya harus setiap hari membawa dagangan ke pasar. Kalau jalan kaki atau naik angkutan umum saya agak kesusahan, jadi dengan adanya motor ini sangat mempermudah saya membawa barang dagangan dengan cepat” (Maryulis, Wawancara 15 Agustus 2025)

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan nasabah lainnya yang menggunakan pembiayaan sepeda motor yaitu dengan seorang petani.

“Saya dulu sudah punya motor, tapi sekarang sudah rusak dan sering mogok. Karna saya bekerja sebagai petani motor sangat penting untuk ke sawah dan membawa hasil panen. Saya pilih pembiayaan di BPRS karena cicilannya terjangkau, prosesnya mudah, dan sesuai syariah” (Romi, Wawancara 15 Agustus 2025)

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan nasabah lainnya yang menggunakan pembiayaan sepeda motor yaitu dengan seorang petani.

“Saya mengambil pembiayaan motor di BPRS karena motor ini saya butuhkan untuk keperluan sehari-hari, seperti belanja kebutuhan rumah, dan juga untuk keperluan ke ladang, terutama membawa pupuk serta perlengkapan pertanian lainnya. Dengan adanya motor ini sangat mempermudah pekerjaan saya” (Murtini, Wawancara 15 Agustus 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur dan nasabah pembiayaan sepeda motor di atas, bahwa motivasi atau dorongan yang membuat mereka memilih menggunakan pembiayaan sepeda motor di PT BPR Syariah Haji Miskin adalah karena adanya

kebutuhan mendesak yang bersifat fungsional dan produktif, seperti menunjang pekerjaan sebagai tukang ojek, mempermudah aktivitas usaha dagang, mendukung pendidikan anak, serta mempermudah akses ke lahan pertanian. Selain itu, kemudahan dalam sistem cicilan yang sesuai dengan kemampuan ekonomi juga menjadi faktor penting yang memperkuat keputusan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa para nasabah memutuskan untuk mengambil pembiayaan motor karena memang ada kebutuhan yang benar-benar penting dan keinginan untuk meningkatkan kualitas hidup menjadi alasan utama nasabah memilih layanan pembiayaan tersebut.

2) Faktor persepsi

Faktor persepsi yaitu cara pandang, penilaian, dan pemahaman nasabah terhadap layanan pembiayaan yang ditawarkan oleh BPR Syariah Haji Miskin. Peneliti melakukan wawancara dengan pertanyaan yang mengacu pada bagaimana pendapat atau penilaian nasabah terhadap layanan pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin, mulai dari proses pengajuan, kejelasan informasi biaya, kemudahan memahami akad dan ketentuan nya, transparansi informasi yang diberikan, hingga kualitas pelayanan staf dan kesesuaian cicilan dengan kemampuan.

Dimana dari hasil wawancara dengan salah satu nasabah pembiayaan sepeda motor menjelaskan bahwa

“Menurut saya, proses pengajuan pembiayaan di BPR Syariah Haji Miskin sangat mudah dan cepat. Informasi mengenai cicilan dan biaya dijelaskan dengan baik karena sebelumnya saya juga pernah melakukan pinjaman di bank ini untuk biaya pertanian jadi saya mudah memahaminya. Saya merasa cicilannya juga ringan dan sesuai dengan penghasilan saya. Pelayanan stafnya juga ramah dan membantu, terutama saat menjelaskan akad syariahnya saya puas karena semuanya jelas” (Mulyadi, wawancara 8 Juni 2025)

Hasil wawancara peneliti dengan nasabah lain menjelaskan bahwa:

“Awalnya saya khawatir karena belum pernah ambil pembiayaan sebelumnya tapi teman saya yang pernah mengambil pembiayaan di bank ini menyarankan di sini, lalu ternyata prosedurnya mudah dan tidak ribet. Informasi tentang margin dan biaya dijelaskan dengan rinci pada saat awal pengajuan. Saya merasa nyaman karena tidak ada biaya tersembunyi. Akad syariahnya juga dijelaskan dengan bahasa yang mudah dimengerti. Petugasnya sopan dan melayani dengan sabar, jadi saya merasa diperlakukan dengan baik” (Zurhaiza, wawancara 8 Juni 2025)

Wawancara lain yang penulis lakukan pada nasabah pembiayaan sepeda motor menjelaskan

“Saya merasa sangat terbantu dengan pembiayaan ini. Motor yang saya ambil bisa langsung saya gunakan untuk ke sawah. Prosesnya lancar, stafnya menjelaskan semua informasi dengan jelas, termasuk biaya dan sistem pembayarannya. Saya tidak kesulitan memahami akad karena dijelaskan dengan bahasa yang mudah saya pahami. Cicilan per bulan sesuai dengan kemampuan saya jadi tidak memberatkan. Pelayanan yang diberikan stafnya juga cepat” (Sariani, wawancara 8 Juni 2025)

Wawancara lain yang penulis lakukan pada nasabah pembiayaan sepeda motor menjelaskan

“Menurut saya akad yang dijelaskan mudah dipahami, karena pihak BPRS menjelaskan dengan bahasa sederhana karena itu saya mudah memahaminya dan sudah sesuai dengan prinsip syariah, Pelayanan staf juga sangat baik, ramah, dan membantu. Saat proses pengajuan pun tidak berbelit-belit, dan saat membayar cicilan saya selalu dibimbing dengan baik jadi saya merasa lebih tenang” (Jafri, Wawancara 15 Agustus 2025)

Wawancara lain yang penulis lakukan pada nasabah pembiayaan sepeda motor menjelaskan

“Awalnya saya agak bingung dengan istilah akad, tapi setelah dijelaskan perlahan saya bisa mengerti. Pihak BPRS sabar menerangkan sampai saya benar-benar paham. Menurut saya pelayanannya cepat dan tidak menyulitkan. Stafnya juga

ramah, jadi saya merasa nyaman” (Maryulis, Wawancara 15 Agustus 2025)

Hasil wawancara dengan direktur utama BPR Syariah Haji Miskin tentang faktor persepsi layanan ini yaitu

“Kami selalu berusaha memberikan informasi sejelas mungkin kepada nasabah dari sejak awal permohonan, baik tentang akad, margin, maupun biaya lainnya seperti biaya administrasi, matrai, asuransi, maupun notaris. Semua staf kami diberikan pelatihan untuk menjelaskan dengan bahasa yang sederhana agar nasabah mudah memahami” (Hendri Kamal, Direktur Utama, wawancara 10 Juni 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur Utama dan nasabah diatas, bahwa persepsi nasabah terhadap layanan pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin sangat positif. Para nasabah menilai bahwa proses pengajuan pembiayaan berjalan mudah, cepat, dan tidak berbelit-belit. Informasi mengenai biaya dan cicilan disampaikan secara jelas dan rinci sejak awal pengajuan, sehingga memudahkan nasabah dalam memahami keseluruhan sistem pembiayaan, termasuk akad syariahnya. Para nasabah juga menyatakan bahwa bahasa yang digunakan dalam penjelasan mudah dipahami, bahkan oleh mereka yang baru pertama kali mengambil pembiayaan. Selain itu, sikap ramah, sopan, dan responsif dari staf menambah kenyamanan dalam berinteraksi. Kesesuaian cicilan dengan kemampuan ekonomi masing-masing nasabah juga menjadi faktor penting yang memperkuat persepsi positif mereka terhadap layanan ini. Dengan demikian, persepsi nasabah mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap transparansi, kemudahan, dan profesionalisme layanan pembiayaan yang ditawarkan oleh BPR Syariah Haji Miskin.

3) Faktor pembelajaran

Faktor pembelajaran yaitu proses internal konsumen dalam memahami dan menilai suatu produk atau layanan berdasarkan pengalaman sebelumnya. Penulis melakukan wawancara dengan

pertanyaan yang mengacu pada Apakah nasabah pernah menggunakan layanan pembiayaan di BPR Syariah Haji Miskin sebelumnya, dan bagaimana pengalaman tersebut memengaruhi pemahaman serta keputusan dalam mengambil pembiayaan sepeda motor saat ini.

Hasil wawancara dengan direktur utama BPR Syariah Haji Miskin tentang edukasi syariah atau pengalaman nasabah yang berulang

“Sebagian besar nasabah sudah mengenal produk kami sebelumnya. Mereka kembali melakukan pembiayaan karena merasa proses kami lebih transparan dan sesuai prinsip syariah. Kami juga aktif memberikan edukasi baik secara langsung maupun secara online agar mereka paham mengenai hak dan kewajibannya” (Hendri Kamal ,Direktur Utama, wawancara 10 Juni 2025)

Hasil wawancara penulis dengan nasabah pembiayaan sepeda motor yang menjelaskan bahwa

“Sebelumnya saya pernah mengajukan pembiayaan di BTPN Syariah, tapi prosesnya cukup rumit dan angsuran terlalu besar. Dari pengalaman itu, saya jadi lebih hati-hati memilih lembaga pembiayaan. Ketika saya tahu BPR Syariah Haji Miskin punya sistem yang lebih sederhana dan berbasis syariah, saya tertarik mencobanya. Ternyata benar, prosesnya lebih mudah dan tidak memberatkan. Pengalaman sebelumnya membuat saya lebih paham apa yang harus saya perhatikan saat memilih tempat pembiayaan.” (Murniwati, wawancara 8 Juni 2025)

Wawancara lainnya yang penulis lakukan dengan nasabah yang menjelaskan bahwa

“Saya sudah pernah mengambil pembiayaan di BPR Syariah Haji Miskin sebelumnya untuk kebutuhan usaha warung saya. Karena sudah pernah berurusan dengan bank ini, saya jadi sudah paham proses dan akadnya. Jadi ketika saya butuh motor untuk mendukung usaha saya sekarang, jadi saya pilih pembiayaan di bank ini lagi. Pengalaman sebelumnya sangat membantu karena saya tahu apa yang harus saya siapkan dan sudah percaya dengan pelayanannya” (Asnur, wawancara 8 Juni 2025)

Wawancara lainnya yang penulis lakukan dengan nasabah yang menjelaskan bahwa:

“sebelum saya mengambil pembiayaan sepeda motor waktu itu saya pernah mengambil pembiayaan di BPRS ini sebelumnya untuk modal bertani yaitu untuk membeli pupuk dan benih. Pengalaman itu membuat saya percaya dengan BPRS Haji Miskin, karena cicilannya ringan dan sesuai syariah. Jadi, saat butuh motor saya juga memilih pembiayaan di BPRS Haji Miskin lagi” (Romi, Wawancara 15 Agustus 2025)

Wawancara lainnya yang penulis lakukan dengan nasabah yang menjelaskan bahwa:

“saya sudah pernah mengambil pembiayaan di BPRS ini sebelumnya. Waktu itu untuk membeli pupuk dan peralatan lain. Karena pengalaman sebelumnya baik, prosesnya mudah, dan cicilannya sesuai kemampuan, saya tidak ragu untuk kembali mengambil pembiayaan sepeda motor di sini” (Murtini, 15 Agustus 2025)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, bahwa faktor pembelajaran memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin. Nasabah yang pernah memiliki pengalaman sebelumnya, baik di lembaga pembiayaan lain maupun di BPR Syariah Haji Miskin itu sendiri, menunjukkan peningkatan pemahaman dan kehati-hatian dalam mengambil keputusan saat ini. Pengalaman buruk sebelumnya, mendorong nasabah untuk lebih selektif dan akhirnya memilih lembaga yang dianggap lebih sesuai dengan kebutuhannya. Sementara itu, pengalaman baik yang dialami oleh nasabah pada pembiayaan sebelumnya di BPR Syariah Haji Miskin menumbuhkan rasa percaya dan mempermudah proses pengambilan keputusan selanjutnya. Dengan demikian, pembelajaran dari pengalaman masa lalu terbukti membentuk persepsi atau keputusan nasabah dalam menggunakan layanan pembiayaan.

4) Faktor Kepercayaan

Faktor kepercayaan yaitu keyakinan atau rasa aman nasabah terhadap lembaga pembiayaan dalam hal kejujuran, tanggung jawab, transparansi, dan kesesuaian janji dengan kenyataan. Kepercayaan memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan pembiayaan dari suatu lembaga seperti BPR Syariah Haji Miskin. Penulis melakukan wawancara kepada beberapa nasabah dan Direktur BPR Syariah Haji Miskin tentang faktor kepercayaan dengan pertanyaan mengacu pada Apa yang membuat nasabah merasa yakin dan percaya untuk mengambil pembiayaan di BPR Syariah Haji Miskin.

Hasil wawancara yang telah penulis lakukan dengan nasabah pembiayaan sepeda motor yang menjelaskan bahwa

“Saya merasa percaya karena sejak awal semua informasi disampaikan dengan sangat jelas, mulai dari cicilan, biaya, sampai akad syariahnya. Stafnya juga sangat baik dan sabar dalam menjelaskan. Saya merasa aman karena prosesnya terbuka” (Murniwati, wawancara 8 Juni 2025)

Selanjutnya wawancara penulis dengan salah satu nasabah lainnya yang menjelaskan bahwa

“Yang membuat saya yakin adalah karena saya pernah punya pengalaman sebelumnya di sini. Waktu itu pembiayaannya lancar, tidak ada masalah, dan sesuai dengan yang telah dikatakan di awal. Akadnya juga jelas dan tidak membingungkan setelah dijelaskan. Saya sudah percaya karena semua sesuai kenyataan” (Mulyadi, wawancara 8 Juni 2025)

Wawancara selanjutnya dengan nasabah pembiayaan sepeda motor lainnya yang menjelaskan bahwa

“Saya percaya karena sistemnya jelas dan tidak banyak syarat yang menyulitkan. Semua dijelaskan dari awal dan saya diberi waktu untuk memahami akad sebelum tanda tangan dan saat survey stafnya tepat waktu dan baik, jadi saya merasa nyaman dan yakin” (Sariani, wawancara 8 Juni 2025)

Wawancara selanjutnya dengan nasabah pembiayaan sepeda motor lainnya yang menjelaskan bahwa:

“yang membuat saya yakin adalah pertama karena banyak masyarakat disini menggunakan jasa bprs ini dan juga karena BPR Syariah Haji Miskin menggunakan sistem syariah, jadi lebih tenang dan tidak merasa terbebani dengan bunga. Selain itu, lokasinya dekat dengan rumah saya, sehingga lebih mudah untuk proses pembayaran” (Asrida, Wawancara 15 Agustus 2025)

Wawancara selanjutnya dengan nasabah pembiayaan sepeda motor lainnya yang menjelaskan bahwa:

“Saya percaya memilih BPR Syariah Haji Miskin karena banyak tetangga saya yang sudah menjadi nasabah dan merasa puas. Selain itu, pelayanan stafnya juga ramah dan cicilannya sesuai kemampuan saya, jadi saya merasa aman dan yakin untuk mengambil pembiayaan di sini” (Murtini, Wawancara 15 Agustus 2025)

Hasil wawancara dengan direktur utama BPR Syariah Haji Miskin tentang pentingnya faktor kepercayaan nasabah terhadap BPR Syariah Haji Miskin

“Kepercayaan adalah aset paling penting dan berharga bagi kami. Kami menjaga kepercayaan nasabah melalui konsistensi layanan, transparansi biaya, dan pendekatan personal oleh staf kami di lapangan” (Hendri Kamal ,Direktur Utama, wawancara 10 Juni 2025)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis lakukan diatas, bahwa faktor kepercayaan memiliki pengaruh besar dalam keputusan nasabah untuk menggunakan pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin. Kepercayaan tersebut dibentuk oleh beberapa hal utama, yaitu kejelasan informasi sejak awal, transparansi terkait biaya dan akad syariah, beserta sikap staf yang ramah, sabar, dan tepat waktu dalam pelayanan. Pengalaman sebelumnya juga memperkuat keyakinan nasabah terhadap integritas dan konsistensi layanan yang diberikan. Nasabah merasa aman karena proses pembiayaan dilakukan secara terbuka, tanpa adanya

tekanan atau syarat yang memberatkan. Dengan demikian, rasa percaya terhadap sistem, petugas, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi pondasi utama dalam membangun loyalitas dan keputusan pembiayaan nasabah di lembaga ini.

5) Faktor Pribadi

Faktor Pribadi adalah latar belakang individu yang mencakup pekerjaan, pendapatan, usia, pengalaman dan gaya hidup yang memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan layanan pembiayaan. Penulis melakukan wawancara dengan nasabah pembiayaan sepeda motor dengan pertanyaan yang mengacu pada Apa latar belakang pribadi nasabah seperti pekerjaan, penghasilan, memengaruhi keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan di BPR Syariah Haji Miskin.

Hasil wawancara penulis lakukan dengan nasabah pembiayaan sepeda motor yang menjelaskan bahwa

“Saya bekerja sebagai tukang ojek dengan penghasilan harian yang tidak menentu tetapi selain ojek saya juga berladang. Saya mengambil pembiayaan sepeda motor karena sangat membutuhkan kendaraan untuk bekerja sehari-hari. Sebelumnya saya juga sudah pernah mengambil pembiayaan, jadi saya sudah memahami proses dan cicilan dapat disesuaikan dengan kemampuan saya, saya merasa ini pilihan yang tepat” (Mulyadi, 8 Juni 2025)

Pada hasil wawancara selanjutnya nasabah menyampaikan bahwa

“Saya ibu rumah tangga, suami saya bekerja sebagai petani. Penghasilan kami tidak besar, tapi kami ingin membantu anak kami yang baru masuk kuliah agar lebih mudah untuk transportasi ke kampus. Karena itu, saya memutuskan mengambil pembiayaan motor, Dulu saya pernah ambil pembiayaan di tempat lain tapi prosesnya lama dan cicilan berat.” (Murniwati, 8 Juni 2025)

Wawancara selanjutnya penulis lakukan dengan nasabah yang menjelaskan bahwa

“Saya bekerja sebagai pedagang diwarung, Motor sangat penting bagi saya karena saya gunakan untuk belanja ke

pasar. Penghasilan saya perbulannya cukup stabil. dan saya pilih BPR Syariah Haji Miskin karena sistemnya lebih ringan dan sesuai kemampuan saya” (Asnur, wawancara 8 Juni 2025)

Wawancara selanjutnya penulis lakukan dengan nasabah yang menjelaskan bahwa:

“cicilan yang ditetapkan sesuai dengan kemampuan saya. Hasil ojek memang tidak menentu, tapi jumlah cicilan masih bisa saya sesuaikan dengan pendapatan saya karena saya juga bertani. saya memilih pembiayaan di BPRS ini karena cicilannya sesuai kemampuan saya dan tidak memberatkan saya” (Jafri, Wawancara 15 Agustus 2025)

Wawancara selanjutnya penulis lakukan dengan nasabah yang menjelaskan bahwa:

“Menurut saya cicilan nya cukup ringan, bisa disesuaikan dengan penghasilan dari berdagang di pasar setiap hari, jadi tidak mengganggu kebutuhan keluarga. Saya berdagang sayur dan makanan di pasar. Penghasilan harian saya cukup stabil, jadi saya merasa lebih aman mengambil pembiayaan motor di BPRS ini untuk mendukung usaha saya” (Maryulis, Wawancara 15 Agustus 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah di atas, bahwa faktor pribadi seperti pekerjaan, penghasilan, pengalaman sebelumnya, serta kebutuhan hidup sehari-hari sangat mempengaruhi keputusan mereka dalam mengambil pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin. Nasabah dengan latar belakang pekerjaan yang berbeda seperti tukang ojek, ibu rumah tangga, petani, dan pedagang, memiliki kebutuhan spesifik yang berkaitan erat dengan aktivitas ekonomi dan keluarga mereka. Penghasilan yang terbatas dan kebutuhan akan sarana transportasi menjadi alasan utama pengambilan pembiayaan. Selain itu, pengalaman sebelumnya dalam menggunakan layanan pembiayaan, baik yang menyenangkan maupun yang kurang memuaskan, Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kondisi pribadi setiap nasabah sangat

menentukan sikap dan keputusan mereka terhadap penggunaan layanan pembiayaan syariah

b. Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Sepeda Motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.

1) Faktor Sosial

Faktor Sosial yaitu pengaruh yang berasal dari lingkungan sekitar individu seperti keluarga, teman, kelompok social atau masyarakat untuk menentukan keputusan seseorang dalam menggunakan suatu produk atau layanan termasuk dalam hal pembiayaan sepeda motor. Penulis melakukan wawancara dengan nasabah pembiayaan sepeda motor dengan pertanyaan yang mengacu pada Apakah pengaruh dari keluarga, teman, tetangga, atau orang terdekat yang membuat nasabah mengetahui atau memutuskan untuk mengambil pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin.

Hasil wawancara dengan nasabah pembiayaan sepeda motor yang menjelaskan bahwa

“Saya tahu tentang pembiayaan di BPR Syariah Haji Miskin dari tetangga saya yang sudah lebih dulu mengambil motor disini. Dia bilang prosesnya mudah dan tidak memberatkan, jadi saya tertarik untuk mengambil pembiayaan sepeda motor di bank ini karna saya juga membutuhkan motor saat itu. Setelah saya coba sendiri, ternyata memang benar, sesuai dengan yang dikatakan” (Murniwati, wawancara 8 Juni 2025)

Selanjutnya wawancara peneliti dengan nasabah yang menyatakan bahwa

“Saya sebenarnya sudah pernah mengambil pembiayaan untuk modal bertani di bank ini dan baru kali ini mencoba pembiayaan sepeda motor,tapi teman saya sesama ojek pernah ambil pembiayaan motor di sini dan katanya prosesnya mudah. jadi saya berani mencobanya. Ternyata memang cocok dengan kebutuhan dan kemampuan saya” (Mulyadi, wawancara 8 Juni 2025)

Wawancara selanjutnya yang peneliti lakukan dimana nasabah menjelaskan bahwa

“Saya mendengar dari banyak warga di kampung ini yang sudah pernah ambil pembiayaan di sini. Karena banyak yang cocok dan tidak ada keluhan, jadi saya pun merasa yakin Informasi dari orang sekitar sangat membantu saya dalam mengambil keputusan” (Sariani, wawancara 8 Juni 2025)

Berikutnya wawancara dengan nasabah yang menjelaskan bahwa

“Saya tahu BPR Syariah Haji Miskin ini karena letaknya memang dekat dengan rumah dan banyak tetangga di sekitar saya yang ambil pembiayaan di sini karena mudah dijangkau dan jika ingin membayar setoran atau hal yang mengharuskan ke kantor tersebut sangat mudah karena jarak nya yang dekat” (Asnur, 8 Juni 2025)

Berikutnya wawancara dengan nasabah yang menjelaskan bahwa

“Saya mengetahui informasi pembiayaan ini dari tetangga yang sudah lebih dulu menjadi nasabah. Ia cerita kalau prosesnya mudah dan cicilannya ringan. dari rekomendasi itu, karna saya juga butuh saya jadi percaya dan akhirnya ikut mengajukan pembiayaan di BPRS Haji Miskin ini” (Asrida, Wawancara 15 Agustus 2025)

Berikutnya wawancara dengan nasabah yang menjelaskan bahwa

“Saya tahu layanan pembiayaan ini dari sosialisasi pihak BPRS di pasar saat saya menjual hasil panen. Setelah itu saya juga bertanya ke teman-teman saya, dan mereka bilang pelayanannya bagus. Itu yang membuat saya yakin untuk mencoba nya” (Romi, Wawancara 15 Agustus 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah diatas, bahwa faktor sosial memiliki peran signifikan dalam memengaruhi keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin. Nasabah mengaku mengetahui dan akhirnya memutuskan menggunakan layanan pembiayaan tersebut karena adanya pengaruh dari lingkungan sekitar, seperti tetangga,

teman, dan warga kampung yang lebih dulu menggunakan layanan serupa dan memberikan rekomendasi. Selain itu, lokasi bank yang dekat dengan tempat tinggal juga menjadi nilai tambah yang memperkuat keputusan, karena memudahkan dalam proses pengajuan maupun pembayaran cicilan.

2) Faktor Budaya

Faktor Budaya yaitu norma, kepercayaan, adat istiadat, dan kebiasaan yang berlaku dalam suatu masyarakat atau kelompok sosial yang memengaruhi cara berpikir, sikap, termasuk dalam pengambilan keputusan ekonomi. Peneliti telah melakukan wawancara dengan nasabah pembiayaan sepeda motor dengan pertanyaan yang mengacu pada Apakah ada kebiasaan atau pengaruh dari lingkungan masyarakat di sekitar seperti tradisi memilih layanan berbasis syariah.

Hasil wawancara peneliti dengan nasabah pembiayaan sepeda motor yang menjelaskan bahwa

“Saya ambil pembiayaan sepeda motor ini karena cicilannya sesuai kemampuan keluarga saya. Saya tidak berpikir soal budaya atau nilai agama, tetapi mayoritas masyarakat disini memang banyak yang menggunakan bank syariah. Kalau saya hanya melihat dari sisi kemudahan dan apakah saya mampu bayar atau tidak” (Zurhaiza, wawancara 10 Juni 2025)

Selanjutnya wawancara dengan nasabah yang menjelaskan bahwa

“Saya ambil pembiayaan sepeda motor di sini memang karena butuh kendaraan untuk bekerja. Saya tidak terlalu mempermasalahkan bank ini syariah atau bukan, yang penting prosesnya cepat dan cicilannya ringan” (Mulyadi, wawancara 8 Juni 2025)

Selanjutnya wawancara dengan nasabah lain yang menjelaskan bahwa

“Bagi saya pribadi, keputusan memilih layanan syariah bukan semata-mata karena pengaruh budaya, tapi lebih karena keyakinan pribadi kalau memang ada alternatif yang sesuai

prinsip syariah, tentu saya lebih memilih itu dan alhamdulillah sekarang layanan seperti ini juga makin mudah dijangkau” (Asnur, wawancara 8 Juni 2025)

Selanjutnya wawancara dengan nasabah lain yang menjelaskan bahwa

“Sejujurnya saya tidak terlalu paham soal syariah secara detail, tapi di sini karena memang dekat juga dengan BPRS dan masyarakat disini dari dulu memang terbiasa pakai pembiayaan syariah. Keluarga saya juga begitu. Jadi buat saya itu sudah seperti pilihan yang wajar Karena sudah jadi kebiasaan juga” (Sariani, wawancara 8 Juni 2025)

Selanjutnya wawancara dengan nasabah lain yang menjelaskan bahwa

“Di lingkungan saya banyak yang lebih percaya pada pembiayaan syariah karena dianggap lebih aman dan halal. Karena itu saya juga merasa lebih aman memilih BPR Syariah Haji Miskin daripada lembaga lain karena banyak masyarakat disini memilih BPRS Haji Miskin” (Murtini, Wawancara 15 Agustus 2025)

Selanjutnya wawancara dengan nasabah lain yang menjelaskan bahwa

“Menurut saya pandangan masyarakat sangat berpengaruh. Banyak teman pedagang di pasar menyarankan agar memilih pembiayaan syariah supaya tidak terbebani bunga. Jadi karena adanya dorongan dari lingkungan membuat saya lebih yakin mengambil pembiayaan di sini” (Maryulis, Wawancara 15 Agustus 2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah pembiayaan sepeda motor diatas, bahwa faktor budaya memiliki peran dalam pengambilan keputusan, meskipun bukan menjadi satu-satunya pertimbangan utama. Beberapa nasabah menyatakan bahwa kebiasaan masyarakat dan lingkungan yang dominan menggunakan layanan syariah memengaruhi pilihannya, meskipun tanpa pemahaman mendalam tentang konsep syariah itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa budaya dan kebiasaan kolektif dapat menjadi

acuan atau referensi dalam mengambil keputusan ekonomi. Sementara itu, beberapa nasabah lainnya lebih dipengaruhi oleh aspek fungsional seperti kemampuan membayar dan kecepatan proses, walaupun tetap mengakui adanya dominasi penggunaan layanan syariah di lingkungannya. Ada juga yang menegaskan bahwa pilihannya lebih didasarkan pada keyakinan pribadi terhadap prinsip syariah, bukan karena budaya. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor budaya bekerja secara tidak langsung dan bervariasi pengaruhnya, tergantung latar belakang, kebutuhan, dan nilai pribadi masing-masing individu.

3) Faktor Pemasaran

Faktor pemasaran yaitu segala bentuk strategi dan upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau lembaga untuk mempromosikan, menawarkan, dan memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan suatu produk atau layanan. Penulis sudah melakukan wawancara kepada nasabah yang menggunakan pembiayaan sepeda motor dan Direktur Utama BPR Syariah Haji Miskin mengenai pemasaran produk nya dengan pertanyaan yang mengacu pada Bagaimana penilaian nasabah terhadap pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin, mulai dari promosi yang di terima oleh nasabah

Hasil wawancara yang penulis lakukan pada nasabah pembiayaan sepeda motor yang menjelaskan bahwa

“Saya tahu tentang pembiayaan ini dari teman dan saya juga pernah mendapatkan brosur yang dibagikan di pasar. Setelah saya tanya langsung ke kantor, produk pembiayaannya dijelaskan dengan baik. Cicilannya juga ringan, dan sesuai dengan kemampuan saya. Pelayanannya ramah dan prosesnya cepat. Kantornya juga mudah di jangkau letaknya strategis karna terletak di tepi jalan raya, jadi sangat praktis”
(Murniwati, wawancara 8 Juni 2025)

Penulis melakukan Wawancara selanjutnya dengan nasabah yang menjelaskan bahwa

“Saya pertama kali tahu tentang pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin dari teman saya yang sudah lebih dulu menggunakan layanan ini. Dia merekomendasikan karena katanya prosesnya mudah dan cicilannya ringan. Setelah itu, saya juga sempat mendapatkan informasi saat staf bank promosi memberikan penjelasan langsung kemasyarakat. Dari penjelasan staf tersebut, saya jadi lebih paham tentang produknya dan merasa yakin untuk mengajukan pembiayaan” (Mulyadi, 8 Juni 2025)

Wawancara berikutnya dengan salah satu nasabah yang menjelaskan bahwa

“Saya awalnya tahu tentang pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin dari staf bank yang sering datang menjemput setoran ke warung saya. setelah itu staf tersebut sambil ngobrol menawarkan informasi tentang program pembiayaan motor. Setelah dijelaskan, saya tertarik karena ternyata prosesnya mudah dan cicilannya bisa disesuaikan dengan penghasilan saya. Dari situlah saya mulai mempertimbangkan dan akhirnya mengajukan pembiayaan” (Asnur, wawancara 8 Juni 2025)

Wawancara berikutnya dengan salah satu nasabah yang menjelaskan bahwa

“Saya sebenarnya sudah lama ingin ganti motor, tapi baru tertarik setelah melihat brosur promosi BPRS dan sosialisasi pihak bank langsung. Di situ dijelaskan cicilan ringan dan sesuai syariah. Informasi dari iklan itu membuat saya semakin yakin untuk mengajukan pembiayaan” (Romi, Wawancara 15 Agustus 2025)

Wawancara berikutnya dengan salah satu nasabah yang menjelaskan bahwa

“Promosi dari staf BPRS Haji Miskin sangat berpengaruh bagi saya. Awalnya saya kurang tahu soal pembiayaan syariah, tapi setelah dijelaskan langsung, saya jadi paham keuntungannya. Penjelasan itu membuat saya lebih yakin untuk mengambil pembiayaan motor di sini” (Jafri, Wawancara 15 Agustus 2025)

Selanjutnya wawancara penulis dengan direktur PT BPR Syariah Haji Miskin mengenai promosi yang dilakukan BPR Syariah ini kepada calon nasabahnya

“kami melakukan pelayanan terbaik kepada nasabah karena diharapkan nasabah yang merasa puas mendapatkan pelayanan disini akan menceritakan kepada temannya tentang BPR Syariah ini, lalu kami melakukan direct selling atau pemasaran langsung kepada nasabah, seperti pembagian brosur, kunjungan ke pasar, dan sosialisasi di tempat usaha. Staf marketing kami aktif menjelaskan produk langsung kepada calon nasabah dan menjelaskana potongan-potongan yang akan mereka dapatkan dan juga Pihak BPR Syariah Haji Miskin juga melakukan pengamatan terhadap strategi pembiayaan dari lembaga keuangan lain. Ketika bank lain menawarkan pembiayaan dengan harga atau margin yang lebih murah, maka BPR Syariah Haji Miskin turut menyesuaikan strategi agar tetap kompetitif di pasar dan produk pembiayaannya tetap diminati oleh masyarakat” (Hendri Kamal, wawancara 10 Juni 2025)

Dari hasil wawancara diatas, bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPR Syariah Haji Miskin terbukti berperan penting dalam memengaruhi keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan sepeda motor. Melalui metode direct selling seperti pembagian brosur, kunjungan ke pasar, serta pendekatan personal oleh staf saat menjemput setoran, informasi produk disampaikan secara langsung dan mudah dipahami oleh calon nasabah. Selain itu, promosi dari mulut ke mulut melalui nasabah yang merasa puas juga turut memperluas jangkauan informasi. Pihak manajemen pun secara aktif memantau strategi pembiayaan lembaga keuangan lain dan menyesuaikan margin agar tetap kompetitif di pasar. Gabungan strategi promosi langsung, pelayanan yang baik, dan penyesuaian harga membuat produk pembiayaan sepeda motor tetap diminati masyarakat.

2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis dapatkan dari data dan hasil wawancara dilapangan agar tidak menyimpang dari fokus penelitian dan tujuan penelitian maka disajikan pembahasannya. Berdasarkan hasil penelitian pada nasabah pembiayaan sepeda motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor di BPR Syariah Haji Miskin ini, dimana kedua faktor tersebut adalah faktor internal dan eksternal, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah tersebut yaitu:

a. Faktor Internal yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Sepeda Motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.

1) Faktor Motivasi

Motivasi merupakan salah satu faktor internal utama yang mendorong nasabah untuk mengambil keputusan dalam menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor di PT BPR Syariah Haji Miskin. Sebagian besar nasabah mengungkapkan bahwa mereka memiliki kebutuhan mendesak akan kendaraan bermotor untuk mendukung aktivitas sehari-hari, terutama dalam konteks pekerjaan. Beberapa nasabah menyebutkan bahwa sepeda motor sangat dibutuhkan untuk menunjang usaha berdagang, transportasi ke tempat kerja, atau digunakan sebagai alat operasional dalam pekerjaan sebagai ojek. Dengan demikian, keinginan untuk memenuhi kebutuhan ini menjadi pendorong kuat yang mengarahkan mereka untuk memutuskan mengambil pembiayaan di BPR Syariah Haji Miskin.

Faktor motivasi ini sesuai dengan teori motivasi dalam perilaku konsumen yang dijelaskan oleh Kotler, di mana motivasi didefinisikan sebagai dorongan dari dalam diri individu yang membuatnya bertindak untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan.

Dalam hal ini, sepeda motor dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan membantu memperbaiki kehidupan ekonomi nasabah. Kebutuhan tersebut muncul secara sadar berdasarkan kondisi ekonomi dan sosial nasabah, dan karena itulah nasabah mencari solusi dengan menggunakan pembiayaan syariah

Selain itu, motivasi nasabah juga dipengaruhi oleh kemudahan dan kenyamanan layanan yang ditawarkan oleh BPR Syariah Haji Miskin. Ada nasabah yang menyatakan bahwa proses yang cepat, syarat yang tidak memberatkan, lokasi yang mudah dijangkau dan pelayanan yang ramah menambah keyakinan mereka untuk mengambil pembiayaan. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi tidak hanya berasal dari kebutuhan pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemudahan akses layanan. Artinya, semakin sesuai kebutuhan nasabah dengan layanan yang diberikan, semakin besar keinginan mereka untuk mengambil pembiayaan di BPR Syariah Haji Miskin ini.

2) Faktor Persepsi

Persepsi merupakan cara pandang atau penilaian nasabah terhadap layanan dan produk yang ditawarkan oleh PT BPR Syariah Haji Miskin. banyak nasabah yang menyampaikan bahwa mereka memiliki pandangan positif terhadap BPRS ini, terutama karena pelayanan yang cepat, proses pengajuan yang mudah, serta penjelasan akad yang jelas dan transparan. Persepsi positif ini terbentuk dari pengalaman langsung saat berinteraksi dengan pegawai bank, mulai dari proses pengajuan hingga pencairan pembiayaan.

Menurut teori perilaku konsumen, persepsi sangat menentukan keputusan pembelian karena persepsi membentuk bagaimana seseorang menilai kualitas dan manfaat suatu produk atau layanan. Disini nasabah merasa bahwa BPR Syariah Haji Miskin memberikan pelayanan yang jujur, ramah, dan profesional. Mereka juga merasa

dihargai karena dilayani dengan baik dan diberikan penjelasan yang lengkap terkait pembiayaan. Hal ini memperkuat persepsi bahwa BPR Syariah Haji Miskin adalah tempat yang aman dan nyaman untuk melakukan pembiayaan.

Persepsi yang baik ini menjadi salah satu alasan utama nasabah memutuskan menggunakan jasa pembiayaan di BPR Syariah Haji Miskin ini. Ketika nasabah merasa yakin dan percaya terhadap kualitas layanan, maka mereka lebih mudah mengambil keputusan tanpa banyak keraguan. Jadi, semakin baik persepsi nasabah terhadap BPR Syariah Haji Miskin, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menggunakan layanan pembiayaan sepeda motor di sana.

3) Faktor Pembelajaran

Pembelajaran merupakan proses di mana nasabah memperoleh pengetahuan dan pengalaman dari interaksi mereka dengan produk atau layanan perbankan sebelumnya. Sebagian nasabah menyampaikan bahwa keputusan mereka untuk kembali menggunakan jasa pembiayaan di PT BPR Syariah Haji Miskin dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya yang dirasa memuaskan. Mereka pernah merasakan kemudahan dalam proses, kejelasan akad, dan pelayanan yang baik, sehingga pengalaman tersebut menjadi pelajaran berharga dalam pengambilan keputusan saat ini.

Secara teoritis, pembelajaran dalam konteks perilaku konsumen dijelaskan sebagai proses perubahan perilaku yang dihasilkan dari pengalaman. Kotler (2005) menyatakan bahwa pembelajaran adalah salah satu faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian. Pembelajaran berperan penting dalam membentuk pola perilaku seseorang terhadap suatu produk. Jika pengalaman pertama nasabah berjalan baik dan sesuai harapan, maka itu akan meninggalkan kesan positif yang memengaruhi keputusan mereka di masa depan. Sebaliknya, jika

pengalaman sebelumnya buruk, maka nasabah cenderung enggan untuk kembali menggunakan layanan serupa. Dalam hal ini, BPR Syariah Haji Miskin berhasil membangun kesan positif yang kemudian menjadi landasan pembelajaran bagi nasabah.

Oleh karena itu, pembelajaran dari pengalaman masa lalu memberikan kontribusi besar dalam memperkuat keyakinan nasabah untuk memilih kembali pembiayaan syariah. Pengalaman tersebut tidak hanya berdampak pada nasabah itu sendiri, tetapi juga memengaruhi orang lain di sekitarnya melalui cerita dan rekomendasi. Artinya, pengalaman positif yang dialami seseorang dapat menjadi media pembelajaran bagi calon nasabah lain, yang pada akhirnya memperluas kepercayaan terhadap layanan pembiayaan yang ditawarkan oleh BPR Syariah Haji Miskin.

4) Faktor Kepercayaan

Kepercayaan merupakan salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan di PT BPR Syariah Haji Miskin. Banyak nasabah menyatakan bahwa mereka merasa aman dan nyaman karena proses pembiayaan dilakukan secara terbuka dan tidak ada unsur yang disembunyikan. Penjelasan tentang akad, jumlah cicilan, jangka waktu pembayaran, serta keuntungan yang diambil oleh pihak bank disampaikan dengan jelas. Hal ini menumbuhkan rasa percaya dari nasabah terhadap kejujuran dan profesionalisme lembaga keuangan tersebut.

Menurut Nugraha (2021), kepercayaan adalah faktor internal yang sangat penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Dalam hal ini nasabah menilai bahwa petugas bank memahami tugasnya dengan baik, mampu menjelaskan produk secara rinci, dan bersikap sopan serta menghargai nasabah. Transparansi informasi, tidak adanya tekanan dalam proses transaksi, serta pelayanan yang

ramah membuat nasabah merasa yakin bahwa pembiayaan yang mereka ambil tidak akan merugikan mereka di kemudian hari.

Kepercayaan ini kemudian menjadi alasan utama nasabah untuk memilih dan merekomendasikan BPR Syariah Haji Miskin kepada orang lain. Ketika nasabah percaya terhadap institusi keuangan mereka tidak hanya lebih mudah mengambil keputusan, tetapi juga cenderung menjadi pelanggan yang loyal. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk terus menggunakan dan menyebarkan informasi positif tentang layanan pembiayaan syariah yang diberikan.

5) Faktor Pribadi

Faktor pribadi berkaitan dengan karakteristik individu nasabah, seperti usia, pekerjaan, pendapatan, dan gaya hidup yang memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan jasa pembiayaan. Sebagian besar nasabah yang mengambil pembiayaan sepeda motor di PT BPR Syariah Haji Miskin berasal dari kalangan pekerja seperti petani, pedagang, tukang ojek, dan buruh. Mereka membutuhkan sepeda motor sebagai alat bantu dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, terutama untuk bekerja dan mencari nafkah. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan sangat berkaitan dengan kondisi pribadi masing-masing nasabah.

Secara teori, Philip Kotler dan Gary Armstrong (1997) menyebutkan bahwa usia dan pekerjaan termasuk dalam faktor pribadi yang berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian. Selain pekerjaan, tingkat pendapatan juga menjadi pertimbangan utama dalam mengambil keputusan pembiayaan. Nasabah dengan penghasilan tetap atau cukup merasa lebih percaya diri untuk mengambil pembiayaan karena merasa mampu membayar angsuran setiap bulan. Sebaliknya, bagi nasabah dengan penghasilan tidak menentu, keputusan pembiayaan lebih banyak dipengaruhi oleh

kebutuhan mendesak dan keyakinan terhadap kemudahan cicilan yang ditawarkan. Ini sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyebutkan bahwa kondisi ekonomi pribadi sangat mempengaruhi sikap dalam mengambil keputusan keuangan.

Faktor usia juga terlihat memengaruhi motivasi dan tujuan pembiayaan. Nasabah yang masih muda cenderung mengambil pembiayaan untuk mendukung mobilitas dan produktivitas kerja, sementara yang lebih tua biasanya mempertimbangkan kemudahan dan keamanan prosesnya. Dengan demikian, karakteristik pribadi sangat menentukan bagaimana seseorang memandang kebutuhan akan pembiayaan dan dalam memilih lembaga yang dipercaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

b. Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Sepeda Motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.

1) Faktor Sosial

Faktor sosial berperan penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor di PT BPR Syariah Haji Miskin. Beberapa nasabah mengaku bahwa mereka mengetahui layanan pembiayaan dari orang-orang terdekat, seperti keluarga, tetangga, atau teman. Informasi dan pengalaman positif yang dibagikan oleh orang-orang di sekitar mereka membentuk pandangan awal terhadap lembaga pembiayaan. Rekomendasi ini memberikan rasa percaya dan keyakinan bahwa layanan yang ditawarkan layak untuk dicoba.

Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa kelompok referensi seperti keluarga, teman, dan komunitas sosial memainkan peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku pembelian. Kotler (2005) menyebutkan bahwa keputusan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan individu, tetapi juga oleh norma dan harapan kelompok sosial yang melekat pada individu tersebut.

Keluarga dan lingkungan sosial turut menjadi contoh dalam pengambilan keputusan. Ketika seseorang melihat kerabatnya berhasil melakukan pembiayaan dan merasa puas, maka secara tidak langsung akan mendorong mereka untuk mengikuti langkah tersebut. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyebutkan bahwa pengaruh sosial dapat menjadi acuan dalam memilih produk atau layanan, terutama jika konsumen merasa kurang informasi atau belum memiliki pengalaman sebelumnya.

Selain itu, interaksi sosial juga berfungsi sebagai media untuk berbagi pengalaman dan memberikan dukungan emosional. Nasabah merasa lebih yakin mengambil keputusan karena mendapat dorongan dan persetujuan dari orang-orang terdekat. Ini menunjukkan bahwa keputusan pembiayaan tidak hanya berdasarkan kebutuhan pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh norma dan kebiasaan sosial di lingkungan sekitar. Semakin kuat dukungan dari lingkungan, semakin besar kemungkinan seseorang mengambil keputusan untuk menggunakan layanan pembiayaan syariah tersebut.

2) Faktor Budaya

Faktor budaya berpengaruh terhadap cara pandang nasabah dalam memilih layanan keuangan, termasuk pembiayaan sepeda motor di PT BPR Syariah Haji Miskin. Nasabah mengaku memilih pembiayaan berbasis syariah karena sesuai dengan nilai-nilai agama dan kebiasaan yang berlaku di lingkungan tempat tinggal mereka. Meskipun tidak semua memahami secara mendalam prinsip syariah, mereka merasa lebih nyaman menggunakan layanan yang dianggap sesuai dengan ajaran Islam dan tidak mengandung riba.

Teori dari Kotler (2005) menjelaskan bahwa budaya adalah pengaruh paling dalam terhadap perilaku konsumen karena sudah tertanam sejak kecil dan membentuk persepsi terhadap apa yang dianggap benar atau salah. Budaya lokal yang menjunjung nilai kejujuran, kebersamaan, dan religiusitas memperkuat pilihan

terhadap lembaga keuangan syariah. Nasabah merasa lebih yakin karena produk yang ditawarkan disesuaikan dengan norma dan kebiasaan masyarakat sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembiayaan bukan hanya soal ekonomi, tetapi juga berkaitan dengan kesesuaian nilai dan kepercayaan yang berkembang di masyarakat tempat mereka tinggal.

3) Faktor Pemasaran

Faktor pemasaran sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor di PT BPR Syariah Haji Miskin. Diketahui bahwa promosi langsung seperti pembagian brosur, penjelasan oleh petugas bank di lapangan, serta informasi dari customer service menjadi cara utama bank dalam menarik perhatian masyarakat. Cara seperti ini dianggap efektif karena nasabah mendapatkan informasi secara langsung dan lebih mudah memahami syarat serta prosedur pembiayaan yang ditawarkan.

Promosi yang dilakukan secara personal dan sederhana membuat nasabah merasa lebih dekat dan dihargai. Banyak nasabah yang menyampaikan bahwa mereka tertarik mengambil pembiayaan karena dijelaskan langsung oleh pegawai bank yang datang ke rumah atau ke tempat usaha mereka. Strategi pemasaran seperti ini memberi kesan ramah dan tidak kaku, berbeda dengan pendekatan pemasaran yang terlalu formal atau sulit diakses. Hal ini sesuai dengan teori pemasaran dari Kotler yang menekankan pentingnya promosi dan komunikasi efektif untuk membangun hubungan dengan konsumen.

Selain promosi, pelayanan yang cepat dan mudah juga termasuk dalam strategi pemasaran yang berhasil membangun citra positif. Nasabah merasa proses pengajuan pembiayaan tidak rumit dan tidak memakan waktu lama, sehingga mereka lebih yakin untuk mengambil keputusan. Pelayanan yang baik, ditambah dengan pendekatan pemasaran yang tepat sasaran, membuat nasabah percaya

dan merekomendasikan layanan ini kepada orang lain. Ini menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu membentuk loyalitas.

Jadi, hasil penelitian yang didapatkan oleh penulis sendiri terkait “faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan sepeda motor pada PT BPR Syariah Haji Miskin” adalah penulis menemukan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan sepeda motor adalah faktor internal yang berasal dari dalam diri nasabah sendiri dan faktor eksternal yang berasal dari luar diri nasabah atau pengaruh dari luar. Dimana faktor internal ada lima yaitu faktor motivasi, faktor persepsi, faktor pembelajaran, faktor kepercayaan dan faktor pribadi. Sedangkan faktor eksternal ada tiga yaitu faktor sosial, faktor budaya dan faktor pemasaran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada PT BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek mengenai keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan sepeda motor, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor internal yang mempengaruhi keputusan nasabah meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan, dan latar belakang pribadi. Nasabah memiliki motivasi kuat yang bersifat fungsional, seperti kebutuhan untuk bekerja, mendukung usaha, dan kebutuhan keluarga. Persepsi positif terhadap pelayanan, kejelasan informasi, serta pengalaman sebelumnya turut mendorong keputusan nasabah. Kepercayaan terhadap sistem syariah dan keterbukaan proses juga menjadi faktor penting dalam membentuk keyakinan nasabah.
2. Faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan nasabah meliputi pengaruh faktor sosial, budaya, dan strategi pemasaran. Faktor sosial yang seperti pengaruh teman, tetangga, dan keluarga berperan dalam memberikan rekomendasi, faktor budaya juga berdampak sebagai pengambilan keputusan nasabah, sementara faktor pemasaran seperti strategi promosi langsung oleh staf BPRS dan distribusi brosur berhasil menjangkau masyarakat secara efektif, Strategi promosi langsung yang dilakukan oleh BPR Syariah Haji Miskin melalui pembagian brosur, kunjungan ke pasar, dan pendekatan personal oleh staf lapangan, dinilai efektif dalam menjangkau dan meyakinkan calon nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. PT BPR Syariah Haji Miskin disarankan untuk terus memperkuat pendekatan pelayanan personal kepada nasabah, mempertahankan margin tetap, serta meningkatkan keterbukaan informasi pada setiap tahapan

proses pembiayaan, agar kepercayaan nasabah semakin tinggi dan loyalitas tetap terjaga. Strategi pemasaran perlu dikembangkan lebih luas dengan memanfaatkan media digital seperti media sosial dan aplikasi mobile, agar informasi mengenai produk pembiayaan dapat diakses oleh masyarakat yang lebih luas dan beragam segmen.

2. Pelatihan rutin bagi staf perlu terus ditingkatkan, khususnya dalam bidang komunikasi, pemahaman akad syariah, dan edukasi nasabah, agar dapat memberikan penjelasan yang lebih baik dan meningkatkan pengalaman pelayanan. BPR juga dapat mengembangkan program literasi keuangan syariah bagi masyarakat umum dan nasabah, guna memperkuat pemahaman terhadap produk syariah serta mengurangi risiko kesalahpahaman dalam proses pembiayaan
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan melibatkan lebih banyak variabel seperti digitalisasi layanan atau pengaruh teknologi dalam pengambilan keputusan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, R dan Umam, C. (2022). Analisis Pelaksanaan Akad Pembiayaan Murabahah Pada Bprs Haji Miskin Pandai Sikek.
- Andrianto & Firmansyah, M. A. (2019). Manajemen Bank Syariah: Implementasi Teori dan Praktek. Surabaya: Qiara Media.
- Anggito, A. dan Setiawan, J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jawa Barat: CV Jejak publisher.
- Aprizal. (2018). Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing. Jakarta: Celebes Media Perkasa.
- Azlan, H. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kredit Pada Perusahaan Leasing di Medan. Skripsi. Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara
- DSN-MUI. (2000). Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah. Dsn Mui, 1(1), 2–4.
- Fauzi, A. A. A. dkk. (2024). Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Dalam Mengembangkan Ekonomi Masyarakat. El-ECOSY: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam.
- Febrianti, R. dan Anggraini, T. (2024). Pelaksanaan akad murabahah dalam perbankan syariah. Jurnal ilmiah multidisiplin terpadu. Vol 8 no8 : 97.
- Firmansyah, H. dan Sobana, D. H. (2024). Perbankan dan Industry Keuangan Nonbank (IKNB) Syariah. Jakarta Timur: Sinar Grafika Offset
- Gunarsih, C. M. Dkk. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. Jurnal Productivity. Vol 2 No 1
- Hakim, L. dan Anwar, A. (2017). Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah Dalam Perspektif Hukum Di Indonesia. Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam. Vol 1 no 2: 214.
- Hannanong, I. (2017). MURABAHAH (Prinsip dan Mekanismenya Dalam Perbankan Islam. Jurnal Syariah dan Hukum Diktum. Vol 15 No 1
- Haryanti, F & Tripalupi, L. E. (2002). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Buleleng. Jurnal Akuntansi Profesi. Vol 12 No 2: 447

- Hasibuan, M. (2008). Dasar-dasar Perbankan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hutagalung, M. W. dan Arif, M. (2023). Analisis Pembiayaan Murabahah Terhadap Perilaku UMKM Kdi Sumatera Utara. Vol 9 no 2: 291)
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). Mengelola Bank Syariah. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Ismail. (2011). Perbankan Syariah. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Johari, E. Dkk. (2023). Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah. Bengkulu: Penerbit Beseri
- Juniar, B. S. dkk. (2019). Pengaruh atribut produk dan layanan lembaga pembiayaan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda vario di kota jambi. Jurnal dinamika manajemen. Vol 7 no 3
- Kotler, P & Armstrong, N. (2012), Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Kevin, L. K. (2012). Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Tiga Belas Terjemahan Bob Sabran, Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo
- Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran. (Jilid 1). Jakarta: P.T. Indeks.
- Kotler, P. (2005). Perilaku Konsumen. Jakarta: Salemba Empat
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ekobis Dewantara, Vol 1 No 4
- Mangkunegara, A. P. (2005). Perilaku Konsumen, Edisi Revisi. Bandung: Refika Aditama
- Marketing Communication. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Maskiri, G. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistic Studi Pada Bank Syariah Di Malang. Jurnal Of Indonesia Applied Economics. Vol 4 no 1: 46.
- Masrukhin. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Media Ilmu Press

- Maulana, F. R. Dkk. (2019). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *Global Journal Of Islamic Banking And Finance*. Vol 2 no 2: 130.
- Moniaga, F. Dkk. (2024). Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif. Padang: CV Gita Lentera.
- Muchsony, F. & Mursyid. (2024). Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Rayah Al-Islam*. Vol 8 No 3
- Muhammad, I. dan Guntoro. (2021). Dunia Perbankan Dalam Teropong Lembaga Keuangan Syariah Dalam Bingkai Deskripsi Teori Dan Aplikasi. Jakarta: Guepedia.
- Nasir, A. Dkk. (2023). Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*. Vol 3 no 5: 3.
- Nazir, M. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan kredit leasing. Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Nugraha, P. J. (2021). Teori Perilaku Konsumen. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management
- Nugroho, A. (2008). "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Margin Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada PT Bank Muamalat Indonesia)," Tesis, Pusat Studi Timur Tengah Islam Universitas Indonesia.
- Nurfajriani, W. V. dkk. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. Vol 10 no 17:829.
- Nurhadi. (2018). Pembiayaan Dan Kredit Di Lembaga Keuangan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*. vol 1 no 2:17.
- Purwanza, S. W. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi. Jawa Barat: CV Media Sains Indonesia.
- Rahmat, I. (2019). Analisis Risiko Pembiayaan Bank Syariah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Vol 7 No 2.
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integred
- Ria, Y. & Raja. (2018). Analisis Perbandingan Pembiayaan Murabaha Pada Bank BRI Syariah, Bank Mega Syariah dan Bank Syariah Mandiri (Studi Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar di Indonesia Periode Tahun 2012- 2016). *Jurnal Tabarru' :Islamic Banking and Finance*. Vol 1, No 1.

- Riduan, K. (2009). Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko. Jurnal Iqtishad. Vol 4 No 12
- Rosnaini, D. (2017). Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan. Makassar: Global-RCI
- Salim & Abas. (2007). Asuransi Dan Manajemen Risiko, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sandono, S. (2004). Pengantar Teori MikroEkonomi. Edisi Ketiga. Cetakan Dua Puluh. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Sandono, S. (2010). Makroekonomi Teori Pengantar. Edisi Ketiga. Jakarta:PT. Raja Grafindo.
- Semiawan, C. R. (2010). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Grasindo
- Shalahuddin, M. A. dan Fauziah, N. S. (2023). Implementasi Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah Di Indonesia: Studi Literatur. Journal Of Fiqh In Contemporary Financial Transactions. Vol 1 no 1: 32)
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sobana, D. H. (2018). Manajemen Keuangan Syari'ah. Bandung: CV Pustaka Setia
- Sugiarto. 2005. Ekonomi Mikro. Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Suhendi, H. (2007). Fiqih Muamalah. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Suryani, T. (2017). Manajemen Pemasaran Strategic Bank Di Era Global. Jakarta: Prenada Media Grup
- Sutedi, A. (2008). Perbankan Syariah. Jakarta: Sinar Grafika
- Syafriadi. (2020). Pinjaman Kredit Dalam Perspektif Hukum Islam. Jurnal Tahqiq. Vol 14 no 1:121.
- Syauqoti, R & Ghozali, M. (2018). Analisis Sistem Lembaga Keuangan Syariah dan Lembaga Keuangan Konvensional. Jurnal IQTISHODUNA. Vol. 14 No.1.
- Tjiptono, F. (2007). Strategi Pemasaran. Edisi ke dua. Yogyakarta: penerbit Andi
- Umam, E. K. (2009). "Usaha Pembiayaan Syariah Bakal Lebih Marak"

- Utami, P. (2020). Sustainability Strategy Management in Affecting Decisions for Purchase of Vehicles Through Leasing Shariah in Indonesia. *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics*
- Wangsawidjaja. (2012). *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Widjajaatmadja, D. A. R. dan Solihah, C. (2018). Rukun dan Syarat Akad Pembiayaan Murabahah Dalam Bentuk Akta Otentik Di Bank Syariah. *Aktualita*. Vol 1 no 1: 128.
- Yusuf, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media
- Zulazimi. (2022). Praktek Pembayaran Angsuran Kredit Jual Beli Sepeda Motor. *Jurnal Tahqiq*. Vol 16 no 2. 143 & 145.
- Zulkifli, S. (2007). *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah* (L. Y. El Sanusy (ed.); III). Jakarta: Zikrul Hakim