

**PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN MARGIN KEUNTUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGAMBILAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH*  
(Studi Kasus pada BMT Karima Karangpandan)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh**

**UMMI SHOLIAH  
NIM. 12.22.3.1.155**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA  
2016**

**PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN MARGIN KEUNTUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGAMBILAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH*  
(Studi Kasus pada BMT Karima Karangpandan)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh:

UMMI SHOLIAH  
NIM. 12.22.3.1.155

Surakarta, 25 Oktober 2016

Disetujui dan Disahkan Oleh:  
Dosen Pembimbing Skripsi



M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si  
NIP. 19720304 200112 1 004

**PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN MARGIN KEUNTUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGAMBILAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH*  
(Studi Kasus pada BMT Karima Karangpandan)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah**

Oleh:

**UMMI SHOLIAH  
NIM. 12.22.3.1.155**

**Surakarta, 30 Desember 2016**

**Disetujui dan Disahkan Oleh:  
Biro Skripsi**



**Anim Rahmayati, S.E.I., M.Si  
NIP. 19841008 201403 2 005**

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : UMMI SHOLIHAH  
NIM : 12.22.3.1.155  
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN, DAN MARGIN KEUNTUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH* (Studi Kasus pada BMT Karima Karangpandan)”.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana dengan semestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 26 Oktober 2016



Ummi Sholihah.

M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi  
Sdri : Ummi Sholihah

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Surakarta  
Di Surakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Ummi Sholihah NIM : 12.22.3.1.155 yang berjudul :

PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN, DAN MARGIN KEUNTUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH* (Studi Kasus pada BMT Karima Karangpandan)

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE. Sy) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 25 Oktober 2016  
Dosen Pembimbing Skripsi



M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si  
NIP. 19720304 200112 1 004

**PENGESAHAN**

**PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN MARGIN KEUNTUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGAMBILAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH*  
(Studi Kasus pada BMT Karima Karangpandan)**

Oleh:

**UMMI SHOLIHAH**  
**NIM. 12.22.3.1.155**

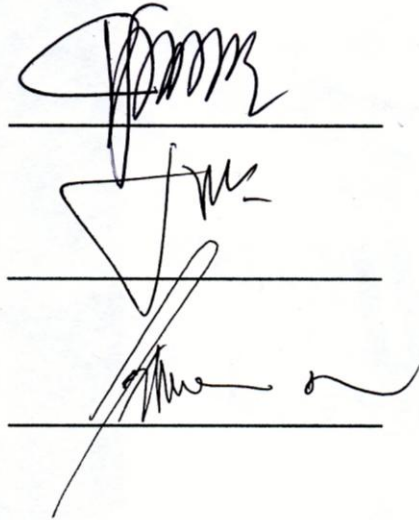
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
Pada hari Selasa tanggal 22 November 2016 dan dinyatakan telah memenuhi  
persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji 1 (Merangkap Ketua Sidang):  
Fitri Wulandari, S.E., M.Si  
NIP 19721109 199903 2 002

Penguji II:  
Septin Puji Astuti, S.Si., M.T., Ph.D  
NIP 19781118 200501 2 003

Penguji III:  
Helmi Haris, S.HI., M.SI  
NIP 19810228 200801 1 005



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Surakarta



**Dr. H. M. Walyoto, MM., Ph.D**  
NIP. 19561011 198303 1 002

## **MOTTO**

*“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kamu. Dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kamu. Allah Maha Mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui” (Al-Baqarah : 216)*

“Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang.  
Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.”

(Andrew Jackson)

“Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak.” (Aldus Huxley)

“Ketergesaan dalam setiap usaha membawa kegagalan.” (Herodatus)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan  
karya sederhana ini untuk:

Ayah dan ibu penulis yang tidak pernah lupa menyelipkan doa untuk anak-anaknya yang jauh dari pandangannya pada setiap kesempatan.

Semoga ridho Allah dan kebahagiaan  
selalu merangkul kalian.

Adik-adik penulis (Malik, Rohmah, Amin)  
yang selalu menjadi sumber keceriaan dan semangat penulis.

Yang selalu memberi doa, motivasi, dan semangat tiada batas  
pada setiap masa (Mas Nata)

Sahabat-sahabat penulis tercinta yang selalu memberi motivasi dan semangat  
(Ipeh, Datun, Dan)

Teman –teman seperjuangan penulis Perbankan Syariah angkatan 2012  
yang selalu menemani dan memberikan dukungan kepada penulis.

Almamater tercinta IAIN Surakarta.



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur bagi Allah, SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus pada BMT Karima Karangpandan)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) jurusan Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.

Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menunjukkan kita dari zaman yang penuh kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu, dan semoga kita semua termasuk hamba-Nya yang mendapat syafaat-Nya di hari akhir nanti, Amin Ya Rabbal ‘Alamin.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd., Rektor Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
2. Drs. H. Sri Walyoto, MM., Ph.D., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I., Ketua Jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk menyusun skripsi.
4. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si, dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama proses pengerjaan skripsi dari awal hingga selesai.
5. Helmi Haris, S.H.I., M.S.I., dosen Pembimbing akademik yang selalu memotivasi penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
6. Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis selama menempuh studi.
7. Direktur BMT Karima Karangpandan yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian di BMT tersebut.
8. Ayah dan Ibu tercinta, yang selalu mendoakan, menyayangi, dan memberikan dorongan materiil serta spiritual kepada penulis hingga akhirnya sampai pada selesainya skripsi ini, rasa sayang dan cinta yang tak berujung untuk kalian.
9. Adik-adik penulis (Malik, Rohmah, Amin) serta seluruh keluarga besar penulis yang banyak membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman angkatan 2012 Perbankan Syariah kelas D, yang telah memberikan motivasi serta memberikan banyak warna dan kenangan bagi penulis selama menempuh studi di Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Untuk semuanya tiada kiranya penulis tidak dapat membalas apapun, penulis hanya mampu mendoakan semoga amal ibadah beliau semua menjadi amal yang di ridhoi oleh Allah, SWT. Amin Ya Rabbal 'Alamin.

*Wassalamu'laikum Wr. Wb.*

Surakarta, 26 Oktober 2016

Penulis

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to analyze the effect of customer knowledge, quality of service, and the profit margin on the decision-making murabaha financing at BMT Karima Karangpandan. The dependent variable in this study is the Customer Decision In Taking Murabahah (Y). As for the independent variable is the Customer Knowledge (X<sub>1</sub>), Quality of Service (X<sub>2</sub>), and Profit Margin (X<sub>3</sub>).*

*The population of this study are customers of murabaha financing in 2015 with the number of customers 47 people. The sampling technique using a saturated sampling technique that represents the number of the population. The method used is quantitative research methods. For the method of data analysis using multiple linear regression analysis, the classical assumption test, significance test, and test the accuracy of the model. As for data processing using SPSS 17.0.*

*The results show that the variables of customer knowledge, service quality, and profit margins have a positive and significant impact on the decision-making murabaha financing at BMT Karima Karangpandan, using the basic  $p\text{-value} > 0.05$  and  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Then, based on the coefficient of determination shows that the knowledge of customers, service quality, and affect profit margins of 61.4% against the customer's decision to take a murabaha financing, and the remaining 38.6% is influenced by other variables outside the research.*

*Keywords : BMT, decision-making murabaha financing, customer knowledge, service quality, and profit margins.*

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan. Untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan *Murabahah* (Y). Sedangkan untuk variabel independen adalah Pengetahuan Nasabah ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), dan Margin Keuntungan ( $X_3$ ).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan *murabahah* pada tahun 2015 dengan jumlah nasabah 47 orang, teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling* jenuh yang mana teknik penentuan sampel yang mewakili jumlah populasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Untuk metode analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji signifikansi, dan uji ketepatan model. Sedangkan untuk olah data menggunakan bantuan program SPSS 17.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan, dengan menggunakan dasar  $p\text{-value} > 0,05$  dan  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ . Kemudian berdasarkan hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan berpengaruh 61,4% terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan *murabahah*, dan sisanya yakni 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci : BMT, keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah*, pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN BIRO SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iv
HALAMAN NOTA DINAS .....	v
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQSAH.....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRACT.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR .....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	10
1.3. Batasan Masalah .....	11
1.4. Rumusan Masalah.....	11
1.5. Tujuan Penelitian .....	12
1.6. Manfaat Penelitian .....	12

1.7. Jadwal Penelitian .....	13
1.8. Sistematika Penulisan Skripsi .....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>16</b>
2.1. Kajian Teori .....	16
2.1.1. Pembiayaan Murabahah.....	16
1. Pengertian Murabahah.....	16
2. Jenis Murabahah .....	18
3. Landasan Hukum Murabahah.....	19
4. Tujuan Murabahah.....	20
5. Resiko Murabahah.....	20
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	21
1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	21
2. Proses Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3. Pengetahuan Nasabah .....	23
1. Pengertian .....	23
2. Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan .....	26
2.1.4. Kualitas Pelayanan.....	28
1. Pengertian .....	28
2. Bentuk-Bentuk Pelayanan .....	30
3. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	31
4. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam.....	32
5. Persepsi Terhadap Pelayanan BMT Karima.....	33
2.1.5. Margin Keuntungan .....	34

1. Pengertian .....	34
2. Unsur-Unsur Margin Murabahah .....	36
3. Metode Penentuan Profit Margin .....	37
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Margin .....	38
5. Landasan Alqur'an Tentang Margin.....	39
2.1.6. Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	40
2.2. Hasil Penelitian Yang Relevan .....	42
2.3. Kerangka Berfikir .....	45
2.4. Hipotesis .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
3.1. Waktu Dan Wilayah Penelitian.....	49
3.2. Jenis Penelitian .....	49
3.3. Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.1.1. Populasi dan Sampel .....	49
3.1.2. Teknik Pengambilan Sampel .....	50
3.4. Data Dan Sumber Data .....	51
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6. Variabel Penelitian.....	53
3.7. Definisi Operasional Variabel .....	54
3.8. Teknik Analisis Data .....	56
3.8.1. Statistik Deskriptif .....	56
3.8.2. Uji Instrumen Penelitian .....	57
3.8.3. Uji Asumsi Klasik.....	59



3.8.4. Uji Ketepatan Model.....	61
3.8.5. Analisis Regresi Linier Berganda .....	61
3.8.6. Uji Hipotesis (Uji t).....	62
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
4.1. Gambaran Umum Penelitian.....	64
4.1.1. Profil BMT Karima Karangpandan.....	64
1. Sejarah BMT Karima Karangpandan .....	64
2. Alamat BMT Karima Karangpandan .....	64
3. Visi Dan Misi BMT Karima Karangpandan .....	65
4.1.2. Produk dan Jasa BMT Karima Karangpandan.....	65
1. Produk Simpanan .....	65
2. Produk Pembiayaan.....	66
4.1.3. Struktur Organisasi BMT Karima Karangpandan .....	67
4.1.4. Gambaran Umum Responden .....	73
4.2. Pengujian Dan Hasil Analisis Data.....	78
4.2.1. Statistik Deskriptif .....	78
4.2.2. Uji Instrumen Penelitian .....	79
1. Uji Validitas .....	79
2. Uji Reliabilitas.....	82
4.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	83
1. Uji Normalitas .....	83
2. Uji Multikolinieritas .....	85
3. Uji Heteroskedastisitas.....	86

4.2.4. Uji Ketepatan Model.....	88
1. Uji F.....	88
2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	89
4.2.5. Analisis Regresi Linier Berganda .....	90
4.2.6. Uji Hipotesis (Uji t).....	92
4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data (Pembuktian).....	94
BAB V PENUTUP.....	101
5.1. Kesimpulan .....	101
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	102
5.3. Saran .....	102
DAFTAR PUSTAKA .....	104
LAMPIRAN.....	109

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Nasabah Tahun 2013-2015.....	5
Tabel 2.1. Unsur-Unsur Margin Murabahah .....	36
Tabel 2.2. Penelitian yang Relevan .....	42
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel .....	54
Tabel 4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Tabel 4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Umur .....	75
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	76
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	77
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif .....	78
Tabel 4.6. Hasil uji validitas Variabel Pengetahuan Nasabah .....	80
Tabel 4.7. Hasil uji validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	80
Tabel 4.8. Hasil uji validitas Variabel Margin Keuntungan .....	81
Tabel 4.9. Hasil uji validitas Variabel Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah .....	82
Tabel 4.10. Hasil Uji Realibilitas .....	83
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas .....	85
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinieritas .....	86
Tabel 4.13. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	88
Tabel 4.14. Hasil Uji F.....	89
Tabel 4.15. Hasil Uji Koefesien Determinasi .....	90
Tabel 4.16. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
Tabel 4.17. Hasil Uji Hipotesis .....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Alur Murabahah Tanpa Pesanan .....	18
Gambar 2.2. Alur Murabahah dengan Pesanan.....	19
Gambar 2.3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22
Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 4.1. Struktur Organisasi BMT Karima Karangpandan.....	67
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas.....	84
Gambar 4.3. Hasil Uji Heterokedastisitas .....	87

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Riwayat Penulis .....	109
Lampiran 2: Kuisisioner Penelitian .....	110
Lampiran 3: Daftar Pertanyaan Untuk Manajer BMT Karima .....	115
Lampiran 4: Data Responden.....	117
Lampiran 5: Output SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	123
Lampiran 6: Output SPSS Uji Asumsi Klasik .....	126
Lampiran 7: Output SPSS Regresi Linier Berganda.....	128
Lampiran 8: Output SPSS Uji Hipotesis.....	129
Lampiran 9: Output SPSS Uji Ketepatan Model .....	130
Lampiran 10: Distribusi $r_{tabel}$ .....	131
Lampiran 11: Distribusi $t_{tabel}$ .....	133

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk memperoleh laba, selain itu perusahaan mempunyai tujuan khusus yaitu untuk mencapai kelangsungan hidup dan mengembangkan perusahaan. Dalam persaingan industri lembaga keuangan, para pelaku di dunia lembaga keuangan berlomba-lomba untuk mempertahankan nasabah yang ada dan berusaha meningkatkan jumlah nasabah sebanyak-banyaknya. Levitt (1983) dalam Tjiptono (1998: 19) mengatakan, bahwa syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan dalam menciptakan dan mempertahankan pelanggan.

Ketatnya persaingan antar lembaga keuangan, mendorong setiap lembaga keuangan untuk meningkatkan daya saingnya. Para pelaku di lembaga keuangan berusaha untuk menciptakan pelayanan terbaik bagi nasabahnya. Hal ini tidak lepas dari keputusan nasabah untuk memilih lembaga keuangan yang sesuai untuk melaksanakan sirkulasi dana yang ada, baik pada perorangan maupun organisasi.

Untuk mengantisipasi kesenjangan ekonomi yang makin kuat antara golongan ekonomi yang tinggi dan rendah maka didirikanlah BMT (*Baitul Mal Wa Tamwil*). *Baitul Mal Wa Tamwil* merupakan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yang fokus pada pengembangan bisnis usaha kecil atau mikro dalam rangka mengangkat

derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin (Soemitra, 2010:453).

Kehadiran BMT di kalangan masyarakat sekarang ini diharapkan mampu mengurangi kebutuhan ekonomi yang kian meningkat pesat, terutama membantu perekonomian masyarakat yang cenderung menengah kebawah. Berbagai pembiayaan yang dapat dipilih seperti halnya di Bank Syariah maupun Lembaga Keuangan Syariah lainnya.

Operasional usaha BMT pada dasarnya hampir sama dengan sistem perbankan atau lembaga keuangan syariah bank, yaitu melakukan kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali ke masyarakat dalam bentuk pembiayaan (Aini, 2015:1). Di kalangan masyarakat menengah ke bawah, BMT menjadi lembaga keuangan syariah yang paling terjangkau, sekaligus sebagai sarana yang paling mudah untuk memenuhi kebutuhan akan dana pinjaman, serta mengurangi praktek para rentenir yang sudah menjamur di kalangan masyarakat.

BMT sebagai lembaga keuangan profit tentunya sangat membutuhkan *return* atau keuntungan yang maksimal guna menutupi biaya operasional yang dikeluarkan, serta pemberian bagi hasil yang maksimal kepada DPK (Dana Pihak Ketiga). Karena semakin tinggi keuntungan yang didapat, semakin tinggi pula bagi hasil yang diberikan kepada DPK. Sehingga banyak dan besarnya jumlah pengajuan pembiayaan sangat berpengaruh terhadap *return* yang didapatkan.

Hal tersebut tentu mempengaruhi perilaku nasabah sebelum dan sesudah mengambil keputusan. Selain itu, melihat kenyataan bahwa banyaknya lembaga

keuangan sejenis BMT yang menawarkan pembiayaan *murabahah* dengan pelayanan dan tingkat margin yang beragam. Hal ini memicu timbulnya berbagai alternatif pilihan lembaga keuangan bagi nasabah.

Salah satu BMT yang sedang eksis di daerah Kabupaten Karanganyar khususnya kecamatan Karangpandan, yaitu BMT Karima. BMT Karima didirikan pada tanggal 5 Juni 2008, merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang penyaluran dananya juga didominasi oleh pembiayaan *murabahah* daripada pembiayaan jenis lain.

BMT Karima memiliki basis kegiatan ekonomi rakyat dengan falsafah yang sama yaitu dari anggota oleh anggota untuk anggota, maka berdasarkan Undang-undang RI nomor 25 tahun 1992 tersebut berhak menggunakan badan hukum koperasi. BMT memiliki perbedaan dengan koperasi konvensional hanya terletak pada teknis operasionalnya, yaitu BMT Karima mengharamkan bunga dan mengusung etika moral dengan melihat kaidah halal dan haram dalam melakukan usahanya (Standar Operasional Manajemen BMT Karima, 2016).

Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi, BMT saat ini masih berada pada tahap perkembangan dengan tetap gencar untuk meningkatkan pangsa pasarnya, salah satunya dari sisi pembiayaan *Murabahah*. Pembiayaan *Murabahah* diketahui sebagai akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan margin keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Pembiayaan *murabahah* ini lebih dominan dari pada pembiayaan bagi hasil.

Dorongan untuk meningkatkan pangsa inilah yang membuat lembaga keuangan syariah memerlukan analisis yang lebih mendalam baik dalam konteks



persaingan dengan lembaga keuangan konvensional maupun dalam konteks merespon kondisi pasar. Diperlukan rambu-rambu untuk menjaga kesehatan BMT dalam penanaman dananya.

BMT dewasa ini menjadi jenis lembaga keuangan syariah yang mengalami tingkat pertumbuhan cukup tinggi. Indikator pertumbuhan BMT dapat dilihat dari besarnya asset yang dimiliki dari seluruh BMT yang ada di Indonesia. BMT berkembang sangat signifikan. Hal ini tidak lepas dari perkembangan kinerja dari BMT secara nasional pada tahun 2015 telah mencapai asset sebesar Rp. 4,7 triliun dan jumlah pembiayaan sebesar 3,6 Triliun. Dengan perkembangan kinerja tersebut, BMT akan sangat berperan sebagai lembaga keuangan mikro yang mampu menggerakkan sektor riil di masyarakat (Republika, 2016).

Pangsa pasar koperasi syariah masih dapat dikatakan berjalan lambat. Pangsa pasar syariah di Indonesia kalah jauh dengan negara tetangga seperti Malaysia. Pangsa pasar keuangan syariah baik perbankan maupun koperasi syariah di Indonesia berada di angka 5%. BMT terus berjuang menambah pangsa pasarnya dengan cara terus melakukan inovasi dengan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah dan siap bersaing dengan lembaga keuangan konvensional (Sindonews, 2016).

Pangsa pasar BMT Karima Karangpandan masih berjalan lambat. Pembiayaan *murabahah* yang di salurkan oleh BMT Karima masih terlalu sedikit. Opini ini dapat diperkuat dari data yang diperoleh dari BMT Karima sebagai berikut:

Jumlah nasabah pada tahun 2013, 2014, 2015 adalah 23 orang, 55 orang dan 47 orang. Pada tahun 2013-2014 mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 22 nasabah dari jumlah 23 nasabah menjadi 55 nasabah. Penurunan jumlah nasabah terjadi pada tahun 2014-2015 yaitu sebanyak 8 nasabah pembiayaan *murabahah* dari jumlah 55 menjadi 47 orang nasabah.

Jumlah nasabah yang masih terbilang sedikit itu menyebabkan jumlah realisasi pembiayaan *murabahah* pada tahun 2013-2015 juga berjumlah sedikit. Seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1  
Jumlah Realisasi Pembiayaan *Murabahah* Tahun 2013-2015

Tahun	Jumlah Pembiayaan <i>Murabahah</i>	Margin Pembiayaan <i>Murabahah</i>
2013	Rp. 175.300.000,-	2,25 %
2014	Rp. 301.000.000,-	2,25 %
2015	Rp. 228.500.000,-	2,25 %

(Sumber: *Annual Report* BMT Karima)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas pada tahun 2013-2014 jumlah realisasi pembiayaan *murabahah* yang mengalami kenaikan sebesar 125.700.000 dari jumlah 175.300.000 menjadi 301.000.000. Tetapi pada tahun 2014 jumlah realisasi pembiayaan *murabahah* mengalami penurunan yang signifikan yaitu sebesar 72.500.000 dari jumlah 301.000.000 menjadi 228.500.000. Hal ini menjadikan pihak manajemen perlu meningkatkan cara atau strategi untuk menarik konsumen untuk berminat melakukan pembiayaan *murabahah* di BMT Karima.

Standar margin *murabahah* yang ditetapkan oleh BI sebesar 14,94% per tahun, jadi margin *murabahah* sebesar 1,24% perbulan atau per angsuran

(Statistik Perbankan Syariah Bank Indonesia, 2015). Sedangkan margin *murabahah* yang ditetapkan oleh BMT Karima tahun 2013-2015 terlalu besar dan besarnya sama dari tahun per tahun. Seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.1 di atas.

Margin pembiayaan *murabahah* tahun 2013-2015, margin *murabahah* yang ditetapkan BMT Karima dari tahun ke tahun sama yaitu sebesar 2,25% per bulan atau per angsuran. Jadi margin *murabahah* per tahun sebesar 27%. Sedangkan standar margin *murabahah* yang ditetapkan BI sebesar 1,24% per angsuran atau 14,94% per tahun. Sehingga margin *murabahah* yang ditetapkan BMT Karima terlalu tinggi dan menyebabkan pangsa pasar BMT Karima terlalu sedikit.

Masalah yang menyebabkan sedikitnya pangsa pasar yang diperoleh BMT Karima di antaranya yakni dominasi masyarakat di Kabupaten Karanganyar mayoritas beragama Islam atau Muslim, sedangkan mereka masih banyak melakukan pembiayaan di lembaga konvensional dibandingkan pada lembaga keuangan syariah.

Pernyataan di atas diperkuat oleh data peneliti dari hasil wawancara dengan HRD BRI Karanganyar bahwa jumlah nasabah kredit pada tahun terakhir 2015 berjumlah 3075. Hal ini digunakan peneliti sebagai patokan perbandingan, karena peminat bank konvensional yang diwakili oleh bank BRI lebih besar daripada lembaga keuangan syariah yang dalam penelitian ini adalah BMT Karima Karangpandan yang hanya berjumlah 47. Alasan penggunaan bank BRI sebagai perbandingan dalam penelitian ini adalah karena bank BRI merupakan bank

konvensional dengan aset terbesar kedua setelah bank mandiri yakni 802,30 Triliun (kompas, 2016).

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan, salah satunya yaitu pengetahuan nasabah tentang produk. Banyaknya calon nasabah yang tidak mengenal secara rinci produk yang ditawarkan oleh BMT Karima, serta pemahaman masyarakat yang masih rendah tentang lembaga keuangan syariah. Selain itu penjelasan yang diberikan oleh karyawan BMT Karima terlalu rumit, karena menggunakan istilah-istilah yang tidak diketahui nasabah awam, sehingga membuat nasabah menjadi bingung dan mengakibatkan kecenderungan masyarakat lebih memilih lembaga keuangan konvensional.

Faktor lainnya yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil pembiayaan *murabahah* adalah kualitas pelayanan dari BMT Karima. Semakin baik pelayanan dari BMT, maka semakin banyak nasabah yang melakukan pembiayaan serta meningkatkan profit BMT. Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas dari BMT tersebut. Kualitas pelayanan juga diukur dari indikator Sikap pegawai BMT Karima, Kecepatan dan Ketepatan pegawai BMT Karima, Prosedur Pembiayaan *Murabahah*, Kelengkapan fasilitas BMT Karima

Pada dasarnya nasabah memerlukan prosedur yang jelas dan tanpa berbelit-belit di dalam pengajuan pembiayaan *murabahah*. Prosedur pembiayaan *murabahah* yang dilakukan BMT Karima masih terbilang berbelit-belit dan syarat terlalu banyak bagi nasabah. Di BMT Karima juga mengajukan tambahan syarat-

syarat khusus bagi masing-masing profesi. Ada juga tambahan biaya administrasi sebesar Rp. 10.000, biaya provisi (nota real operasional pembiayaan) sebesar 2% dari total pembiayaan dan juga pemungutan biaya materai. Sehingga menyulitkan dan memberatkan nasabah.

Kelengkapan fasilitas penunjang di lembaga keuangan mutlak diperlukan guna meningkatkan produktivitas kerja, terutama untuk meningkatkan pelayanan bagi nasabah. Sedangkan di BMT Karima fasilitas yang disediakan masih sangat minim. Gedung yang disediakan sempit dan juga tidak ada sistem keamanannya. Media informasi seperti *website* juga tidak disediakan. Hal ini bisa menjadikan salah satu kendala dalam menciptakan citra perusahaan yang baik bagi perusahaan tersebut.

Selain pengetahuan nasabah dan kualitas pelayanan, faktor selanjutnya yang dapat dipertimbangkan nasabah dalam mengambil pembiayaan *murabahah* di BMT Karima adalah besarnya margin keuntungan yang ditetapkan oleh BMT. Tidak dapat dipungkiri hingga saat ini masyarakat masih membandingkan antara lembaga keuangan syariah dengan konvensional, yaitu salah satunya dari sisi bunga dan margin keuntungan.

Masyarakat awam menilai bahwa bunga dan margin keuntungan adalah sama. Mereka juga membandingkan margin keuntungan yang ditetapkan oleh BMT lebih besar daripada bunga yang ditetapkan oleh lembaga keuangan konvensional, sehingga hal tersebut menyebabkan pangsa pasar yang diperoleh BMT masih sedikit dibandingkan lembaga keuangan konvensional. Semakin

besar margin yang ditetapkan BMT maka pembiayaan yang dilakukan oleh nasabah semakin sedikit dan juga sebaliknya.

Dalam penentuan tingkat margin terkadang dalam lembaga keuangan seperti Lembaga Keuangan Syariah penetapannya masih ditentukan dari lembaga tersebut. Mereka menjelaskan bahwa beberapa nasabah terkadang belum paham tentang berapa margin yang sesuai pada saat ini. Dengan fenomena tersebut biasanya Lembaga Keuangan Syariah mulai mematok berapa margin yang akan diberikan kepada nasabah, serta tidak melupakan dari mana berasalnya tingkat margin yang telah ditentukan.

Ketika patokan margin telah ditentukan oleh pihak perusahaan, maka kebanyakan Lembaga Keuangan Syariah menawarkan dan mendiskusikan secara musyawarah kepada nasabah agar mendapat titik temu berapa margin yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Setelah mendapatkan titik temu maka nasabah berhak membuat keputusan akad tersebut dilanjutkan atau berhenti pada saat itu juga.

Penelitian ini penting untuk diteliti, karena banyak faktor yang diduga dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam mengambil keputusan pembiayaan, khususnya untuk meningkatkan pangsa pasar dari pembiayaan murabahah pada BMT Karima Karangpandan. Dalam penelitian ini, peneliti hanya membatasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah adalah pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi dan hasil wawancara yang dilakukan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Margin Keuntungan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus pada BMT Karima Karangpandan)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah yang berkaitan dengan keputusan nasabah pembiayaan *murabahah*, yaitu:

1. Masih minimnya pangsa pasar yang diperoleh BMT Karima Karangpandan dalam memberikan pembiayaannya kepada nasabah dibanding dengan bank konvensional. Sehingga perlu adanya pengetahuan mengenai pembiayaan *murabahah* agar dapat mempengaruhi nasabah dalam mengambil pembiayaan *murabahah* di BMT Karimaga Karangpandan.
2. Persyaratan yang diberikan oleh BMT Karima Karangpandan kepada nasabah dalam pengambilan produk pembiayaan *murabahah* masih terlalu banyak dan berbelit-belit, Ada tambahan syarat-syarat khusus bagi masing-masing profesi. Ada juga tambahan biaya administrasi sebesar Rp. 10.000, biaya provisi (nota *real* operasional pembiayaan) sebesar 2% dari total pembiayaan dan juga pemungutan biaya materai. Sehingga menyulitkan dan memberatkan nasabah. Sehingga menyulitkan dan memberatkan nasabah. Fasilitas yang disediakan BMT Karima juga sangat minim, sehingga nasabah akan merasa kurang nyaman.

3. Margin keuntungan yang diberikan BMT Karima Karangpandan kepada nasabah masih terlalu besar.

### **1.3 Batasan Masalah**

Pembahasan masalah perlu dilakukan untuk memfokuskan penelitian, mencegah terlalu luasnya pembahasan dan mencegah terjadinya salah interpretasi atas kesimpulan yang dihasilkan. Penelitian ini dibatasi oleh variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan yang mempengaruhi keputusan nasabah pembiayaan *murabahah*. Objek penelitian adalah BMT Karima Karangpandan, yang menyediakan produk pembiayaan *murabahah* untuk nasabah. Nasabah pembiayaan *murabahah* yang diteliti adalah nasabah pembiayaan *murabahah* tahun 2015.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Permasalahan yang akan diteliti, dijelaskan lebih lanjut dalam perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan?
2. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan?
3. Apakah pengaruh margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan?



4. Apakah pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, margin keuntungan berpengaruh bersama-sama terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka diperoleh tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan.
3. Mengetahui pengaruh margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan.
4. Mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, margin keuntungan secara bersama-sama terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa
  - a) Penelitian ini dapat menjadi pelengkap atau pembanding bagi penelitian-penelitian sebelumnya dan dapat digunakan sebagai bahan referensi peneliti

lain, bagi penulisan pada masa yang akan datang di bidang dan permasalahan yang sejenis.

- b) Penelitian ini memberikan sumbangan khasanah ilmu pengetahuan dan kepustakaan yang dapat dijadikan sebagai bahan bacaan yang bersifat ilmiah.

## 2. Bagi Praktisi

Bagi instansi terkait, penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam membantu manajemen BMT untuk mengukur kinerjanya terkait dengan pembiayaan *murabahah*, dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* khususnya pada BMT Karima Karangpandan. Sehingga BMT dapat menerapkan strategi yang tepat untuk mempengaruhi keputusan nasabah sekaligus dapat meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah*.

## 3. Bagi Peneliti

Bagi penulis sendiri, penelitian ini merupakan prasyarat akademik untuk kelulusan strata 1 (S1) di IAIN Surakarta. Selain itu, penelitian ini menjadi sebuah proses pembelajaran yang bermanfaat dan dapat menambah wawasan ilmiah penulis sesuai dengan disiplin ilmu yang penulis tekuni.

### **1.7 Jadwal Penelitian**

Terlampir

### **1.8 Sistematika Penulisan Skripsi**

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

## BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang Landasan Teori dari penelitian terkait variabel penelitian yaitu Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah*, Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Margin Keuntungan. Landasan teori ini berisi tinjauan pustaka penelitian yang pernah dilakukan. Teori-teori dalam landasan teori ini diambil dari berbagai referensi buku yang ada. Teori juga diambil dari literature dan semua yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu, pada landasan teori juga berisi kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis penelitian.

## BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang waktu dan wilayah penelitian, Jenis Penelitian, Populasi, Sampel, Data dan Sumber Data, Teknik Pengambilan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Variabel Penelitian, Definisi Variabel Penelitian, dan Teknik Analisis yang terdiri dari pengujian Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Heteroskedastisitas, Autokorelasi, dan Multikolinieritas), Uji Ketepatan Model, Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Signifikansi.

#### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang deskripsi obyek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan hasil analisis, jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah (pembuktian hipotesis).

#### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian serta memuat tentang saran yang dapat berguna bagi pihak-pihak yang bersangkutan dan membutuhkan dalam penelitian lainnya.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Pembiayaan *Murabahah***

###### 1. Pengertian *Murabahah*

Pengertian *Murabahah* dijelaskan dalam pasal 3 Peraturan Bank Indonesia No. 9/ 19/ PBI/ 2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bagi BMT, yaitu transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak, dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.

Sedangkan, menurut Wiroso (2005: 13), *murabahah* didefinisikan sebagai penjualan barang seharga biaya atau harga pokok barang tersebut ditambah *mark up* atau margin keuntungan yang disepakati. Akad *murabahah* diartikan sebagai transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak, di mana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.

Sedangkan menurut Janwari (2015: 15) *Murabahah* adalah jual beli barang dengan alat tukar disertai tambahan yang telah ditentukan, serta ada kejelasan tentang harga awal dan harga jual yang disampaikan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli.

Karim (2006: 113) juga menjelaskan bahwa *murabahah* adalah akad jual beli dengan menyatakan perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual

dan pembeli. Akad ini merupakan bentuk dari *natural certainly contract*, karena dalam *murabahah* ditentukan berapa keuntungan yang diperoleh.

Berbagai pendapat tentang *murabahah* di atas dapat dilihat bahwa karakteristik dari *murabahah* adalah kejujuran dan keterbukaan dalam memberi informasi antar dua belah pihak pada awal transaksi, dimana penjual harus memberitahu pembeli tentang harga pembelian barang serta menyatakan jumlah keuntungan yang nantinya ditambahkan pada biaya tersebut atau harga jual kembalinya. Tidak lupa penentuan perhitungan margin keuntungan terhadap harga secara terbuka dalam setiap transaksinya.

Syarat transaksi *murabahah* menurut Affandi (2009: 90) adalah sebagai berikut:

- a. Harga awal harus diketahui oleh kedua belah pihak, yaitu pihak penjual dan pembeli. Dalam akad *murabahah*, penjual wajib menyampaikan secara transparan harga beli pertama dari barang yang akan dijual kepada pembeli;
- b. Besarnya keuntungan harus diketahui dan disepakati oleh kedua belah pihak. Dalam hal ini penjual harus menyampaikan keuntungan yang diinginkan dan pembeli pun mempunyai hak untuk mengetahui dan menyepakati keuntungan tersebut;
- c. Harga pokok dapat diketahui secara pasti satuannya. Seperti seratus ribu rupiah, satu kwintal beras, dan lain-lain;
- d. *Murabahah* tidak bisa dicampur dengan transaksi ribawi. Dalam transaksi *murabahah* kelebihan timbangan atau takaran bukan disebut sebagai keuntungan, tetapi tetap dikatakan sebagai riba;

- e. Akad pertama dalam *murabahah* harus shahih. Jika pada pembelian pertama tidak dilakukan dengan cara yang shahih, maka transaksi *murabahah* dianggap batal.

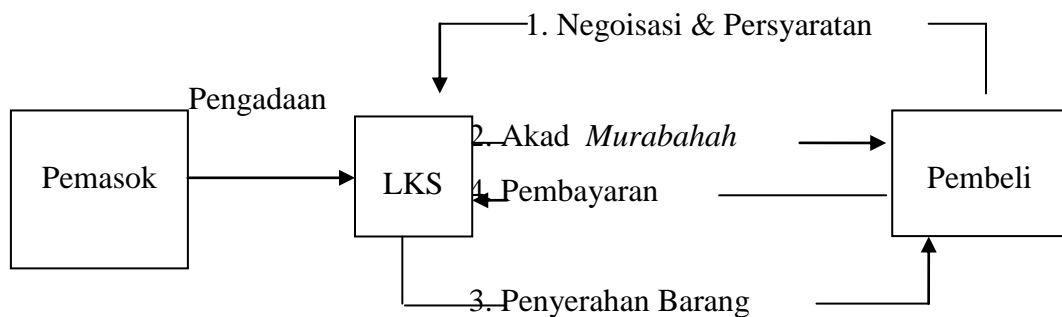
## 2. Jenis *Murabahah*

Dalam proses transaksi jual beli *murabahah*, dapat dikelompokkan dalam dua jenis, antara lain:

### a. *Murabahah* Tanpa Pesanan

*Murabahah* tanpa pesanan adalah *murabahah* yang dilakukan tanpa memperhatikan ada tidaknya pesanan, BMT tetap menyediakan barang dagangannya. Penyediaan barang pada *murabahah* ini tidak terpengaruh atau terkait langsung dengan ada tidaknya pesanan atau pembeli.

Gambar 2.1  
Alur *Murabahah* Tanpa Pesanan

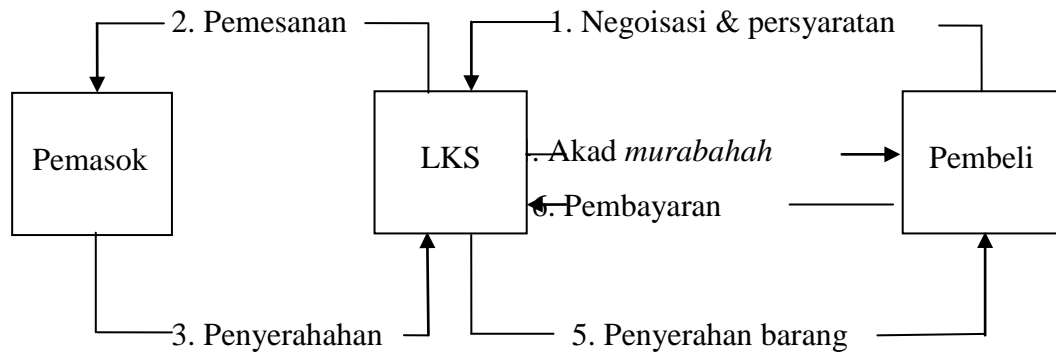


(Sumber: Wiroso, 2005: 37)

### b. *Murabahah* Berdasarkan Pesanan

*Murabahah* berdasarkan pesanan adalah jenis *murabahah* yang dilakukan atas dasar pesanan yang diterima. Dalam hal ini BMT akan melakukan pembelian barang jika ada pemesanan dari nasabah terlebih dahulu. Apabila tidak ada pesanan, maka tidak dilakukan pengadaan barang.

Gambar 2.2  
Alur *Murabahah* dengan Pesanan



(Sumber: Wiroso, 2005: 38)

### 3. Landasan Hukum *Murabahah*

*Murabahah* merupakan bagian terpenting dari transaksi jual beli, dan prinsip akad ini mendominasi pendapatan bank dari produk-produk yang ada di BMT. Landasan islam mengenai pembiayaan *murabahah* adalah tertera dalam QS. Al Baqarah : 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ  
مِّن رَّبِّهِ فَآنتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا  
خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”(Al baqarah, 275).



#### 4. Tujuan *Murabahah*

Adapun tujuan *Murabahah* dilihat dari beberapa pihak, sebagaimana yang dikemukakan oleh Muhammad (2014: 47) yaitu:

##### a. Bagi Bank

- 1) Sebagai salah satu bentuk aktivitas penyaluran dana kepada masyarakat;
- 2) Memperoleh pendapatan dalam bentuk margin.

##### b. Bagi Nasabah

- 1) Sebagai salah satu alternatif untuk memperoleh barang tertentu melalui pembiayaan dari bank;
- 2) Dapat mengangsur pembayaran dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian.

#### 5. Resiko *Murabahah*

Setiap transaksi selalu memiliki resiko begitupun pada transaksi *murabahah* juga terdapat beberapa kemungkinan resiko yang harus diantisipasi. Menurut Antonio (2001: 107) bahwa beberapa kemungkinan resiko pada transaksi *murabahah* antara lain:

- a. *Default* atau kelalaian, yaitu nasabah sengaja tidak membayar angsuran;
- b. *Fluktuasi* harga komparatif, yaitu harga barang di pasar naik setelah bank membelikan barang tersebut sehingga bank tidak bisa mengubah harga jual barang tersebut;
- c. Penolakan nasabah, yaitu barang yang dikirim bisa saja ditolak oleh nasabah karena berbagai sebab. Di antaranya barang mengalami rusak di dalam

- perjalanan atau kemungkinan lain karena spesifikasi barang berbeda dengan yang dipesan nasabah sehingga nasabah tidak mau menerima barang tersebut;
- d. Dijual, yaitu karena pembiayaan *murabahah* bersifat jual beli dengan utang, maka ketika kontrak ditandatangani barang tersebut menjadi milik nasabah. Nasabah bebas melakukan apapun terhadap aset miliknya tersebut, termasuk untuk menjualnya. Jika terjadi demikian, maka resiko untuk *default* akan besar.

### **2.1.2 Perilaku Konsumen**

#### **1. Pengertian Perilaku Konsumen**

Terdapat beberapa pengertian mengenai perilaku konsumen menurut berbagai pendapat. Menurut Kotler dan Keller (2008: 166) bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana seorang individu, kelompok dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Perilaku konsumen menurut Ariely dan Zuberan (2006) dalam Sangadji dan Sopiha (2013: 7) didefinisikan sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok dan organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan, menggunakan barang-barang, atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.

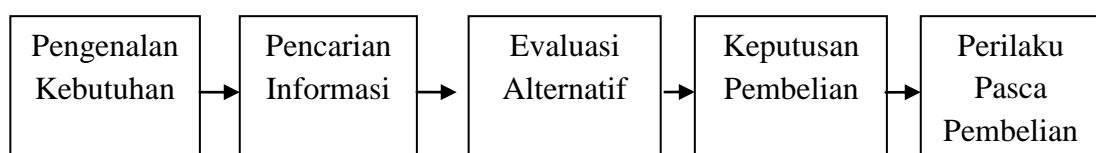
Beberapa pendapat di atas dapat diketahui bahwa perilaku konsumen merupakan ilmu yang mempelajari perilaku individu, kelompok atau organisasi dalam menyeleksi, mendapatkan dan menggunakan produk atau jasa guna untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan atau keinginan mereka.

## 2. Proses Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian yang dimaksud yaitu keputusan konsumen sebagai pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif mengenai proses, cara, perbuatan membeli, dimana membelinya, serta cara membayarnya. Keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu jasa akan dipicu oleh kebutuhan dasar atau timbulnya kebutuhan dari seorang individu maupun organisasi.

Menurut Setiadi (2003: 55) inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Mahfoedz (2005: 44) berpendapat bahwa tahapan untuk mencapai keputusan membeli dilakukan konsumen melalui beberapa tahapan, tahapan-tahapan tersebut adalah:

Gambar 2.3  
Proses Pengambilan Keputusan Pembelian



(Sumber: Mahfoedz, 2005: 44)

Gambar 2.3 menyebutkan adanya lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian, yang mana penjelasannya yaitu:

- a. Pengenalan kebutuhan, dimana konsumen menyadari akan adanya kebutuhan. Konsumen menyadari adanya perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diharapkan;

- b. Pencarian informasi, yaitu konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak lagi. Proses ini diperoleh dari bahan bacaan, menelepon teman ataupun melakukan kegiatan-kegiatan mencari lainnya;
- c. Evaluasi alternatif, yaitu mempelajari dan mengevaluasi alternatif yang diperoleh melalui pencarian informasi untuk mendapatkan alternatif terbaik yang akan digunakan untuk melakukan keputusan pembelian;
- d. Keputusan pembelian, yaitu melakukan keputusan untuk melakukan pembelian yang telah diperoleh dari evaluasi alternatif;
- e. Perilaku pasca atau sesudah pembelian, yaitu keadaan di mana sesudah pembelian terhadap suatu produk atau jasa maka konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

### **2.1.3 Pengetahuan Nasabah**

#### **1. Pengertian**

Pengetahuan didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diketahui, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki yang lantas melekat pada benak seseorang. Menurut Kotler (2002: 89), pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan wawancara atau angket yang menanyakan tentang isi materi yang ingin diukur dari subjek penelitian atau responden.

Pengetahuan merupakan kemampuan untuk membentuk model mental yang menggambarkan obyek dengan tepat dan mempresentasikannya dalam aksi yang dilakukan terhadap suatu obyek (Martin dan Oxman, 1988: 109). Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yaitu indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga (Notoatmodjo, 2007: 76).

Secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan didalam ingatan. Himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar yang disebut pengetahuan konsumen (Engel, 2006: 97 ). Kemudian Engel membagi pengetahuan konsumen dalam tiga bidang umum, yaitu pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*), dan pengetahuan pemakaian (*usage knowledge*).

Engel juga menjelaskan bahwa pengetahuan produk meliputi : (1) kesadaran akan kategori dan merek produk di dalam kategori produk; (2) terminologi produk; (3) atribut dan ciri produk; dan (4) kepercayaan tentang kategori produk secara umum mengenai merek yang spesifik. Pengetahuan kedua yang harus dimiliki konsumen adalah pengetahuan pembelian yang mencakup bermacam-macam potongan informasi yang dimiliki oleh konsumen dan berhubungan erat dengan perolehan produk. Dimensi dasar dari pengetahuan

pembelian melibatkan informasi yang berkenaan dengan keputusan tentang di mana produk tersebut harus dibeli dan kapan pembelian harus terjadi.

Pengetahuan yang harus diketahui selanjutnya adalah pengetahuan pemakaian. Pengetahuan pemakaian menggambarkan kategori ketiga dari pengetahuan konsumen. Pengetahuan seperti ini mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar bias menggunakan produk tersebut.

Menurut Notoatmojo (2007 : 79), variabel pengetahuan (*knowledge*) memiliki indikator sebagai berikut:

a. Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya dan mengingat kembali (*recall*) sesuatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima.

b. Memahami (*comprehension*)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui, dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar.

c. Aplikasi (*application*)

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi *real* (sebenarnya).

d. Analisis (*analysis*)

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam struktur organisasi, dan masih ada kaitannya satu sama lain.

e. Sintesis (*synthesis*)

Sintesis menunjuk kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru.

f. Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Adapun beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang antara lain yaitu pendidikan, pengalaman, dan usia. Adapun penjelasan terkait faktor-faktor tersebut adalah :

a. Pendidikan

Tingkat pendidikan turut pula menentukan mudah tidaknya seseorang menyerap dan memahami pengetahuan yang mereka peroleh, pada umumnya semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin baik pula pengetahuannya (Hendra, 2008: 65).

b. Pengalaman

Pengalaman merupakan guru yang terbaik. Pepatah tersebut dapat diartikan bahwa pengalaman merupakan sumber pengetahuan atau pengalaman itu suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan. Oleh sebab itu pengalaman pribadi pun dapat digunakan sebagai upaya untuk memperoleh pengetahuan. Hal

ini dilakukan dengan cara mengulang kembali pengalaman yang diperoleh dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi pada masa lalu (Notoadmojo, 1997: 62).

c. Usia

Semakin tua umur seseorang maka proses-proses perkembangan mentalnya bertambah baik, akan tetapi pada umur tertentu, bertambahnya proses perkembangan mental ini tidak secepat seperti ketika berumur belasan tahun (Hendra, 2008: 84).

BMT haruslah didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi islam yang sesuai dengan hukum islam. Sedangkan pengetahuan berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Membagi pengetahuan nasabah kedalam tiga hal jenis pengetahuan yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian.

Berdasarkan Wawancara yang dilakukan penulis Tingkat pemahaman masyarakat terhadap BMT masih tergolong begitu rendah. Persepsi mereka terhadap ke-Syariahan BMT, riba, bunga dan bagi hasil masih beragam, kebanyakan dari mereka masih belum paham dan belum tahu istilah-istilah tersebut.

Berdasarkan uraian di atas dengan adanya pengetahuan akan suatu produk BMT berpengaruh terhadap keputusan nasabah pembiayaan *murabahah*, dan suatu persepsi yang baik terhadap BMT dapat diraih dengan adanya sosialisasi maupun bauran promosi. Suatu pengetahuan akan keunggulan, kualitas, dan



kelebihan produk BMT akan menambah keputusan nasabah atau masyarakat yang bukan nasabah untuk berinteraksi dengan BMT.

Hal-hal yang perlu diperhatikan terkait pengetahuan nasabah dalam keputusan menjadi nasabah pembiayaan *murabahah* dapat ditentukan indikator adanya informasi dari media, pengalaman teman, saudara ataupun keluarga, dan pengetahuan ilmiah.

#### **2.1.4 Kualitas Pelayanan**

##### **1. Pengertian**

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu. Menurut Kotler (2002: 73) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Wijaya (2011: 11) kualitas didefinisikan sebagai sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tertentu.

Menurut pendapat Tjiptono (2001: 34) Pelayanan adalah sebagai upaya dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Selain itu, definisi pelayanan menurut Kotler (2002: 83) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Menurut beberapa definisi tentang kualitas dan pelayanan tersebut dapat ditinjau bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau servis yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Adapun menurut Ruslan (2005: 100) dalam konsep *service of excellent* membagi empat pokok unsur pelayanan yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Ke empat unsur tersebut merupakan kesatuan pelayanan jasa yang terintegrasi, sehingga apabila salah satu tidak terpenuhi maka pelayanan atau jasa yang diberikan dinilai tidak baik. Agar ketika melakukan pembiayaan *murabahah* nasabah mendapat pelayanan dengan baik maka BMT harus memenuhi beberapa faktor, yaitu tingkah laku yang sopan, santun, ramah, dan saat menyampaikan suatu informasi pada nasabah haruslah secara jelas dan tepat.

Hal - hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan tersebut memang perlu diperhatikan oleh BMT agar nasabah BMT tetap setia menggunakan layanan

pembiayaan BMT. Faktor karakteristik pelayanan yang dapat dijadikan indikator untuk melihat pengaruh pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan *murabahah* adalah pelayanan yang sopan, santun, dan ramah selain itu lokasi yang strategis serta penggunaan fasilitas yang mudah.

Kualitas pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetensi usaha dalam merebut pasaran atau langganan. Suatu perusahaan seperti lembaga keuangan untuk menarik perhatian nasabah harus memiliki pelayanan yang baik agar nasabah merasa puas.

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

## 2. Bentuk-bentuk Pelayanan

Adapun bentuk-bentuk pelayanan menurut Moenir (2002: 190) ada tiga macam, antara lain:

### a. Pelayanan dengan Lisan

Pelayanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas hubungan masyarakat, bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.

Supaya layanan lisan berhasil sesuai dengan yang diharapkan, adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan, yaitu:

- 1) Memahami masalah-masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya;
- 2) Mampu memberikan penjelasan apa yang diperlukan dengan lancer, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan bagi mereka yang ingin memperoleh kejelasan mengenai sesuatu;
- 3) Bertingkah laku sopan dan ramah tamah.

b. Layanan melalui tulisan

Layanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi perannya. Pada dasarnya layanan melalui tulisan cukup efisien terutama bagi layanan jarak jauh karena factor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang harus diperhatikan adalah factor kecepatan dalam pengolahan masalah maupun dalam proses penyelesaiannya (pengetikan, penandatanganan dan pengiriman kepada yang bersangkutan).

c. Layanan dalam bentuk perbuatan

Layanan dalam bentuk perbuatan ini memerlukan keahlian dan keterampilan yang sangat menentukan terhadap hasil pekerjaan dan factor kecepatan dalam pelayanan menjadi dambaan setiap nasabah dengan disertai kualitas hasil yang memadai.

3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Terdapat lima macam atau dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman (2001) dalam Sangadji dan Sopiah (2013: 100) adalah sebagai berikut:

- a. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat serta kemampuan untuk dapat dipercaya;
- b. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen;
- c. Jaminan (*assurance*), yaitu sikap dan kemampuan yang menunjukkan kesopanan, keramahan, serta sifat dapat dipercaya dari diri karyawan sehingga hal ini mampu menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko;
- d. Empati (*emphaty*), yaitu meliputi kemudahan oleh karyawan dalam melakukan interaksi dengan pelanggan, komunikasi dengan baik dan berusaha memenuhi kebutuhan para konsumen;
- e. Produk-produk fisik (*tangibles*), yaitu tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi yang mampu mendukung dalam proses pelayanan.

#### 4. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syarat dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Seperti halnya dalam pencapaian hasil dalam suatu usaha, jika seseorang ingin mendapatkan hasil yang baik dalam usahanya, maka hendaknya dimulai dengan pemberian produk atau pelayanan yang berkualitas, jangan

memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada pelanggan atau konsumennya.

Seperti Firman Allah SWT dalam Al Qur'an pada surat Al Baqarah ayat 267 yang berbunyi

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

*Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (Al Baqarah, 267).*

##### 5. Persepsi Nasabah terhadap Pelayanan BMT Karima Karangpandan

Persepsi digunakan sebagai alat pengukuran dikarenakan baik buruknya pelayanan suatu perbankan akan menentukan minat atau keinginan masyarakat dalam memanfaatkan jasa perbankan tersebut. Aspek yang akan digunakan dalam pengukuran antara lain:

###### a. Keramahan pegawai BMT Karima

Keramahan dalam pelayanan merupakan tuntutan yang harus dimiliki karyawan didalam berinteraksi dengan nasabahnya. Keramahan pegawai dalam melayani nasabah menjadi pertimbangan seseorang dalam memanfaatkan jasa lembaga keuangan syariah tersebut, tentunya keramahan tersebut harus selalu ditingkatkan.

b. Pelayanan cepat dan akurat pegawai BMT Karima

Pelayanan cepat dan akurat sangat diharapkan oleh para nasabah pada saat melakukan transaksi. Faktor kecepatan dan keakuratan ini sangat penting dan menjadi pertimbangan mengingat waktu sangat berharga terutama bagi para usahawan.

c. Prosedur Pembiayaan *Murabahah*

Pada dasarnya nasabah memerlukan prosedur yang jelas dan tanpa berbelit-belit didalam pengajuan pembiayaan *murabahah*. Prosedur pembiayaan *murabahah* yang dilakukan BMT Karima telah sesuai dengan standar yang dilakukan pada lembaga keuangan syariah pada umumnya.

d. Kelengkapan fasilitas BMT Karima

Kelengkapan fasilitas penunjang di lembaga keuangan mutlak diperlukan guna meningkatkan produktivitas kerja, terutama guna meningkatkan pelayanan bagi nasabah. Hal ini dibuktikan dengan gedung yang bagus; ruang yang bersih, sejuk dan nyaman; kelengkapan peralatan personal dan media komunikasi, dan lain-lain.

### **2.1.5 Margin Keuntungan**

1. Pengertian

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 879) margin adalah laba kotor atau tingkat selisih antara biaya produksi dan harga jual. Menurut Gozali (2006: 280), Margin adalah selisih antara harga beli dan harga jual yang merupakan keuntungan kotor dalam transaksi jual beli barang. Margin tidak sama

dengan bunga karena margin harus sudah ditentukan pada awal perjanjian dan tidak dapat berubah ditengah jalan.

Margin (keuntungan) dalam *murabahah* adalah sejumlah uang yang dibayarkan sebagai keuntungan bank atas terjadinya jual beli dengan nasabah, dimana uang tersebut harus dibayarkan oleh penerima pembiayaan (nasabah) kepada bank sesuai dengan jadwal pembayaran yang telah disepakati bersama. Keuntungan yang diperoleh bank tersebut disebut pendapatan margin *murabahah*. Margin digunakan agar terciptanya keadilan dalam memperoleh keuntungan baik untuk pihak nasabah maupun pihak bank (Sumiyanto, 2008:160).

Pendapatan margin *murabahah* adalah pendapatan yang berasal dari produk-produk BMT yang menggunakan akad *murabahah* (Nurdany, 2012:13). Besar kecilnya pendapatan margin *murabahah* juga bisa menggambarkan kuat dan lemahnya keinginan masyarakat untuk melakukan transaksi dengan BMT, semakin tinggi pendapatan margin *murabahah* semakin banyak transaksi yang dilakukan, dan menunjukkan semakin kuat keinginan masyarakat untuk bertransaksi dengan BMT.

BMT menentukan keuntungan *murabahah* dengan cara seperti pada proses tawar-menawar tukang sayur, dimana tawar-menawar nominal keuntungan yang pada akhirnya akan ditemukan titik kesepakatan besar keuntungan *murabahah* tersebut (Wiroso, 2005:93).

Secara teknis, yang dimaksud dengan margin keuntungan adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari. Perhitungan



margin keuntungan secara bulanan, maka setahun ditetapkan 12 bulan (Karim, 2006:280).

Menurut Antonio (2001: 39), tingkat biaya pembiayaan (margin keuntungan) berpengaruh terhadap jumlah permintaan pembiayaan di BMT. Bila tingkat margin keuntungan lebih rendah daripada rata-rata suku bunga di perbankan konvensional, maka pembiayaan di BMT semakin kompetitif. Dengan demikian, semakin rendah tingkat margin keuntungan yang diambil oleh BMT, maka akan semakin besar pembiayaan yang diminta masyarakat atau dengan maksud semakin besar pula pembiayaan yang dapat disalurkan oleh BMT.

Dalam penelitian ini, margin keuntungan yang menjadi variabel penelitian hanyalah sebatas pada pandangan nasabah terhadap besaran margin yang ditetapkan oleh BMT Karima Karangpandan pada pembiayaan *murabahah* yang disalurkan.

## 2. Unsur-Unsur Margin *Murabahah*

Tabel 2.1  
Unsur-Unsur Margin *Murabahah*

No	Komponen	Data yang digunakan
1.	Ekspektasi bagi hasil	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rata-rata bagi hasil yang lalu, yang diberikan oleh bank syari'ah kepada pemilik dana ditambah dengan kenaikan yang akan diharapkan.</li> </ul>
2.	<i>Overhead Cost</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merupakan rata-rata beban <i>overhead riil</i> yang lalu, meliputi beban promosi, beban administrasi, beban personalia dan sebagainya.</li> <li>Beban ini termasuk bagi hasil yang dibayar kepada nasabah (bagi hasil yang dibayar bukan beban bank syari'ah).</li> </ul>

Tabel berlanjut

Lanjutan Tabel 2.1

No	Komponen	Data Yang Digunakan
3.	Keuntungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merupakan keuntungan normal yang layak yang diharapkan oleh bank syari'ah.</li> <li>• Keuntungan ini bukan <i>spread</i> seperti yang dilakukan bank konvensional.</li> </ul>
4.	Premi Resiko	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jika <i>Risk Cost</i> ini untuk menutup kegagalan nasabah yang tidak membayar maka nasabah yang lancar harus dikembalikan (bukan sebagai pendapatan bank syari'ah).</li> </ul>

Sumber: Wiroso, (2005: 92)

### 3. Metode-Metode Penentuan Profit Margin Pembiayaan

Adapun empat metode penentuan profit margin yang diterapkan pada bisnis atau bank konvensional, menurut Muhammad (2004, 116-118), yaitu :

#### a. *Mark-up pricing*

*Mark-up pricing* merupakan penentuan tingkat harga dengan me-markup biaya produksi komoditas yang bersangkutan.

#### b. *Target-return pricing*

*Target-return pricing* adalah penentuan harga jual pokok yang bertujuan mendapatkan tingkat return atas besarnya modal yang diinvestasikan.

#### c. *Perceived-value pricing*

*Perceived-value pricing* adalah penentuan harga dengan tidak menggunakan variable harga sebagai dasar harga jual.

#### d. *Value pricing*

*Value pricing* adalah kebijakan harga yang kompetitif atas barang yang berkualitas tinggi.

Menurut Suprayitno (2008: 61), naik atau turunnya harga barang atau jasa akan mempengaruhi banyak atau sedikitnya jumlah barang yang diminta. Pada dunia perbankan harga barang adalah sejumlah harga *cost* yang dikeluarkan oleh nasabah untuk memperoleh sebuah jasa pembiayaan.

Menurut Adnan (2005: 39), tingkat biaya pembiayaan (margin keuntungan) berpengaruh terhadap jumlah permintaan pembiayaan syariah. Bila tingkat margin keuntungan lebih rendah dari pada rata-rata suku bunga perbankan nasional, maka pembiayaan syariah semakin kompetitif. Sehingga apabila margin keuntungan meningkat maka harga obyek transaksi juga meningkat, sehingga keinginan atau kemampuan masyarakat untuk melaksanakan kegiatan pembiayaan *murabahah*, akan menurun dan permintaan pembiayaan pada lembaga keuangan syariah juga akan mengalami penurunan.

#### 4. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Margin

Menurut Sumiyanto (2008: 161) dalam bukunya bawa berdasarkan keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah No. 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004 dan Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murabahah* bahwa penentuan margin dalam sistem syariah dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut ini, diantaranya:

##### a. Jenis barang

Jenis barang yang dimaksudkan bahwa selisih harga jual atau margin terhadap barang yang kompetitif di pasaran lebih rendah dibanding investasi.

##### b. Ada pembanding

Pembanding yaitu penentu harga barang sebanding dengan aktivitas transaksi yang dilakukan oleh BMT terhadap supplier.

c. Reputasi mitra pada pembiayaan sebelumnya

Reputasi mitra dilihat dari kelancaran angsuran, perkembangan prospek usaha, loyalitas serta tujuan usaha.

d. Alat ukur

BMT melakukan perhitungan berdasarkan rumus harga jual atau standart penentuan harga. Dalam penentuan harga, harga jual yang ditetapkan menjadi fleksibel dalam bersaing. Kemudian sebelum margin ditentukan, ada hal-hal yang berkaitan dalam penentuan besaran margin, antara lain :

- a. Jangka waktu atau angsuran;
- b. Besarnya pembiayaan yang diajukan nasabah.

5. Landasan Al-Qur'an tentang margin keuntungan

Islam tidak melarang individu maupun perusahaan untuk mengambil keuntungan pada transaksi usaha ekonomi, selama tidak melanggar ketentuan yang telah ditetapkan syariat islam (Al-qur'an dan Hadist) serta tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan. Keuntungan sering dikaitkan dengan aktifitas perdagangan, seperti yang terdapat dalam firman-NYA pada Surat An nisa : 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan secara ridho sama ridho di antara kamu. Dan janganlah kamu*

*membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S. An Nisa, 29).*

### **2.1.6 Hubungan Antara Variabel Penelitian**

1. Hubungan Antara Variabel Pengetahuan Nasabah ( $X_1$ ) Dengan Keputusan Nasabah Pembiayaan *Murabahah* (Y).

Responden yang terbuka terhadap informasi dan mengetahui tentang bank syariah dengan baik cenderung akan tetap menjadi nasabah BMT. Pengetahuan yang lebih tentang BMT sangat diperlukan untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap bank syariah yang sampai saat ini masih rendah. Seorang nasabah akan menentukan tindakan atau keputusan pembelian setelah konsumen mempelajari produk yang dianggap memuaskan.

Berdasarkan jurnal penelitian Utomo (2014) variabel pengetahuan mempunyai parameter yang tinggi. Proporsi responden yang mengetahui pengetahuan tentang bank syariah dengan baik lebih besar. Sehingga kecenderungan responden yang memiliki pengetahuan yang baik tentang bank syariah akan memutuskan untuk memilih jasa bank syariah. Kesimpulannya bahwa sosialisasi kepada masyarakat tentang bagaimana operasional maupun sistem bank syariah sangatlah penting, karena bila masyarakat mengetahui dengan baik maka kecenderungan untuk memilih jasa bank syariah lebih besar.

2. Hubungan Antara Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Dengan Keputusan Nasabah Pembiayaan *Murabahah* (Y).

Berdasarkan jurnal penelitian Utomo (2014), variabel pelayanan pada bank mempunyai parameter yang tinggi. Proporsi responden yang puas terhadap

pelayanan bank syariah dan percaya itu tinggi sehingga mereka memutuskan untuk memilih jasa bank syariah lebih besar.

Nasabah akan memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh bank, karena antara satu bank dengan yang lain menawarkan produk yang dan jasa yang serupa yaitu tabungan dan pembiayaan. Kunci perbedaannya yaitu bagaimana kecepatan dan efisiensi pelayanan yang diberikan sebagai salah satu keunggulan kompetitif. Pelayanan yang diberikan oleh suatu bank sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih suatu bank.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan akurat (reliability), pelayanan yang cepat dan tepat (responsiveness), pelayanan yang menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada nasabah (assurance), dan pelayanan yang ramah dan bersahabat (emphaty) akan memuaskan nasabah untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

### 3. Hubungan Antara Variabel Margin Keuntungan ( $X_3$ ) Dengan Keputusan Nasabah Pembiayaan *Murabahah* (Y).

Berdasarkan jurnal penelitian Aini (2015), margin keuntungan mempengaruhi keputusan pengambilan pembiayaan secara signifikan. Adanya pengaruh signifikan tersebut menjelaskan bahwa sikap nasabah dalam mempertimbangkan dan memutuskan untuk mengambil atau tidaknya pembiayaan *murabahah* akan semakin meningkat apabila tingkat margin yang ditawarkan semakin meningkat atau tinggi.

Menurut antonio (2001), Muhammad (2002), dan Karim (2004) margin keuntungan berpengaruh terhadap jumlah pembiayaan bank syariah. Bila tingkat margin keuntungan lebih rendah dari rata-rata suku bunga perbankan nasional, maka pembiayaan akan semakin kompetitif. Dengan demikian, semakin rendah tingkat margin yang yang diambil oleh bank syariah maka akan semakin besar pembiayaan yang diminta oleh masyarakat dan akan semakin besar pula pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah.

## 2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Dasar atau acuan yang berupa teori-teori atau temuan-temuan melalui hasil dari berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut peneliti perlu dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Dalam hal ini, fokus penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah terkait dengan masalah keputusan seseorang terutama dalam mengambil pembiayaan.

Untuk memudahkan peneliti dan pembaca terhadap bagian ini, maka dapat dilihat pada tabel 2.2 di bawah ini:

Tabel 2.2  
Penelitian yang Relevan

Variabel	Peneliti	Tahun	Metode	Sampel	Hasil Penelitian
Pelayanan, pengetahuan, karakteristik bank syariah, harga atau biaya, lokasi,	Toni Prasetyo Utomo	2014	Metode logistic Regression	100 responden	Pelayanan bank syariah, pengetahuan tentang konsep bank syariah, harga/ biaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah

Tabel berlanjut

Lanjutan tabel 2.2

					dalam memilih jasa perbankan.
Tingkat margin	Aisyah Nur Aini	2015	Analisis regresi linear sederhana	90 responden	terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan <i>murabahah</i> di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo.
Kualitas pelayanan, kualitas produk dan keuntungan.	Sujarwanti	2013	Analisis Regresi	60 reponden	variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan <i>Murabahah</i> di BPRS Mitra Cahaya Indonesia Yogyakarta.
Persepsi anggota pada syari'ah compliance dan margin	Sofiyah	2015	Analisis regresi linear berganda	30 responden	Variabel persepsi anggota pada <i>syariah compliance</i> (X1) dan variabel margin (X2) secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh terhadap keputusan pengambilan pembiayaan <i>murabahah</i> (Studi Kasus di BMT Indoarta Syariah Temanggung, BMT BIMA Magelang dan BMT Anda Salatiga).
Promosi, Kualitas Layanan, Keputusan Konsumen.	Denny Daud	2013	Analisis regresi linear berganda	62 responden	Promosi dan kualitas layanan secara bersama mempunyai pengaruh terhadap keputusan

Tabel berlanjut



Lanjutan tabel 2.2

					pembelian. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (Studi Kasus Pada Pt. Bess Finance Manado )
Motivasi, Persepsi, Pengetahuan. Keputusan nasabah	Anggita Novita Gampu1 Lotje Kawet2 Yantje Uhing3	2015	Analisis regresi linear berganda	100 responden	Variabel Motivasi, Persepsi, Pengetahuan, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih PT. Bank SulutGo Cabang Utama Manado. 2. Motivasi dan Pengetahuan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih PT. Bank SulutGo Cabang Utama Manado. 3. Persepsi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih PT. Bank SulutGo Cabang Utama Manado. (Studi Kasus Pada PT. Bank SulutGo Cabang Utama Manado).

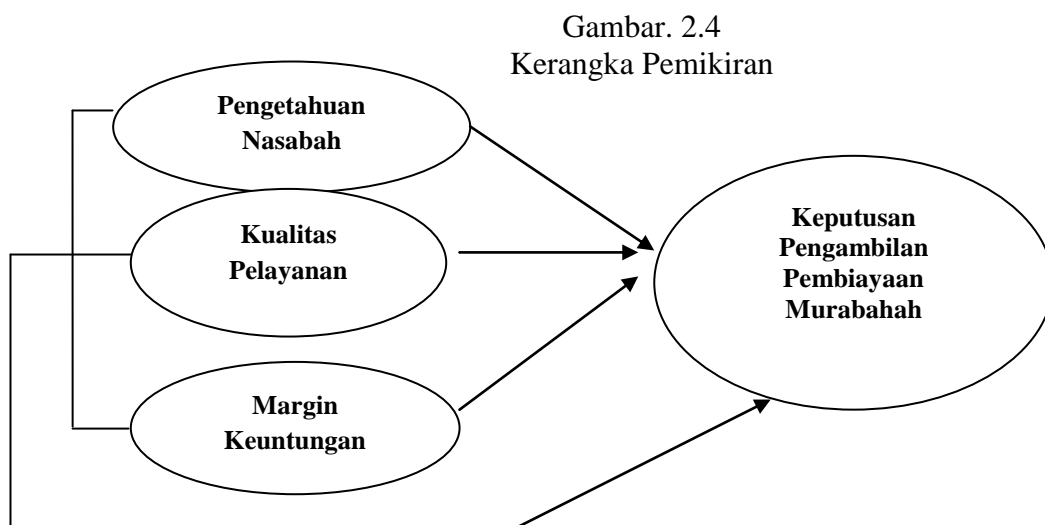
Tabel berlanjut

Lanjutan tabel 2.2

Pengetahuan Konsumen, keputusan menjadi nasabah.	Eko Yuliawan	2011	Analisis Regresi Linear Sederhana.	101 Responden	Variabel pengetahuan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah. (studi kasus pada Bank JABAR Syariah Bandung)
--	--------------	------	------------------------------------	---------------	--

### 2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran teoritis menunjukkan tentang pola pikir teoritis terhadap pemecahan masalah penelitian yang ditemukan yang didasarkan pada teori-teori yang relevan, sebagai dasar pemecahan masalah penelitian. Penelitian ini mencoba mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah, margin keuntungan serta kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT Karima. Agar penyusunan penelitian ini lebih terarah maka dibutuhkan adanya kerangka berfikir yang terperinci. Kerangka berfikir tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

1. Variabel dependen di dalam penelitian ini adalah keputusan mengambil pembiayaan *murabahah*
2. Variabel independen di dalam penelitian ini adalah pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan dan margin keuntungan.

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan (Engel, 2006). Kottler (2002) menyatakan, bahwa pengetahuan juga merupakan suatu bentuk perubahan perilaku individu yang berasal dari pengalaman. Selain itu, pengetahuan diartikan sebagai kemampuan untuk membentuk model mental yang menggambarkan obyek dengan tepat dan mempresentasikannya dalam aksi yang dilakukan terhadap suatu obyek (Martin dan Oxman, 1988: 109).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliawan (2011), Gampu et all (2015) menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap perilaku seseorang, terutama perilaku nasabah dalam mengambil keputusan terkait pengambilan pembiayaan di lembaga keuangan syariah. Berangkat dari teori dan penelitian yang relevan tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis yaitu:

- H1 : Pengetahuan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan.

2. Kualitas pelayanan merupakan hubungan antara harapan konsumen tentang persepsi dan pelayanan yang diterima, yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan (Yamit, 2001: 61). Sedangkan menurut Lupiyoadi (2006: 181) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Pendapat lain oleh Rizan dan Andika (2011: 8) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan corak dan karakteristik dari sebuah jasa yang menunjang kemampuan untuk memuaskan pelanggan.

Hasil penelitian Sujarwanti (2013) dan Tyas (2012) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam keputusan nasabah untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Berangkat dari teori dan penelitian yang relevan tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis yaitu:

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan.

3. Margin keuntungan merupakan sejumlah uang yang dibayarkan sebagai keuntungan bank atas terjadinya jual beli dengan nasabah (Sumiyanto, 2008: 160). Margin keuntungan juga didefinisikan sebagai pendapatan yang berasal dari produk-produk perbankan syariah maupun non perbankan syariah yang menggunakan akad *murabahah* (Nurdany, 2012: 13). Hasil penelitian Aini (2015) dan Sofiyah (2015) menunjukkan bahwa margin keuntungan

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah di lembaga keuangan syariah.

Berangkat dari teori dan penelitian yang relevan tersebut, maka peneliti merumuskan hipotesis yaitu:

H3 : Margin keuntungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan.

4. Berangkat dari uraian teori setiap variabel independen yaitu teori pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan, serta hasil penelitian yang relevan dari setiap variabel maka peneliti merumuskan hipotesis (H<sub>4</sub>) yang mana peneliti mengajukan dugaan terkait pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Adapun rumusan hipotesis tersebut adalah:

H4 : Pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan.

## **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

### **3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei sampai dengan Juni 2016. Obyek dalam penelitian ini adalah BMT Karima. BMT Karima beralamatkan di Jl. Srandon No.5 Karang, Karangpandan, Karanganyar, Telp. (0271) 9128044. Email: [bmtkarima@yahoo.com](mailto:bmtkarima@yahoo.com).

### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Yang bertujuan untuk menganalisa pengaruh variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, margin keuntungan terhadap keputusan nasabah pembiayaan murabahah pada bmt karima.

### **3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pembiayaan murabahah BMT Karima pada periode Desember 2015. Jumlah Populasi dalam penelitian ini sebesar 47 orang atau nasabah. Data ini diperoleh dari wawancara dengan pimpinan BMT Karima.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah BMT Karima Karangpandan yang mengambil pembiayaan murabahah pada periode Desember 2015. Sampel dapat berkisar antara 10-15% atau 20-25% atau lebih dari seluruh

populasi (Arikunto, 2006: 134). Semakin besar sampel diambil, maka akan semakin kecil terjadi kemungkinan salah dalam menarik kesimpulan tentang populasi. Untuk penelitian yang menggunakan data dengan statistik, jumlah sampel terkecil adalah 30 subjek (Rosady, 2003: 54).

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh anggota populasi. Peneliti mengambil sampel dari seluruh anggota populasi dikarenakan jumlah anggota populasi yang hanya 47 orang masih relatif kecil. Sehingga peneliti membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebesar 47 orang.

### **3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik Pengambilan Sampel penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *sampling* jenuh yaitu teknik penentuan sampel yang mewakili jumlah populasi. Biasanya dilakukan jika populasi dianggap kecil atau kurang dari 100.

Penggunaan teknik *sampling* jenuh dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Trang (2013), Permansari (2013), Mawei dkk (2014), dan Cahyono (2012), yang mana pengambilan sampel mereka adalah keseluruhan dari jumlah populasi yang telah diperoleh. Mereka juga menggunakan analisis regresi linear untuk metode analisisnya.

### **3.4 Data dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder untuk mendukung penelitian diperlukan data yang aktual.

#### **1. Data Primer**

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer adalah suatu data yang didapat dari sumber pertama, yaitu data individu atau perseorangan. Data ini biasanya berwujud hasil wawancara dan data yang dimiliki oleh pihak perusahaan (Umar, 2003: 84).

Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dengan memberikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada nasabah BMT Karima Karangpandan. Kuesioner atau daftar pertanyaan yang diajukan disusun berdasarkan variabel yang diteliti. Data juga diperoleh dengan wawancara langsung kepada pimpinan BMT Karima untuk mendapatkan data perusahaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang peneliti butuhkan (Bungin, 2011: 132). Data sekunder dalam penelitian ini dapat diperoleh dari Bank Indonesia, dokumentasi, laporan tahunan BMT Karima Karangpandan, sumber literatur dan internet untuk kajian teori yaitu



buku tentang BMT, pembiayaan murabahah, keputusan konsumen, margin keuntungan, kualitas pelayanan, pengetahuan nasabah.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

#### **1. Kuesioner**

Kuesioner atau angket adalah serangkaian daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis kemudian dikirim untuk diisi oleh responden (Bungin, 2011: 133). Kuisisioner merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang paling efisien untuk mengukur variabel penelitian. Daftar pertanyaan dalam kuisisioner ini disusun berdasarkan acuan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik dengan susunan sebagai berikut (Sekaran, 2006: 31).

Kuesioner disebar kepada nasabah pembiayaan murabahah BMT Karima sebesar 47 responden. Menggunakan scoring menurut likert, sebagai berikut:

Nilai 5 = sangat setuju

Nilai 4 = setuju

Nilai 3 = kurang setuju

Nilai 2 = tidak setuju

Nilai 1 = sangat tidak setuju

## 2. Wawancara

Wawancara atau interview adalah suatu bentuk komunikasi verbal, semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi (Nasution, 2003: 113). Wawancara dilakukan secara berstruktur dimana peneliti menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya sebagai pedoman saat melakukan wawancara. Wawancara dilakukan kepada Pimpinan BMT untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dan juga wawancara kepada calon nasabah untuk mengetahui masalah yang terjadi.

## 3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis (Bungin, 2011: 154). Metode ini digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, dan sebagainya (Arikunto, 2006: 23). Dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan data yang terkait dengan variabel penelitian yaitu variabel keputusan pembiayaan, Pengetahuan Nasabah, kualitas pelayanan dan margin keuntungan yang diperoleh dari buku-buku atau referensi yang terkait dengan penelitian.

### **3.6 Variabel Penelitian**

#### 1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau diterangkan oleh variabel lain tetapi tidak dapat mempengaruhi variabel yang lain

(Yusuf, 2014: 109). Variabel dependen atau variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pengambilan pembiayaan murabahah (Y).

## 2. Variabel Independen (X)

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi, menjelaskan, atau menerangkan variabel lain, variabel ini yang menyebabkan perubahan pada variabel terikat (Yusuf, 2014: 109). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah pengetahuan nasabah ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan margin keuntungan ( $X_3$ ).

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu simbol atau konsep yang diasumsikan sebagai seperangkat nilai (Latan dan Temalagi, 2013: 62). Dalam penelitian ini menggunakan beberapa variabel, yakni variabel dependen dan variabel independen.

Adapun definisi operasional pada setiap variabel dapat dijelaskan di bawah ini:

1. Variabel Dependen
  - a. Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah

Menurut Mowen dan Minor dalam Sangadji dan Sopiah (2013) pengambilan keputusan menggambarkan seorang konsumen dalam melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian. Langkah-langkah tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Menurut Mahfoedz (2005:44), indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur Keputusan Nasabah dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah adalah:

- 1) Pengenalan masalah
  - 2) Pencarian informasi
  - 3) Evaluasi alternative
  - 4) Keputusan pembelian
  - 5) Perilaku pasca pembelian
2. Variabel Independen
- a. Pengetahuan Nasabah

Menurut Engel (2002), Pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan didalam ingatan. Himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar yang disebut pengetahuan konsumen. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Pengetahuan Nasabah adalah:

- 1) Tahu (know)
- 2) Memahami (comprehension)
- 3) Aplikasi (application)
- 4) Analisis (analysis)
- 5) Sintesis (synthesis)
- 6) Evaluasi (evaluation)

b. Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2006) didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Menurut Prasuraman (2001) dalam Sangadji dan Sopiah (2013: 100), indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur Kualitas Pelayanan adalah:

- 1) Keandalan
- 2) Daya tanggap
- 3) Jaminan
- 4) Empati
- 5) Produk-produk fisik

c. Margin Keuntungan

Menurut Sumiyanto (2008) margin (keuntungan) dalam murabahah adalah sejumlah uang yang dibayarkan sebagai keuntungan bank atas terjadinya jual beli dengan nasabah, dimana uang tersebut harus dibayarkan oleh penerima pembiayaan (yaitu nasabah) kepada bank sesuai dengan jadwal pembayaran yang telah disepakati bersama.

Menurut Ratmianto dan Winarsih (2005) dalam Sofiyah (2015), indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur margin keuntungan adalah:

- 1) Menggunakan sistem keuangan syariah
- 2) Adanya kesepakatan keuntungan terlebih dahulu
- 3) Penempatan margin keuntungan tidak memberatkan
- 4) Tingkat resiko lebih kecil dan tidak memberatkan

### 3.8 Teknik Analisa Data

#### 3.8.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi (Sugiyono, 2004: 142).

#### 3.8.2 Uji Instrumen Penelitian

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik maka sebelum dilakukan uji statistik, terlebih dahulu data yang diperoleh harus dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

##### 1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahan suatu instrument. Validitas suatu instrumen yaitu seberapa jauh instrument itu benar-benar mengukur objek yang hendak di ukur (Yusuf, 2014: 234). Ketentuan validitas instrumen sah apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.

Pengujian instrumen pada penelitian ini digunakan analisis butir. Cara pengukuran analisis butir dengan mengkorelasi skor butir dengan skor total dengan rumus produk moment, yaitu:

$$R_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

R : Koefisien Korelasi

N : Jumlah Subjek atau Responden

x : Skor Butir

y : Skor Total

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda (Yusuf, 2014: 242). Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan sesuatu yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan valid. Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik *cronbach alpa* > 0,60 (Anwar Sanusi, 2013:97).

$$r_1 = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

$r_1$  : Reliabilitas instrumen

$k$  : Jumlah kuesioner

$\sum \sigma_b^2$  : Jumlah varian butir

$\sigma_1^2$  : Varian total

Untuk mencari varian butir dengan rumus :

$$\sigma^2 = \frac{\sum(x)^2 - \frac{\sum(x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

- $\sigma$  : varian tiap butir
- $x$  : Jumlah skor butir
- $N$  : Jumlah responden

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linier bertujuan untuk menghindari munculnya bias dalam analisis data serta untuk menghindari kesalahan spesifikasi model regresi yang digunakan. Adapun pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linier atau disebut juga dengan pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokolerasi (Latan dan Temalagi, 2013: 56).

#### 1. Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linier memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah yang residual datanya terdistribusi normal. Jika residual data tidak terdistribusi normal maka kesimpulan statistik menjadi tidak valid atau bias (Latan dan Temalagi, 2013: 56). Untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak, ada dua cara untuk mendeteksinya yaitu dengan melihat grafik normal probability plot dan uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.

Apabila pada grafik normal probability plot tampak bahwa titik-titik menyebar berhimpit di sekitar garis diagonal dan searah mengikuti garis diagonal maka hal ini dapat disimpulkan bahwa residual data memiliki distribusi normal, atau



data memenuhi asumsi klasik normalitas. Lebih lanjut pada uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, jika didapat nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara multivariate.

## 2. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya kolerasi antar variabel independen dalam model regresi. Multikolinieritas hanya dapat dilakukan jika terdapat lebih dari satu variabel independen dalam model regresi (Latan dan Temalagi, 2013: 63). Cara umum digunakan dalam mendeteksi problem multikolinieritas pada model regresi adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* harus  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Apabila memiliki nilai VIF di bawah 10 (misal besarnya nilai VIF=0,256);
- b. Mempunyai angka toleransi di atas 0,1 (misalnya nilai *tolerance* sebesar 0,687);
- c. Apabila kedua kriteria tersebut dipenuhi, maka dinyatakan tidak ada problem multikolinieritas.

## 3. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah *variance* dari residual data satu observasi ke observasi yang lainnya berbeda atautkah tetap. Jika *variance* residual data sama disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Latan dan Temalagi, 2013: 66).

Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas pada model regresi dengan cara melihat grafik *scatterplot*, yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

### 3.8.4 Uji Ketepatan Model

#### 1. Uji F

Uji F pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen ataukah tidak. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan uji F  $P < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Cara lain untuk uji F yaitu dengan membandingkan F statistik atau F hitung dengan F tabel. Jika F hitung  $>$  F tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Latan dan Temalagi, 2013: 81).

#### 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi dependen. Nilai *R-squares* 0.75, 0.50, dan 0.25 menunjukkan bahwa model kuat, sedang dan lemah. Kelemahan mendasar

penggunaan *R-squares* adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model.

Setiap penambahan satu variabel independen, maka nilai *R-squares* pasti akan meningkat. Oleh karena itu dianjurkan menggunakan nilai *adjusted R-squares* dalam mengevaluasi model regresi di mana nilainya nilainya akan naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Latan dan Temalagi, 2013: 80).

### 3.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pola perubahan nilai suatu variabel yang disebabkan variabel lain. Analisis regresi berganda menggunakan suatu model matematis berupa persamaan garis lurus yang mampu mendefinisikan hubungan antar variabel sesuai dengan tujuan penelitian. Keputusan nasabah sebagai variabel dependen. Pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan sebagai variabel independen. Maka model rumus persamaan regresi bergandanya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Y	= Keputusan nasabah
a	= konstanta
$b_1, b_2, b_3$	= koefisien variabel $X_1, X_2, X_3$
$X_1$	= Pengetahuan nasabah
$X_2$	= Kualitas Pelayanan
$X_3$	= Margin Keuntungan
e	= Kesalahan random

### 3.8.6 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan uji t  $p\text{-value} < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Cara lain untuk menguji signifikansi uji t adalah dengan membandingkan t statistik dengan t tabel. Jika t statistik  $>$  t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Latan dan Temalagi, 2013: 81).

Perhitungan menggunakan software SPSS, maka pengambilan kesimpulannya dengan:

- a. Nilai  $\text{sig} < \alpha$  tolak  $H_0$ , artinya masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen.
- b. Nilai  $\text{sig} \geq \alpha$   $H_0$  tidak ditolak, menerima  $H_0$  artinya masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Penelitian**

##### **4.1.1. Profil BMT Karima**

###### **1. Sejarah BMT Karima**

BMT Karima Karangpandan didirikan pada tanggal 5 Juni 2008. Sebagai soko guru perekonomian, koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah BMT Karima Karangpandan memungkinkan untuk berkembang secara ekonomis serta mampu memberikan pelayanan secara terus menerus kepada setiap anggotanya dan masyarakat sekitar. Di sisi lain, BMT Karima Karangpandan juga berupaya untuk memberikan sumbangan yang mendasar kepada pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

BMT Karima Karangpandan memiliki basis kegiatan ekonomi rakyat dengan falsafah yang sama dengan koperasi yaitu dari anggota, oleh anggota, dan untuk anggota. Dengan berpedoman pada Undang-undang RI Nomor 25 tahun 1992 yang berlaku, maka BMT Karima Karangpandan berhak menggunakan badan hukum koperasi, dimana letak perbedaannya dengan koperasi adalah hanya terletak pada teknis operasionalnya. BMT Karima Karangpandan mengharamkan bunga dan menjunjung etika moral dengan melihat kaidah halal dan haram dalam melakukan setiap usahanya.

###### **2. Alamat BMT Karima Karangpandan**

*Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) Karima Karangpandan memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau. BMT Karima Karangpandan terletak pada Jl.

Srandon No. 5 Karang, Karangpandan, Karanganyar 57791, Phone (0271) 9128044

### 3. Visi dan Misi BMT Karima Karangpandan

Pengurus BMT Karima Karangpandan bersama Dewan Pengawas Syariah (DPS) mendedikasikan lembaga keuangan syariah ini bukan semata-mata untuk mencari keuntungan pribadi, akan tetapi untuk mencapai suatu visi dan misi yang telah ditetapkan oleh BMT yaitu:

**Visi** :Terwujudnya lembaga keuangan mikro syariah yang profesional, sehat, kuat dan selaras dengan prinsip-prinsip muamalah syariah.

**Misi** :Mewujudkan lembaga keuangan mikro syariah yang profesional, dalam membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian masyarakat yang amanah, adil, makmur dan sejahtera atas dasar prinsip-prinsip syariah dan prinsip kehati-hatian dalam rangka mendapatkan keridhoan Allah SWT.

#### 4.1.2. Produk dan Jasa BMT Karima Karangpandan

BMT Karima Karangpandan mempunyai dua macam produk yang terdiri dari produk simpanan dan produk pembiayaan. Masing-masing produk, baik produk simpanan maupun pembiayaan terdapat variasi produk, di antaranya:

##### 1. Produk Simpanan

BMT Karima Karangpandan memiliki beberapa macam atau bentuk produk di dalam produk simpanan, yaitu Simpanan Karima, Simpanan *mudharabah* Pendidikan, Simpanan Qurban, dan Simpanan Haji Mabruur Karima.

Setiap produk simpanan yang ditawarkan oleh BMT Karima Karangpandan memiliki fasilitas dan manfaat yang berbeda yang ditawarkan kepada masyarakat.

## 2. Produk Pembiayaan

Di BMT Karima Karangpandan, ada beberapa macam atau bentuk produk yang disediakan di dalam produk pembiayaan, yaitu pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *salam*, pembiayaan *istishna'*, pembiayaan *ijarah*, pembiayaan *wakalah*, pembiayaan *mudharabah*, pembiayaan *musyarakah*, pinjaman *Al qardh*, dan pinjaman *Al qardhul hasan*.

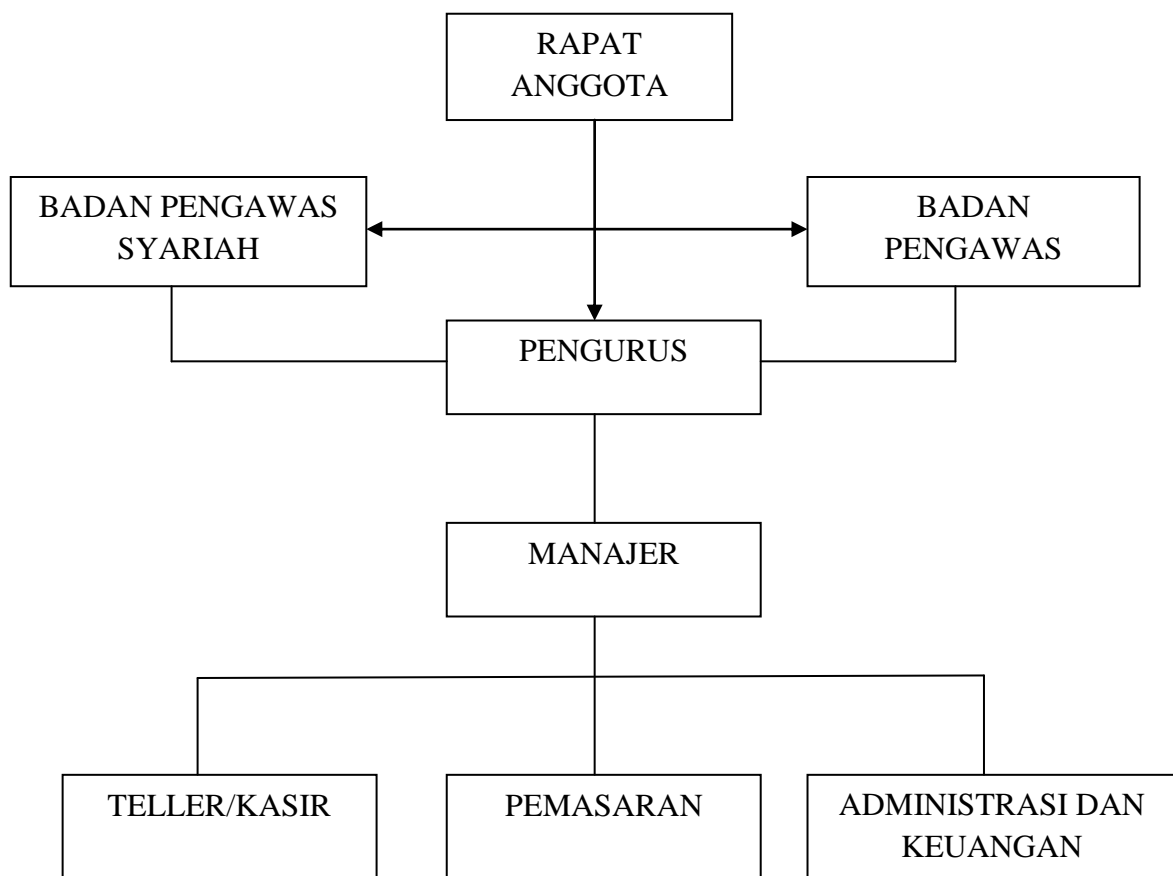
Adapun pembiayaan-pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT Karima Karangpandan di atas memiliki syarat-syarat yang hampir sama sebelum nasabah mengajukan pembiayaan kepada BMT Karima Karangpandan, yaitu:

1. KTP suami isteri;
2. Kartu keluarga, surat nikah;
3. Salinan tagihan rekening listrik dan telepon;
4. Agunan (BPKB/sertifikat, IMB);
5. Data objek pembiayaan;
6. Data jaminan (harga objek, lokasi jaminan dan foto);
7. Membuka rekening simpanan karima;
8. Sanggup membayar biaya administrasi provisi sesuai dengan plafon pembiayaan;
9. Bersedia disurvei dan dianalisis oleh petugas BMT.

#### 4.1.3. Struktur Organisasi BMT Karima Karangpandan

Untuk mencapai visi dan misi dalam sebuah perusahaan, diperlukan susunan dan hubungan atau struktur organisasi yang baik antara tiap bagian, baik secara posisi maupun tugas yang ada dalam perusahaan tersebut. Adapun struktur organisasi di BMT Karima Karangpandan adalah:

Gambar 4.1  
Struktur Organisasi BMT Karima Karangpandan



Sumber: Hasil Wawancara dengan Pihak BMT Karima Karangpandan.

Tugas pokok dan tanggung jawab setiap bagian di BMT Karima Karangpandan yaitu:



## 1. Pengurus

Pengurus dalam jajaran organisasi BMT Karima Karangpandan memiliki tanggung jawab kepada RAT dan membawahi Manajer. Fungsi dasar dari pengurus di BMT Karima Karangpandan adalah:

- a. Menentukan arah kegiatan dan mengelola keseluruhan proses KSPPS dalam rangka mengemban visi dan misi koperasi serta pencapaian tujuan KSPPS;
- b. Melakukan pengawasan dan monitoring terhadap pelaksanaan kebijakan atas pengelolaan usaha KSPPS yang dijalankan manajer;
- c. Memproses penentuan calon anggota dan meneliti berhentinya anggota untuk selanjutnya meminta persetujuan rapat anggota;
- d. Mengatur mekanisme pembinaan terhadap sistem organisasi keanggotaan secara menyeluruh dan terpadu antara bidang spiritual dan material.

Sedangkan untuk tugas pokok dan tanggung jawab pengurus adalah:

- a. Menyelenggarakan rapat anggota;
- b. Mengajukan rencana kerja (RK) dan rencana anggaran pendapatan dan belanja (RAPB) KSPPS untuk dimintakan persetujuan dalam rapat anggota;
- c. Menerima laporan keuangan yang dapat dipertanggungjawabkan pelaksanaan tugas yang dijalankan manajer setiap bulan;
- d. Menyelenggarakan dan memelihara buku daftar anggota, buku daftar pengurus dan buku lainnya yang diperlukan;
- e. Memutuskan penerimaan dan penolakan calon anggota baru serta memberhentikan anggota sesuai dengan ketentuan dalam anggaran dasar;

- f. Memelihara kerukunan antara anggota dan mencegah segala hal yang menyebabkan perselisihan.

## 2. Badan Pengawas

Badan pengawas dalam jajaran organisasi BMT Karima Karangpandan memiliki tugas yang sama, yakni bertanggung jawab kepada RAT. Adapun fungsi dasar dari badan pengawas adalah mengawasi jalannya kegiatan usaha KSPPS agar tetap berjalan sesuai dengan ketentuan, arah dan kebijakan yang telah ditetapkan rapat anggota.

Sedangkan untuk tugas pokok dan tanggung jawab badan pengawas adalah:

- a. Memberikan penilaian terhadap keputusan-keputusan kegiatan KSPPS;
- b. Mengawasi dan menjaga agar pelaksanaan operasional kegiatan KSPPS sesuai dengan ketentuan, arah dan kebijakan yang telah ditetapkan rapat anggota;
- c. Memberikan saran atau pendapat kepada pengurus dan pengelola untuk kemajuan KSPPS;
- d. Melakukan pemeriksaan (audit) terhadap pengelola KSPPS;
- e. Membuat hasil laporan pengawasan KSPPS kepada rapat anggota.

## 3. Dewan Pengawas Syariah

Fungsi dasar dari Dewan Pengawas Syariah pada jajaran organisasi di BMT Karima Karangpandan adalah mengawasi jalannya kegiatan usaha KSPPS agar tetap pada koridor syariah. Selain itu, tugas pokok dan tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh Dewan Pengawas Syariah adalah:

- a. Memberikan penilaian terhadap keputusan-keputusan kegiatan KSPPS yang menyangkut aspek syariah
- b. Mengawasi kegiatan usaha KSPPS agar tidak menyimpang dari ketentuan dan prinsip-prinsip syariah;
- c. Memberikan saran atau pendapat kepada pengurus dan pengelola untuk kemajuan KSPPS;
- d. Menelaah aspek syariah terhadap produk dan pengembangan produk dan jasa keuangan yang ditawarkan KSPPS.

#### 4. Manajer

Manajer pada jajaran organisasi di BMT Karima Karangpandan memiliki tanggung jawab kepada pihak pengurus di BMT Karima Karangpandan. Pihak Manajer juga membawahi bagian Pemasaran, Administrasi dan Keuangan, serta Teller atau Kasir. Sedangkan untuk fungsi dasar dari Manajer adalah:

- a. Memimpin KSPPS secara profesional;
- b. Bertanggungjawab terhadap kinerja KSPPS serta mewakili KSPPS dalam berhubungan dengan pihak luar seperti pertemuan, negosiasi, penandatanganan kerja sama atau undangan lainnya;
- c. Menjaga keberadaan, kelangsungan dan pengembangan usaha KSPPS sesuai dengan ketentuan, arahan, dan kebijakan yang telah ditetapkan oleh pengurus dan rapat anggota;
- d. Menjalankan program kerja sesuai dengan anggaran KSPPS yang telah disetujui dalam rapat anggota.

Adapun tugas pokok dan tanggungjawab pihak manajer adalah:

- a. Menyusun rencana strategis baik jangka pendek maupun jangka panjang;
- b. Mengusulkan rencana strategis kepada pengurus untuk disahkan dalam RAT maupun di luar RAT;
- c. Mengusulkan rancangan anggaran dan rencana kerja KSPPS kepada pengurus yang nantinya disahkan pada RAT;
- d. Memimpin rapat koordinasi dan evaluasi bulanan berkaitan dengan kinerja setiap unit kerja;
- e. Melakukan mekanisme kontrol operasional KSPP;
- f. Memberi persetujuan maupun penolakan terhadap proses pembiayaan sesuai peraturan yang berlaku;
- g. Mengambil keputusan-keputusan strategis yang disertai pertimbangan yang matang sehingga mendukung peningkatan kinerja KSPPS;
- h. Mencari alternatif sumber dana tambahan untuk meningkatkan kinerja KSPPS;
- i. Menandatangani perjanjian kerjasama antara KSPPS dengan pihak lainnya;
- j. Menjaga agar pelaksanaan operasional KSPPS sesuai dengan ketentuan dan peraturan baik internal maupun eksternal.

## 5. Pemasaran

Pihak pemasaran dalam jajaran organisasi di BMT Karima Karangpandan memiliki tanggung jawab kepada pihak manajer. Adapun fungsi dasar dari pemasaran adalah tercapainya pemasaran produk-produk KSPPS baik *funding* maupun *lending* sesuai dengan target kinerja yang ditentukan. Selain itu, pemasaran memiliki tugas pokok dan tanggung jawab, yakni:

- a. Membuat terobosan mencari sumber-sumber dana alternatif;
- b. Mengevaluasi produk-produk KSPPS agar sesuai dengan kebutuhan pasar;
- c. Menginventarisasi kendala ataupun hambatan perolehan dana tabungan dan menyusun strategi sosialisasi dan promosi untuk meningkatkan penjualan produk tabungan;
- d. Melakukan survey terhadap calon penerima pembiayaan, baik menyangkut kelayakan usaha, jaminan, dan lain-lain.
- e. Melakukan proses pembiayaan sesuai SOP yang berlaku;
- f. Memecahkan keluhan-keluhan dari nasabah.

#### 6. Administrasi dan Keuangan

Bidang administrasi dan keuangan sama halnya dengan pemasaran, yakni memiliki tanggung jawab kepada manajer. Adapun fungsi dasar dari administrasi dan keuangan adalah melakukan dokumentasi dan bertanggung jawab atas kelengkapan data bukti transaksi untuk kebenaran pencatatan transaksi sesuai dengan prinsip akuntansi syariah yang berlaku. Kemudian untuk tugas pokok administrasi dan keuangan adalah:

- a. Memonitor pengadaan alat tulis kantor, barang percetakan, dan peralatan kantor lainnya;
- b. Membuat laporan *fixed asset* KSPPS;
- c. Membuat analisis laporan keuangan neraca atau laba rugi untuk dilaporkan kepada manajer KSPPS;
- d. Memantau likuiditas KSPPS;
- e. Melakukan proses pencairan pembiayaan;

f. Memantau anggaran dan realisasi.

#### 7. Teller/Kasir

Fungsi dasar dari teller atau kasir di BMT Karima Karangpandan adalah memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah baik penabung maupun peminjam. Sedangkan untuk tugas pokok dan tanggung jawab bagian teller atau kasir di BMT karima Karangpandan adalah:

- a. Memberikan pelayanan kepada nasabah baik penarikan maupun penyetoran;
- b. Menghitung keadaan keuangan atau transaksi setiap hari;
- c. Mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai baik pembiayaan maupun simpanan yang telah disetujui oleh manajer;
- d. Menghitung uang tunai dari staf pemasaran *lending* maupun staf pemasaran *funding*;
- e. Membuat laporan transaksi harian;
- f. Mengirim dan menyerahkan laporan transaksi ke bagian administrasi dan keuangan.

#### 4.1.4. Gambaran Umum Responden

Deskripsi responden dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui distribusi responden berdasarkan jenis kelamin, umur/usia, jenjang pendidikan terakhir, dan jenis pekerjaan. Adapun hasilnya adalah:

##### 1. Responden Menurut Jenis Kelamin

Perbedaan jenis kelamin dapat menjadi pembeda bagi seseorang dalam memutuskan untuk memilih dan menggunakan jasa perbankan syariah maupun

non perbankan syariah, khususnya pembiayaan di BMT Karima Karangpandan. Hal ini karena pada umumnya seseorang dalam memilih sesuatu tergantung pada tingkat kenyamanan, perasaan, dan keyakinan karena setiap orang memiliki perasaan dan keyakinan yang berbeda antara laki-laki dan perempuan.

Tabel 4.1  
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	33	70,21%
Perempuan	14	29,78%
Total	47	100%

Sumber : Hasil Olah Data Primer,2016

Dapat dilihat pada tabel 4.1 bahwa dari 47 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki, dengan jumlah responden sebanyak 33 orang atau 70,21 %. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki sebagai konsumen yang lebih potensial dalam menggunakan pembiayaan *murabahah* di BMT Karima Karangpandan, karena tugas seorang laki-laki sebagai kepala keluarga yang harus mencukupi kebutuhan keluarganya. Meliputi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier.

## 2. Responden Menurut Umur/Usia

Perbedaan kondisi individu seperti umur, seringkali dapat memberikan perbedaan perilaku seseorang. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kelompok umur yang lebih potensial dalam memilih jasa perbankan syariah maupun non perbankan syariah khususnya produk pembiayaan di BMT Karima Karangpandan.

Adapun komposisi responden menurut umur/usia dalam penelitian ini disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.2  
Jumlah Responden Berdasarkan Umur/Usia

Umur	Jumlah	Presentase
20 – 30 Tahun	5	10,63%
31 – 40 Tahun	12	25,53 %
41 – 50 Tahun	16	30,04 %
51 – 60 Tahun	14	29,78 %
> 61 Tahun	0	0
Total	47	100 %

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui dari 47 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden berumur 41-50 tahun dengan jumlah 16 responden atau 30,04%. Dilihat dari segi umur menggambarkan bahwa kelompok umur 41-50 tahun merupakan konsumen yang berpotensi untuk menggunakan produk pembiayaan *murabahah* di BMT Karima Karangpandan, karena pada usia ini masa-masa seseorang memiliki kematangan untuk melakukan perputaran uang atau melakukan kegiatan pembiayaan di BMT Karima Karangpandan.

### 3. Responden Menurut Jenjang pendidikan Terakhir

Perbedaan pendidikan terakhir disini sangat mempengaruhi sekali untuk konsumen dalam hal pengetahuan tentang lembaga keuangan bank maupun non bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan. Dalam penelitian ini, peneliti



mengelompokkan jenjang pendidikan terakhir dalam 5 kategori, yaitu SMP, SMA, Diploma, S1, dan S2.

Adapun komposisi responden berdasarkan jenjang pendidikan terakhir disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.3  
Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan Terakhir

Jenjang Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
SMP	9	19,14 %
SMA	20	42,55 %
Diploma	4	8,51 %
S1	14	29,78 %
S2	0	0
Total	47	100 %

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2016

Dari tabel 4.3 dapat diketahui dari 47 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden memiliki jenjang pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 20 responden atau 42,55% dan kemudian disusul S1 sebanyak 14 responden atau 29,78%, kemudian SMP sebanyak 9 responden atau 19,14%, dan Diploma sebanyak 4 responden atau 8,51%.

Hal di atas dapat disimpulkan bahwa para responden tidak harus memiliki jenjang pendidikan yang tinggi untuk bisa menjadi konsumen di BMT Karima Karangpandan, khususnya untuk produk pembiayaan *murabahah*. Faktor lain yang bisa menunjang pengetahuan responden tentang produk pembiayaan

*murabahah* di BMT Karima Karangpandan adalah berdasarkan info dari lingkungan sekitar maupun referensi dari teman, saudara, tetangga, dan lain-lain.

#### 4. Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Adanya perbedaan jenis pekerjaan nasabah berkaitan dengan rata-rata penghasilan nasabah setiap bulanya. Hal ini sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan di BMT Karima Karangpandan, karena hal ini juga terkait dengan kemampuan nasabah dalam mengangsur pembiayaan. Adapun komposisi responden berdasarkan jenis pekerjaan responden disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.4  
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	0	0
PNS	4	8,51%
Pegawai Swasta	33	70,21%
Pengusaha	10	21,27%
Pensiunan	0	0
Total	47	100%

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2016

Dari tabel 4.4 dapat dilihat bahwa dari 47 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden bekerja sebagai pegawai swasta dengan jumlah 33 responden atau 70,21%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan jenis pekerjaan sebagai pegawai swasta lebih berpotensi untuk menjadi konsumen produk pembiayaan *murabahah*, karena seringkali pegawai swasta

juga memiliki usaha sampingan/rumahan, yang hal ini memicu konsumen untuk menggunakan jasa perbankan untuk memcukupi modal usaha mereka.

## 4.2. Pengujian dan Hasil Analisis Data

### 4.2.1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang baik tentang bagaimana responden bereaksi terhadap item pertanyaan setiap variabel dalam kuisioner. Variabel-variabel dalam penelitian ini meliputi variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, margin keuntungan, dan keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah*. Statistik deskriptif dari variabel-variabel tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.5  
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan Nasabah	47	23	30	26,79	1,988
Kualitas Pelayanan	47	13	25	19,51	2,125
Margin Keuntungan	47	13	20	18,06	1,737
Keputusan Pengambilan Pembiayaan <i>Murabahah</i>	47	18	23	19,74	1,206

Sumber: *Output SPSS Diolah*, 2016

Pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwa statistik deskriptif untuk variabel independen, di antaranya variabel pengetahuan nasabah memiliki nilai minimum 23 dan nilai maksimum 30, serta *mean* 26,79, dengan *Standar Deviasi* sebesar 1,988. Kemudian Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai minimum 13 dan

nilai maksimum 25, serta *mean* 19,51, dengan *Standar Deviasi* sebesar 2,125. Dan variabel margin keuntungan memiliki nilai minimum 13 dan nilai maksimum 20, serta *mean* 18,06, dengan *Standar Deviasi* sebesar 1,737.

Sedangkan statistik deskriptif untuk variabel dependen yang ditunjukkan oleh variabel keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* yakni memiliki nilai minimum 18 dan nilai maksimum 23, serta *mean* 19,74, dengan *Standar Deviasi* sebesar 1,206.

#### 4.2.2. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen dalam penelitian kuantitatif ada dua macam, yakni uji validitas dan uji realibilitas.

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur pertanyaan-pertanyaan agar tidak menyimpang dari penelitian. Butir-butir pertanyaan penelitian dapat dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$ . Nilai  $r_{hitung}$  merupakan hasil korelasi jawaban responden atas masing-masing pertanyaan di setiap variabel yang dianalisis dengan program SPSS dan *outputnya* bernama *corrected item total correlation*. Sedangkan untuk mendapatkan  $r_{tabel}$  dilakukan dengan melihat tabel *product moment* dengan  $df = N-2$ . Dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 47 responden, jadi  $df = 47-2 = 45$ , maka besar  $r_{tabel}$  adalah 0,2876.

##### a. Variabel Pengetahuan Nasabah

Berdasarkan pengujian validitas untuk variabel pengetahuan nasabah dengan menggunakan bantuan program SPSS 17.0, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6.  
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Nasabah

Variabel	Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Pengetahuan nasabah	Indikator 1	0,447	0,2876	Valid
	Indikator 2	0,344		Valid
	Indikator 3	0,425		Valid
	Indikator 4	0,425		Valid
	Indikator 5	0,443		Valid
	Indikator 6	0,506		Valid

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa nilai  $r_{hitung}$  setiap indikator variabel pengetahuan nasabah lebih besar dibandingkan nilai  $r_{tabel}$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang digunakan dalam variabel pengetahuan nasabah adalah valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

b. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.7  
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Pelayanan	Indikator 1	0,457	0,2876	Valid
	Indikator 2	0,528		Valid
	Indikator 3	0,527		Valid
	Indikator 4	0,504		Valid
	Indikator 5	0,549		Valid

Berdasarkan tabel 4.7. di atas dapat dilihat bahwa nilai  $r_{hitung}$  setiap indikator variabel kualitas pelayanan lebih besar dibandingkan nilai  $r_{tabel}$ , semua uji  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan adalah valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

c. Variabel Margin Keuntungan

Variabel independen yang terakhir dalam penelitian tentang pengaruh pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan terhadap keputusan nasabah pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan adalah variabel margin keuntungan. Berdasarkan pengujian validitas untuk variabel Margin Keuntungan dengan menggunakan bantuan program SPSS 17.0, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8  
Hasil Uji Validitas Variabel Margin Keuntungan

Variabel	Indikator	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Margin Keuntungan	Indikator 1	0,480	0,2876	Valid
	Indikator 2	0,521		Valid
	Indikator 3	0,516		Valid
	Indikator 4	0,485		Valid

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat dilihat bahwa nilai  $r_{hitung}$  setiap indikator variabel margin keuntungan lebih besar di bandingkan nilai  $r_{tabel}$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang digunakan dalam variabel margin keuntungan adalah valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

d. Variabel Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah*

Berdasarkan pengujian validitas untuk variabel keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* dengan menggunakan bantuan program SPSS 17.0, maka diperoleh hasil sebagai berikut

Tabel 4.9  
Hasil uji validitas untuk variabel Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah*

Variabel	Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Keputusan Pengambilan Pembiayaan <i>Murabahah</i>	Indikator 1	0,338	0,2876	Valid
	Indikator 2	0,472		Valid
	Indikator 3	0,407		Valid
	Indikator 4	0,447		Valid
	Indikator 5	0,400		Valid

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2016

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat dilihat bahwa nilai  $r_{hitung}$  setiap indikator keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* lebih besar dibandingkan nilai  $r_{tabel}$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang digunakan dalam variabel keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* adalah valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan akurasi, ketepatan, dan konsistensi kuisioner dalam mengukur variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Latan & Temalagi, 2013: 46). Uji reliabilitas menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5%, jika *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Sedangkan jika nilai *Cronbach*

$Alpha < 0,60$  maka instrumen tersebut tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.10  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar reabilitas	Keterangan
Pengetahuan Nasabah	0,701	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,747	0,60	Reliabel
Margin Keuntungan	0,713	0,60	Reliabel
Keputusan Pengambilan Pembiayaan <i>Murabahah</i>	0,630	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2016

Tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* semua variabel penelitian  $> 0,60$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator atau pertanyaan di dalam kuisisioner yang digunakan untuk variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, margin keuntungan, dan keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel dalam penelitian ini.

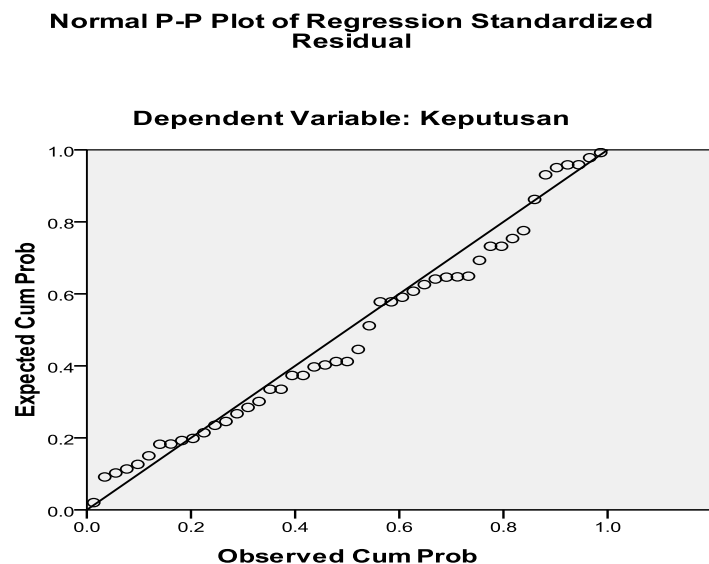
#### 4.2.3. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk melihat distribusi normal dilakukan dengan memperhatikan grafik *normal probability plot* pada *scatter plot* dan uji statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.



Gambar 4.2  
Hasil Uji Normalitas



Sumber: *Output SPSS Diolah*, 2016

Gambar di atas menunjukkan bahwa semua data yang ada tersebar normal, karena semua titik-titik dapat menyebar dan berhimpit membentuk garis lurus diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi normalitas. Selain dengan grafik, uji normalitas dalam penelitian ini juga bisa dibuktikan dengan menggunakan alat uji analisis metode *Kolmogorov Smirnov*. Dengan kesimpulan apabila tingkat signifikansi  $> 0,05$  berarti normal. Dengan hasil pengujian menggunakan program SPSS 17.0 diperoleh nilai signifikansi pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11  
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		47
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.74982826
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.696
Asymp. Sig. (2-tailed)		.717

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: *Output SPSS Diolah*, 2016

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov test*, dapat disimpulkan bahwa tingkat *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu 0,717, yang berarti tingkat signifikansi  $> 0,05$ . Maka dapat diartikan bahwa data tersebar atau terdistribusi secara normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidak adanya korelasi antar variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi. Untuk melihat multikolinearitas antar variabel dependen dapat dilakukan dengan menggunakan *Tolerance* dan VIF yang ditampilkan di dalam tabel *coefficients*. Adapun kriteria hasil analisis uji multikolinearitas adalah *Tolerance*  $> 0,1$  dan VIF  $< 10$  (Laten dan Temalagi, 2013: 63). Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.12  
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Collinearity statistic</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
Pengetahuan Nasabah	0,946	1,057
Kualitas Pelayanan	0,979	1,021
Margin Keuntungan	0,962	1,040

Sumber: *Output SPSS Diolah*, 2016

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan nasabah mempunyai nilai *Tolerance* sebesar  $0,946 > 0,1$  dan nilai VIF sebesar  $1,057 < 10$ , variabel Kualitas Pelayanan nilai *Tolerance* sebesar  $0,979 > 0,1$  dan nilai VIF sebesar  $1,021 < 10$ , kemudian variabel Margin Keuntungan nilai *Tolerance* sebesar  $0,962 > 0,1$  dan nilai VIF sebesar  $1,040 < 10$ .

Dari hasil *Tolerance* dan nilai VIF dari masing-masing variabel di atas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tersebut tidak ada multikolinieritas terhadap variabel independen, karena kedua kriteria di atas telah terpenuhi.

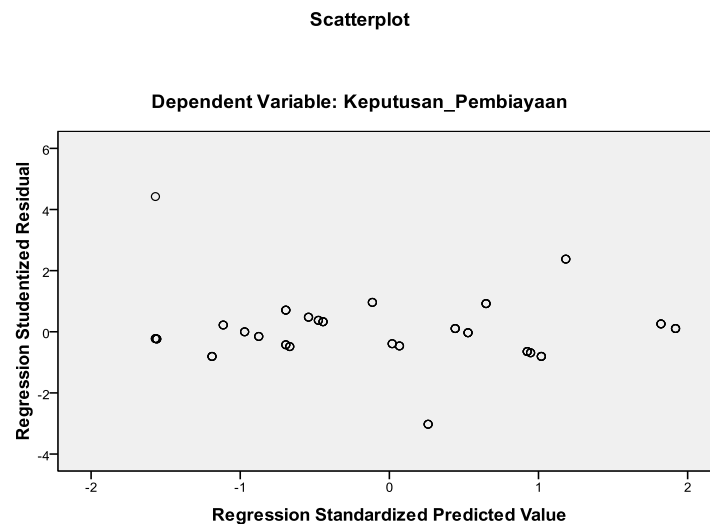
### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah *Variance* dari residual satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika *Variance* dari residual data sama, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

Cara mendeteksi problem heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatterplot*, yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak

berkumpul pada satu tempat, maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem heteroskedastisitas (Laten dan Temalagi, 2013: 66).

Gambar 4.3  
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: *Output SPSS Diolah*, 2016

Dari grafik *Scatterplot* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dan tidak berkumpul pada satu tempat. Titik-titik tersebut menyebar secara acak baik di bagian atas angka nol maupun di bagian bawah angka nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

Cara lain untuk mengetahui bahwa model pada penelitian tidak terjadi heterokedastisitas adalah dengan melihat tingkat signifikansi pada tabel *coefficients*. Model dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas apabila  $\text{sig} > 0,05$  atau data tersebut terjadi homokedastisitas.

Tabel 4.13  
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.134	1.130		-1.003	.322
	Pengetahuan_Nasabah	.040	.034	.178	1.178	.245
	Kualitas_Pelayanan	.035	.031	.166	1.119	.270
	Margin_Keuntungan	-.001	.039	-.005	-.034	.973

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: *Output SPSS Diolah*, 2016

#### 4.2.4. Uji Ketepatan Model

##### 1. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Cara untuk mengetahui bahwa semua variabel independen yakni pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yakni keputusan pengambilan pembiayaan adalah dengan cara melihat nilai signifikansi pada tabel anova.

Jika nilai signifikansi yang dihasilkan uji F ( $p\text{-value} < 0.05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Di samping itu, selain dengan menggunakan  $p\text{-value} < 0,05$ , uji F juga bisa dilakukan dengan membandingkan  $F_{\text{hitung}}$  dengan  $F_{\text{tabel}}$ . Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel

independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Laten dan Temalagi, 2013: 81).

Tabel 4.14  
Hasil Uji F

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.073	3	13.691	22.763	.000 <sup>a</sup>
	Residual	25.863	43	.601		
	Total	66.936	46			

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan\_Nasabah, Margin\_Keuntungan, Kualitas\_Pelayanan.

b. Dependent Variable: Keputusan\_Pembiayaan

Sumber: *Output SPSS Diolah*, 2016

Berdasarkan hasil olah data di atas, diketahui bahwa tingkat signifikansi atau *p-value* sebesar 0,000 maka *p-value* < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi yakni pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan.

## 2. Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen (Laten dan Temalagi, 2013: 80). Pada tabel 4.16 hasil pengujian menggunakan SPSS 17.0 diperoleh nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,614 artinya variasi perubahan variabel

independen yaitu pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan dapat menjelaskan variasi perubahan variabel keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* sebesar 61,4% sedangkan sisanya (100% - 61,4% = 38,6%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang di estimasi.

Tabel 4.15  
Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

R	R Square	Adjusted R Square
.783 <sup>a</sup>	.614	.587

Sumber: *Output SPSS Diolah*, 2016

#### 4.2.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.16  
Hasil Analisis Regresi Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah*

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.525	1.967		1.792	.080
	Pengetahuan_Nasabah	.315	.059	.520	5.336	.000
	Kualitas_Pelayanan	.184	.054	.324	3.377	.002
	Margin_Keuntungan	.232	.067	.334	3.454	.001

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: *Output SPSS Diolah*, 2016

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program SPSS 17.0 maka diperoleh hasil regresi antara variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan

*murabahah* yang disajikan pada tabel 4.16, maka dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 3,525 + 0,315 X_1 + 0,184 X_2 + 0,232 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah*

X<sub>1</sub> = Pengetahuan Nasabah

X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>3</sub> = Margin Keuntungan

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linier berganda di atas adalah:

1. *a* atau konstanta sebesar 3,525 artinya apabila skor variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan sama dengan nol atau tetap, maka skor keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* sebesar 3,525.
2. Koefisien regresi variabel pengetahuan nasabah sebesar 0,315 artinya apabila skor pengetahuan nasabah meningkat satu satuan, maka skor keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* akan meningkat sebesar 0,315.
3. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,184 artinya apabila skor kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka skor keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* akan meningkat sebesar 0.184.
4. Koefisien regresi variabel margin keuntungan adalah 0,232 artinya apabila skor margin keuntungan meningkat satu satuan, maka skor keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* akan meningkat sebesar 0,232.



#### 4.2.6. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis atau yang disebut uji t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial setiap variabel independen pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan terhadap variabel dependen keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah*.

Tabel 4.17  
Hasil Uji Hipotesis

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.525	1.967		1.792	.080
	Pengetahuan_Nasabah	.315	.059	.520	5.336	.000
	Kualitas_Pelayanan	.184	.054	.324	3.377	.002
	Margin_Keuntungan	.232	.067	.334	3.454	.001

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: *Output SPSS Diolah*, 2016

Jika nilai signifikansi yang dihasilkan pada  $p\text{-value} < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial setiap variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Cara lain untuk Uji t adalah dengan membandingkan  $t_{\text{hitung}}$  dengan  $t_{\text{tabel}}$ . Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Laten & Temalagi, 2013: 81). Tabel 4.17 menunjukkan bahwa secara parsial setiap variabel independen pada penelitian ini berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dengan menggunakan dasar  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,679 dan tingkat signifikansi  $< 0,05$ .

### 1. Variabel Pengetahuan Nasabah

Dari hasil Uji t dapat diketahui bahwa besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel pengetahuan nasabah adalah 5,336 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, berarti  $p-value < 5\%$ , yaitu  $0,000 < 0,05$  dan diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,679. Ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $5,336 > 1,679$  yang berarti  $H_{01}$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka variabel pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan.

### 2. Variabel Kualitas Pelayanan

Dari hasil Uji t dapat diketahui bahwa besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel kualitas pelayanan adalah 3,377, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, berarti  $p-value < 5\%$ , yaitu  $0,002 < 0,05$  dan diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,679. Ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $3,377 > 1,679$ . yang berarti  $H_{02}$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan.

### 3. Variabel Margin Keuntungan

Dari hasil Uji t dapat diketahui bahwa besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel Margin Keuntungan adalah 3,454, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, berarti  $p-value < 5\%$ , yaitu  $0,001 < 0,05$  dan diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,679. Ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $3,454 > 1,679$ . yang berarti  $H_{03}$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Maka variabel margin

keuntungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan.

#### **4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data (Pembuktian Hipotesis)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan, baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil pembahasan penelitian ini secara lebih rinci dijelaskan sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh Variabel Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah***

Pengetahuan didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan yang mana informasi tersebut merupakan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar (Engel, 2006). Menurut Kotler (2002), pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Pengetahuan juga diartikan sebagai kemampuan untuk membentuk model mental yang menggambarkan obyek dengan tepat dan mempresentasikannya dalam aksi yang dilakukan terhadap suatu obyek (Martin dan Oxman, 1988: 109).

Pendapat lain menyatakan bahwa pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yaitu indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga (Notoatmodjo, 2007).

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan, dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,336 > 1,679$ ) dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang juga menunjukkan bahwa ada pengaruh antara pengetahuan nasabah dengan perilaku seseorang terkait keputusan dalam pengambilan pembiayaan. Penelitian oleh Yuliawan (2011) yang berjudul pengaruh pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah cabang Bandung.

Hasil penelitian Yuliawan (2011) menunjukkan bahwa hasil signifikansi pengetahuan nasabah sebesar 0,000, yang mana  $p\text{-value} < 0,05$ ). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah cabang Bandung.

Penelitian lain oleh Gampu, Kawet, dan Uhing (2015) Analisis motivasi, persepsi, dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah dalam memilih PT. Bank Sulutgo cabang utama Manado. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat signifikansi pengetahuan ( $0,035 < 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih PT. Bank Sulutgo cabang utama Manado.

Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan nasabah merupakan elemen penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan atau

mengambil pembiayaan. Karena sebelum mengambil pembiayaan nasabah harus mengetahui karakteristik pembiayaan yang akan di ambil maupun karakteristik dari lembaga keuangan syariah khususnya BMT yang akan menyalurkan pembiayaan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan nasabah, maka keputusan mereka dalam mengambil pembiayaan *murabahah* juga akan meningkat, sebaliknya jika pengetahuan nasabah rendah maka keputusan mereka dalam mengambil pembiayaan *murabahah* juga akan semakin rendah.

## **2. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan *Murabahah***

Kualitas pelayanan merupakan hubungan antara harapan konsumen tentang persepsi dan pelayanan yang diterima, yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan (Yamit, 2001: 61). Sedangkan menurut Lupiyoadi (2006: 181) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Pelayanan juga diartikan sebagai perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Kualitas pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetensi usaha dalam merebut pasaran atau langganan. Suatu perusahaan

seperti lembaga keuangan untuk menarik perhatian nasabah harus memiliki pelayanan yang baik agar nasabah merasa puas.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* di BMT Karima Karangpandan, dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,377 > 1,679$ ), dengan taraf signifikansi sebesar 0,002, yang mana  $p-value < 0,05$ .

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT Karima Karangpandan menjadi salah satu penentu minat nasabah dalam menggunakan jasa BMT, khususnya pembiayaan. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT Karima Karangpandan, maka minat dan keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada BMT Amanah Ummah Kartasura akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang diberikan BMT rendah, maka keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan juga akan menurun.

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya oleh Sujarwanti (2013) yang berjudul pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Keuntungan terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan *Murabahah* di BPRS Mitra Cahaya Indonesia Yogyakarta. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat signifikansi kualitas pelayanan ( $0,000 < 0,05$ ), kualitas produk ( $0,000 < 0,05$ ), dan keuntungan ( $0,000 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan *Murabahah* di BPRS Mitra Cahaya Indonesia.

Penelitian lain oleh Daud (2013) yang berjudul promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan pada PT. Bess Finance Manado. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat signifikansi promosi ( $0,029 < 0,05$ ) dan signifikansi kualitas pelayanan ( $0,002 < 0,05$ ). Dari hasil penelitian tersebut dinyatakan bahwa masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan pada PT. Bess Finance Manado.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sebuah perusahaan juga menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi konsumen dalam menggunakan jasa atau produk perusahaan tersebut. Karena selain *image* yang baik, kualitas pelayanan yang baik juga sangat mendukung eksistensi sebuah perusahaan khususnya BMT Karima Karangpandan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan BMT Karima Karangpandan kepada nasabah, maka keputusan pengambilan pembiayaan juga akan meningkat.

### **3. Pengaruh Variabel Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan *Murabahah***

Margin keuntungan merupakan sejumlah uang yang dibayarkan sebagai keuntungan bank atas terjadinya jual beli dengan nasabah (Sumiyanto, 2008: 160). Margin keuntungan juga didefinisikan sebagai pendapatan yang berasal dari produk-produk perbankan syariah maupun non perbankan syariah yang menggunakan akad *murabahah* (Nurdany, 2012: 13). Menurut Antonio (2001),

tingkat margin keuntungan berpengaruh terhadap jumlah permintaan pembiayaan di perbankan syariah.

Dari hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa margin keuntungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* di BMT Karima Karangpandan, dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,454 > 1,679$ ), dengan taraf signifikansi sebesar  $0,001$ , yang mana  $p-value < 0,05$ .

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aisyah Nur Aini (2015) dengan judul Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* Di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo. Hasil penelitiannya diperoleh tingkat signifikansi margin sebesar ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* Di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo.

Penelitian selanjutnya oleh Sofiah (2015) yang berjudul pengaruh persepsi nasabah terhadap *syariah compliance* dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* (studi kasus di BMT Indoarta Syariah Temanggung, BMT Bima Magelang, dan BMT Anda Salatiga). Hasil penelitian ini diperoleh tingkat signifikansi persepsi nasabah terhadap *syariah compliance* sebesar ( $0,000 < 0,05$ ) dan signifikansi margin ( $0,016 < 0,05$ ).

Hasil penelitian tersebut menunjukkan masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* (studi kasus di BMT Indoarta Syariah Temanggung, BMT Bima Magelang, dan BMT Anda Salatiga).



Dapat disimpulkan bahwa semakin baik persepsi nasabah tentang margin keuntungan, maka akan meningkatkan kepercayaan untuk mengajukan pembiayaan *murabahah* pada BMT Karima Karangpandan. Selain itu, ketika anggota merasa margin keuntungan yang ditetapkan oleh BMT sudah mengedepankan keadilan dan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki anggota, maka anggota akan terdorong untuk mengambil keputusan mengajukan pembiayaan *murabahah*.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan margin keuntungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* di BMT Karima Karangpandan. Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan penulis di bab I dan analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah dikemukakan pada bab IV sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengetahuan Nasabah Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di BMT Karima Karangpandan, dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,336 > 1,679$ ) dan  $p-value < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ).
2. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di BMT Karima Karangpandan, dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,377 > 1,679$ ) dan  $p-value < 0,05$  ( $0,002 < 0,05$ ).
3. Margin Keuntungan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di BMT Karima Karangpandan, dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,454 > 1,679$ ) dan  $p-value < 0,05$  ( $0,001 < 0,05$ ).
4. Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Margin Keuntungan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan

Pengambilan Pembiayaan Murabahah pada BMT Karima Karangpandan, dengan  $p\text{-value} < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ).

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini telah dirancang, disusun, dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya, namun penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan-keterbatasan tersebut adalah:

1. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Dan Margin Keuntungan, dan tidak meneliti secara menyeluruh semua aspek yang memiliki hubungan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* pada BMT Karima Karangpandan.
2. Subyek penelitian hanya mengambil satu BMT saja, yaitu BMT Karima Karangpandan. Sehingga hal tersebut kurang bisa mewakili keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan *murabahah* secara keseluruhan di wilayah Karanganyar, karena masih ada bank-bank syariah maupun BMT lain di Karanganyar yang sejenis dengan BMT Karima Karangpandan.

## 5.3. Saran-Saran

Dari kesimpulan di atas, maka penulis ingin memberikan beberapa saran yang mungkin dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan, beberapa saran tersebut antara lain:

1. Bagi BMT Karima Karangpandan hendaknya lebih banyak melakukan sosialisasi tentang produk-produk pembiayaan BMT dan juga kesyariahan BMT kepada masyarakat sekitar. Agar pengetahuan masyarakat tentang

produk dan kesyariahan menjadi lebih baik. Sehingga Keputusan Nasabah mengambil pembiayaan murabahah di BMT Karima akan meningkat.

2. Bagi BMT Karima Karangpandan hendaknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang baik serta menetapkan margin keuntungan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah agar dapat meningkatkan keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan di BMT Karima Karangpandan.
3. Bagi peneliti selanjutnya sekiranya hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi penelitian yang akan datang, dengan diharapkan untuk menambahkan variabel-variabel yang lain karena masih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah*, sehingga jangkauan untuk penelitian tentang perbankan syariah dapat berkembang dan melebar luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Yazid. (2009). *Fiqh Muamalah dan Implementasinya Dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Cetakan pertama. Yogyakarta: PT Logung Printika.
- Aini, Aisyah Nur. (2015). Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo. *Jurnal El-Qist Vol. 05, No. 01, April 2015*.
- Al-Qur'an. (2012). *Al-Qur'an Cordoba*. Bandung: PT. Cordoba International Indonesia.
- Antonio, Muhammad. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Ciptal.
- Ascarya. (2013). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali press.
- Bungin, Burhan. (2011). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Ed. Ke-3). Cet. Ke-enam. Jakarta: Kencana.
- Cahyono, Ari. (2012). Analisa Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Dosen dan Karyawan di Universitas Pawayatan Daha Kediri. *Jurnal Ilmu Manajemen Revitalisasi Vol 1 No 1 Juni 2012*.
- Daud, Deny. (2013). Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada PT Bess Finance Manado. *Jurnal EMBA Vol. 01, No. 04, Desember 2013*.
- Engel, F. James, Blackwell, D, Roger, Miniard, Paul. (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi:6, Jilid:1. Jakarta: Binarupa Aksara).
- Gampu, Kawet, Uhing. (2015). Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal Emba Vol. 3 No. 3, 1330-1340*.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Hendra, AW. (2008). Diambil Tanggal 10 Agustus 2016. Dari <http://ajangberkarya.wordpress.com/2008/06/07/konsep-pengetahuan/>.

- Huda, Nurul, Heykal, dan Mohammad. (2010). *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Husein, Umar. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Janwari, Yadi. (2015). *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2008). Jakarta: Balai Pustaka.
- Karim, Adiwarmanto. (2006). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: IIT Indonesia.
- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank*. Ed Revisi Cet Keempat. Jakarta: Kencana Prenada, Media Group.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Ed. Ke-12). Jakarta: Erlangga.
- Laksamana, Yusak. (2009). *Panduan Praktis Account Officer Bank Syariah Memahami Praktik Proses Pembiayaan di Bank Syariah*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Latan, Hengky., Temalagi, Selva. (2013). *Analisis Multivariate Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung: ALFABETA.
- Lupiyoadi, Rambat. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cet Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern*. Cet Pertama. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Martin dan Oxman. (1988). Diambil dari buku Kusri yang berjudul *Sistem Pakar Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Mawei, Dkk. (2014). Kepemimpinan, Penempatan Kerja Dan Kompensasi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Kerja Pada Pt Bank BNI KCU Manado. *Jurnal EMBA* Vol 2 No 2 Juni 2014 Hal 944-954.

- Moenir, Drs,H.A.S. (2002). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Cet: 6. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammad. (2004). *Teknik Perhitungan Bagi Hasil Dan Profit Margin Pada Bank Syariah*.
- \_\_\_\_\_ (2005). *Bank Syariah Problem Dan Prospek Perkembangan Di Indonesia*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN
- \_\_\_\_\_ (2005). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN.
- \_\_\_\_\_ (2014). *Manajemen dana bank syariah*. Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Nasution, S. (2003). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. (Ed. Pertama). Cet. Ke-6. Jakarta: Bumi Aksara.
- Notoatmodjo,S. (1997). *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Notoatmodjo,S. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_ . (2007). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Nurdany, Achmad. (2012). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Rentabilitas Terhadap Pendapatan Margin Murabahah Bank Syariah. *Jurnal Khazanah, Vol. 5, No.2, Januari 2012*.
- Peraturan BI no 9/ 19 / PBI / 2007. Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah.
- Permansari, Ragil. (2013). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja PT Augrah Raharjo Semarang. *Management Analysis Journal No 2 2013*.
- Ridwan, Ahmad H. (2013). *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Ridwan, Muhammad. (2004). *Manajemen Baitul Maal Wattamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press.

- Rosady, Ruslan. (2003). *Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, Etta, Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodelogi Penelitian Untuk Bisnis*. (Ed. Ke-4). Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. (2005). *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Jakarta : Prenada Media.
- Soemitra, Andri. (2010). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Cet. Ke-2. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sofiyah. (2015). *Pengaruh Persepsi Anggota pada Syariah Complane dan Margin Murabahah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.
- Sugiyono. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarwanti. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Keuntungan Terhadap Pemilihan Produk Murabahah Di PT. BPR Syariah Mitra Cahaya Indonesia Yogyakarta*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Statistik Perbankan Syariah Bank Indonesia. (2015).
- Standar Operasional Prosedur BMT KARIMA Karangpandan, (2016).
- Standar Operasional Prosedur Manajemen BMT KARIMA Karangpandan, (2016).
- Laporan Keuangan BMT KARIMA Karangpandan.
- Sumiyanto, Ahmad. (2008). *BMT Menuju Koperasi Modern*. Yogyakarta: ISES Publishing.
- Syafi', Antonio. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Tjiptono, Fandy. (1998). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.



- . (2001). *Manajemen Jasa*. Jakarta: Sembada Empat.
- Trang, Dewi. (2013). Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja karyawan. *Jurnal EMBA* Vol 1 No 3 September 2013 Hal 208-216.
- Utomo, Toni Prasetyo. (2014). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Studi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Malang*. Skripsi Tidak Diterbitkan. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.
- Wiroso. (2005). *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press.
- Yusuf, A. Muri. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. (Ed. Pertama). Cet pertama. Jakarta: KENCANA.
- <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/15/03/22/nlmh1b-aset-bmt-indonesia-capai-rp-47-triliun> . diakses 21 mei 2016. Ichsan Emral Alamsyah. 22 Maret 2015.
- <http://www.ekbis.sindonews.com/read/1109197/178/ini-penyebab-pasar-syariah-indonesia-masih-kecil-1463474113>. diakses 21 mei 2016. Ven. 18 mei 2016.

Lampiran 1  
Daftar Riwayat Penulis

**DAFTAR RIWAYAT PENULIS**

Nama : Ummi Sholihah  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Tempat, Tanggal Lahir : Karanganyar, 01 Februari 1994  
 Alamat : Gadungan RT 03/13 Girimulyo, Ngargoyoso,  
 Karanganyar  
 Email : [Ummisholihah.94@gmail.com](mailto:Ummisholihah.94@gmail.com)  
 Pendidikan Formal : SD N 02 Karangpandan  
 SMP N 01 Ngargoyoso  
 SMA N Karangpandan  
 Pengalaman Organisasi : Anggota RISMA SMA N Karangpandan  
 Anggota FRESH IAIN Surakarta  
 Anggota GAS 21 IAIN Surakarta  
 Anggota Karang Taruna Ngudi Santosa Gadungan

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana perlunya.

Surakarta, 04 Oktober 2016  
 Penulis

Ummi Sholihah

Lampiran 2  
Kuisisioner Penelitian

### **KUESIONER PENELITIAN**

#### **PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN DAN MARGIN KEUNTUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH PEMBIAYAAN MURABAHAH**

**(Studi Kasus Di BMT Karima Karangpandan)**

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/Sdr/Sdri

Nasabah

Di BMT Karima Karangpandan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ummi Sholihah  
Jurusan : Perbankan Syariah IAIN Surakarta  
Alamat : Dsn. Gadungan RT 03/14 Ds. Girimulyo, Ngargoyoso,  
Karanganyar

Memohon dengan segala kerendahan hati kepada Bapak/Ibu/Sdr/Sdri untuk mengisi angket penelitian ini. Penelitian ini bersifat akademis, sehingga kerahasiaanya terjaga. Kesungguhan dan kejujuran Bapak/Ibu/Sdr/Sdri dalam mengisi angket ini merupakan faktor penunjang dalam keberhasilan penelitian ini.

Demikian permohonan saya, atas kesediaanya dan waktu yang telah diberikan saya ucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya

Ummi Sholihah

## KUESIONER

### PENGARUH PENGETAHUAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN DAN MARGIN KEUNTUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH PEMBIAYAAN MURABAHAH

(Studi Kasus Di BMT Karima Karangpandan)

#### A. Identitas Responden

Isilah dan berilah tanda (x) pada jawaban yang paling sesuai dengan data pribadi Bapak/Ibu/Saudara.

Nama :

Jenis kelamin :

a. Laki-laki

b. Perempuan

1. Umur :
- |                |                |
|----------------|----------------|
| a. 20-30 tahun | d. 51-60 tahun |
| b. 31-40 tahun | e. > 61 tahun  |
| c. 41-50 tahun |                |

2. Tingkat pendidikan :

a. SMP

d. S1

b. SMA

e. S2

c. Diploma (D1, D2, D3)

3. Pekerjaan :

a. Pelajar/Mahasiswa

d. pengusaha

b. PNS (Pegawai Negri Sipil)

e. pensiunan

c. Pegawai swasta

#### B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan sebenar-benarnya.
2. Bacalah pertanyaan terlebih dahulu dengan cermat dan seksama sebelum anda menjawab.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan memberi tanda (√) pada salah satu jawaban.  
Berilah tanda (√) pada kolom yang paling sesuai dengan pilihan anda .  
setiap responden diharapkan memilih hanya satu jawaban.

Keterangan skor penilaian:

5 = Sangat setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

### Variabel Pengetahuan Nasabah

No.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya telah mengetahui produk pembiayaan <i>murabahah</i> di BMT Karima Karangpandan.					
2	Sebelum saya mengambil pembiayaan <i>murabahah</i> di BMT Karima Karangpandan saya sudah faham terkait pembiayaan <i>murabahah</i>					
3	Saya memutuskan untuk mengambil produk pembiayaan <i>murabahah</i> di BMT Karima Karangpandan untuk memenuhi kebutuhan saya					
4	Saya mengetahui dalam operasionalnya BMT Karima menghindari <i>gharar</i> (ketidakjelasan), <i>maisir</i> (judi), <i>riba</i> (bunga), dan <i>risywah</i> (suap).					
5	Menurut saya pembiayaan <i>murabahah</i> di BMT Karima Karangpandan bebas dari bunga yang mengandung unsur <i>riba</i>					
6	Saya merasa puas setelah mengambil pembiayaan <i>murabahah</i> di BMT Karima Karangpandan karena kehalalannya yang tidak diragukan					

### Kualitas Pelayanan

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya karyawan BMT Karima Karangpandan mampu memberikan pelayanan yang tepat dan dapat dipercaya					
2	Menurut saya Karyawan BMT Karima mempunyai daya tanggap terhadap kebutuhan nasabah.					
3	Menurut saya Karyawan BMT Karima ramah, dan sopan dalam memberikan pelayanan					
4	Saat saya mendapat kesulitan/menyampaikan keluhan, karyawan BMT Karima segera memberi perhatian dan respon (tanggapan) yang baik.					
5	Menurut saya fasilitas yang disediakan BMT Karima telah memberikan kenyamanan kepada nasabah					

### Margin Keuntungan

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya margin yang ditetapkan di BMT Karima berdasarkan sistem keuangan syariah					
2	Menurut saya margin yang ditetapkan oleh BMT Karima Karangpandan sudah mengandung unsur keadilan					

3	Menurut saya penempatan margin keuntungan di BMT Karima Karangpandan tidak memberatkan nasabah					
4	Menurut saya margin keuntungan yang ditetapkan di BMT Karima tingkat resikonya lebih kecil dan tidak memberatkan					

### Keputusan

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya membutuhkan pinjaman/pembiayaan dengan BMT Karima untuk mencukupi kebutuhan modal kerja dan kebutuhan konsumtif					
2	Saya berusaha mencari informasi-informasi terkait syarat-syarat pembiayaan di BMT Karima					
3	Saya menganggap dengan bertransaksi dengan BMT Karima bisa menjadi jalan bermuamalah sesuai syariat islam sehingga hal tersebut menjadi evaluasi alternatif bagi saya					
4	Saya lebih tertarik untuk memutuskan mengambil pembiayaan murabahah di BMT Karima					
5	Suatu saat saya akan kembali mengambil pembiayaan murabahah di BMT Karima					

## Lampiran 3

## Daftar Pertanyaan Untuk Manajer BMT Karima Karangpandan

**PEDOMAN PERTANYAAN**

1. Tanya: Pembiayaan di BMT Karima Karangpandan yang ditawarkan kepada nasabah itu apa saja pak?

Jawab: pembiayaan yang disalurkan ada prinsip *mudharabah*, *murabahah*, *ijarah*, *istisna*, dan lain-lain. Hampir sama dengan pembiayaan di BMT atau bank syariah yang lain. Tanya: Untuk pembiayaan yang paling banyak disalurkan di BMT Amanah Ummah Kartasura ini pembiayaan apa pak?

Jawab: pembiayaan yang paling banyak diminta masyarakat adalah pembiayaan *murabahah* mbak.

2. Tanya: Berdirinya BMT Karima tahun berapa pak ?

Jawab: BMT Karima berdiri tanggal 5 Juni 2008.

3. Tanya: Jumlah nasabah pembiayaan murabahah tahun 2015 berapa ya pak?

Jawab: Jumlah nasabah pembiayaan murabahah di BMT Karima ini hanya 47 orang mbak.

Tanya : Kenapa pangsa pasar nya sedikit sekali ya pak?

Jawab : Iya mbak soalnya BMT kita masih kecil dan masih kekurangan marketing, marketing kita hanya 1 orang jadi tidak bisa maksimal dalam mencari nasabah.



4. Tanya: total pembiayaan murabahah yang dikeluarkan oleh BMT Karima berapa pak?

Jawab: Jumlah pembiayaan murabahah yang dikeluarkan sebesar Rp. 228.500.000,- mbak.

5. Tanya: kalo untuk margin dalam pembiayan murabahah di bmt ini bagaimana pak?

Jawab: kalau untuk data margin, margin yang di tetapkan oleh kami sebesar 2,25 % per bulan mbak.

6. Tanya: Untuk margin keuntungan yang ditetapkan oleh BMT Amanah Ummah Kartasura apa tetap untuk plafon berapapun?

Jawab: kalau untuk pembiayaan *murabahah* marginya tetap sama. Tapi untuk pembelian tanah, modal, renovasi semakin besar plafonya maka semakin kecil keuntungan yang diambil BMT.

Lampiran 4  
Data Responden

**PENGETAHUAN NASABAH**

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	TOTAL
5	4	4	5	4	5	27
5	5	4	5	4	5	28
4	4	4	4	4	5	25
4	5	5	4	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	3	23
5	4	5	4	5	5	28
5	4	5	4	5	5	28
4	4	4	5	5	4	26
4	5	5	4	5	4	27
5	5	4	5	5	5	29
5	4	4	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	5	4	27
4	4	4	5	4	4	25
4	5	4	4	4	4	25
5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	4	5	28
4	4	4	5	5	5	27
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	4	5	4	28
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	4	4	27
4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	5	5	28
4	4	4	5	5	5	27
5	5	4	4	5	4	27
5	5	5	5	5	5	30

3	4	4	4	4	4	23
5	4	4	4	5	4	26
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	5	5	4	26
4	5	4	4	5	5	27
4	4	5	4	5	4	26
5	4	4	4	4	5	26
5	4	4	5	4	5	27
5	4	5	4	4	4	26
4	5	5	5	5	4	28
4	4	5	4	4	4	25

### KUALITAS PELAYANAN

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	TOTAL
4	5	4	4	3	20
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19
4	5	4	5	5	23
4	4	3	4	4	19
4	3	4	5	4	20
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	4	18
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	3	16
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	3	18
3	4	3	4	4	18
3	5	4	4	4	20
4	3	5	4	4	20
4	3	4	3	4	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	3	16

4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
5	3	3	4	3	18
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	5	22
4	3	4	4	4	19
5	4	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19
4	5	4	5	5	23
4	3	4	3	5	19
4	4	5	4	5	22
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	3	18
4	4	4	4	3	19
4	3	4	3	3	17
4	3	4	3	4	18
3	3	2	3	2	13
3	3	4	3	3	16
3	4	4	4	4	19

### MARGIN KEUNTUNGAN

Q1	Q2	Q3	Q4	TOTAL
5	5	5	5	17
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
3	3	4	3	13
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
5	5	5	4	19
3	5	5	4	17
5	5	4	5	19

5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
4	5	5	4	18
4	5	5	5	19
3	4	3	4	14
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
4	4	4	5	17
4	5	5	4	18
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	5	4	4	16
4	3	4	4	15
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	4	4	4	17
4	5	4	5	18
5	4	5	5	19
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
5	4	3	4	16

### KEPUTUSAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN MURABAHAH

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	TOTAL
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21

4	4	3	4	4	19
4	4	4	5	5	22
3	4	3	4	4	18
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	4	18
3	4	3	4	4	18
5	4	4	5	5	23
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	4	23
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
3	4	4	4	4	19
4	5	4	4	5	22
4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	4	18
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20

3	4	3	4	4	18
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19

Lampiran 5  
Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas

**1. Pengetahuan Nasabah**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	22.34	2.838	.447	.232	.657
Q2	22.40	3.116	.344	.145	.688
Q3	22.32	2.961	.425	.239	.664
Q4	22.32	2.961	.425	.250	.664
Q5	22.26	2.933	.443	.216	.658
Q6	22.30	2.648	.506	.311	.636

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.701	.700	6

**2. Kualitas Pelayanan**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	15.60	3.333	.457	.295	.722
Q2	15.62	2.894	.528	.362	.697
Q3	15.60	3.116	.527	.353	.698
Q4	15.49	3.081	.504	.328	.705
Q5	15.66	2.795	.549	.332	.689



**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.747	.748	5

**3. Margin Keuntungan****Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	13.72	1.813	.480	.283	.665
Q2	13.53	1.907	.521	.349	.638
Q3	13.57	1.902	.516	.336	.641
Q4	13.55	1.948	.485	.294	.659

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.713	.714	4

#### 4. Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	15.83	.927	.338	.141	.615
Q2	15.60	1.029	.472	.369	.538
Q3	16.09	.862	.407	.192	.574
Q4	15.68	1.222	.447	.342	.585
Q5	15.70	1.083	.400	.202	.572

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.630	.676	5

Lampiran 6  
Output SPSS Uji Asumsi Klasik

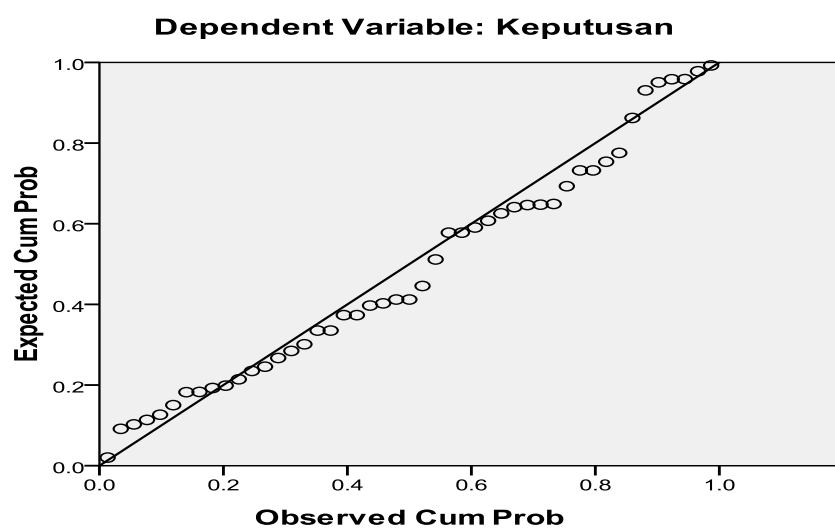
**1. Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		47
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.74982826
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.696
Asymp. Sig. (2-tailed)		.717

a. Test distribution is Normal.

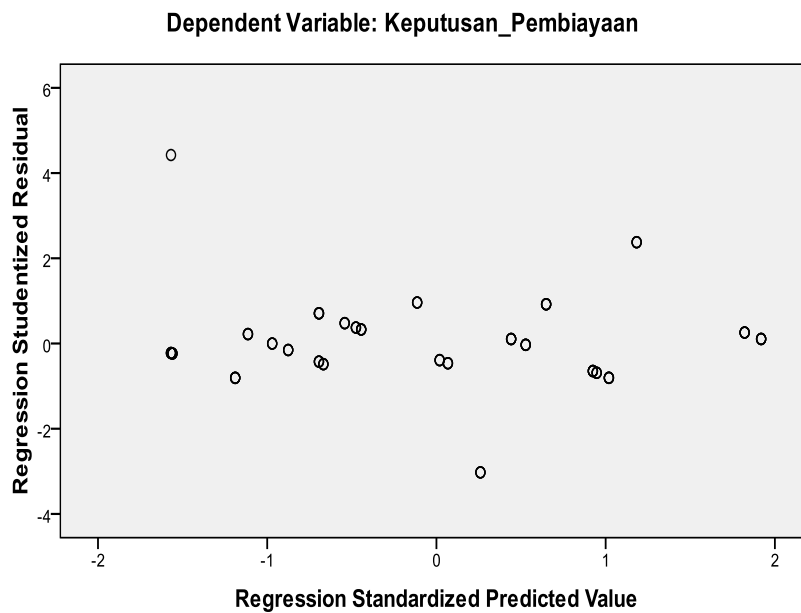
b. Calculated from data.

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



## 2. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



## 3. Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.525	1.967			
	Pengetahuan_Nasabah	.315	.059	.520	.946	1.057
	Kualitas_Pelayanan	.184	.054	.324	.979	1.021
	Margin_Keuntungan	.232	.067	.334	.962	1.040

Lampiran 7  
Output SPSS Regresi Linier Berganda

**A. Regresi Linier Berganda**

**Variables Entered/Removed**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Margin_Keuntungan, Kualitas_Pelayanan, Pengetahuan_Nasabah		Enter

a. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.783 <sup>a</sup>	.614	.587	.776	.614	22.763	3	43	.000

a. Predictors: (Constant), Margin\_Keuntungan, Kualitas\_Pelayanan, Pengetahuan\_Nasabah

b. Dependent Variable: Keputusan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.525	1.967		1.792	.080
	Pengetahuan_Nasabah	.315	.059	.520	5.336	.000
	Kualitas_Pelayanan	.184	.054	.324	3.377	.002
	Margin_Keuntungan	.232	.067	.334	3.454	.001

a. Dependent Variable: Keputusan

Lampiran 8  
Output SPSS Uji Hipotesis

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.525	1.967		1.792	.080
	Ppengetahuan_Nasabah	.315	.059	.520	5.336	.000
	Kualitas_Pelayanan	.184	.054	.324	3.377	.002
	Margin_Keuntungan	.232	.067	.334	3.454	.001

a. Dependent Variable: Keputusan

Lampiran 9  
Output SPSS Uji Ketepatan Model

**1. Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.073	3	13.691	22.763	.000 <sup>a</sup>
	Residual	25.863	43	.601		
	Total	66.936	46			

a. Predictors: (Constant), Margin\_Keuntungan, Kualitas\_Pelayanan, Pengetahuan\_Nasabah

b. Dependent Variable: Keputusan

**2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 <sup>a</sup>	.614	.587	.776

Lampiran 10  
Distribusi  $r_{\text{tabel}}$

(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
Tingkat signifikansi untuk uji dua arah					
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066



<b>38</b>	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
<b>39</b>	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
<b>40</b>	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
<b>41</b>	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
<b>42</b>	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
<b>43</b>	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
<b>44</b>	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
<b>45</b>	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
<b>46</b>	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
<b>47</b>	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
<b>48</b>	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
<b>49</b>	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
<b>50</b>	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 11  
Distribusi  $t_{\text{tabel}}$

**Titik Presentase Distribusi  $t$  ( $df = 41 - 99$ )**

<b>Pr</b>	<b>0.25</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>
<b>df</b>	<b>0.50</b>	<b>0.20</b>	<b>0.10</b>	<b>0.050</b>	<b>0.02</b>	<b>0.010</b>	<b>0.002</b>
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804

**Lampiran 11 : Jadwal Penelitian**

No	Bulan Kegiatan	JAN				JUNI				JULI				SEPT				OKT				NOV				DES				JAN			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan proposal				X																												
2	Konsultasi					X	X			X	X			X	X	X		X	X														
3	Revisi Proposal							X			X	X																					
4	Pengumpulan Data									X	X	X		X	X	X																	
5	Analisis Data													X	X	X																	
6	Penulisan Akhir Naskah Skripsi																	X	X														
7	Pendaftaran																			X													
8	Munaqasah																				X												
9	Revisi Skripsi																									X	X	X					

Jadwal Munaqasah: 21 November – 02 Desember 2016