

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank salah satu lembaga yang mengumpulkan dana dari masyarakat berupa tabungan atau simpanan dan disalurkan kembali terhadap warga dalam bentuk pembiayaan yang dibutuhkan . Lembaga keuangan yang bertugas sebagai fasilitator keuangan (financial intermediary) diantara pihak yang mempunyai dana dengan pihak yang butuh terhadap dana (deficit spending unit) di sebut juga dengan bank.,²⁴

Dalam rangka meningkatkan kinerja operasionalnya, BMT Sidogiri kecamatan Paiton berusaha melayani kebutuhan masyarakat secara menyeluruh, BMT Sidogiri kecamatan Paiton harus memperhatikan perilaku nasabah yang baik yang melakukan penyimpanan maupun yang melakukan pembiayaan sehingga dapat meningkatkan efektifitas kinerja BMT Sidogiri kecamatan Paiton, dimana setiap nasabah akan memperhatikan serta mempertimbangkan faktor-faktor tertentu yang akan di gunakan untuk mengambil keputusan baik dalam hal simpanan maupun berupa pinjaman.

Salah satu yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan adalah perilaku konsumen/nasabah,

²⁴ Taswan, *Manajemen Perbankan (Konsep, Teknik & Aplikasi)*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010), 6-7

Perilaku konsumen di pengaruhi oleh berbagai faktor antara lain, : faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, pekerjaan serta gaya hidup.²⁵

Menurut Engel (1994:3), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli ini tindakan ini.²⁶

Menurut Mowen dan Minor (2002:15), keadaan konsumen yang di inginkan di pengaruhi oleh aspirasi dan lingkungan mereka. Kebudayaan, kelompok acuan dan kecenderungan gaya hidup dapat menyebabkan mengubah keadaan yang di inginkan oleh mereka.²⁷

Menurut kotler dan keller, (2009:214), perilaku pembelian konsumen di pengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis²⁸. Menurut (Siamora: 2004:6), Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah ialah (1), pengaruh lingkungan yang meliputi faktor budaya, kelas sosial, pengaruh individu, keluarga dan sosial. (2), perbedaan individu yang meliputi faktor sumber daya, pengetahuan sikap serta motivasi.²⁹

Adapun yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen/nasabah ialah (1). Produk, atribut produk dalam perbankan

²⁵Peter, J.Paul *Perilaku Konsumen & Strategi pemasaran* (Jakarta : 2014)

²⁶Engel, et.al.J.F. *Perilaku Konsumen (Terjemahan jilid I)*. Jakarta: Binarupa Aksara.

²⁷Mowen, john C. / Minor, Michael, (2002) *Perilaku Konsumen (Terjemahan, jilid 2 Edisi Kelima)*. Jakarta: Erlangga.

²⁸Kotler, P dan Kevin Keller.(2009). *Manajemen Pemasaran jilid 1*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.

²⁹Simamora, Bilson. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

diantaranya seperti jaminan, kualitas, dan sebagainya. (2). Harga, harga dalam perbankan dalam waktu jangka waktu, syarat kredit dan sebagainya. (3), Promosi, dalam perbankan meliputi promosi penjualan, periklanan (4). Place, produk yang mudah di peroleh dan tersedia untuk konsumen (Muannas,2014:42-44).³⁰

Keputusan yang diambil oleh konsumen/nasabah untuk memutuskan jadi tidaknya membeli suatu produk tentunya di dahului dengan beberapa tahapan. Ada lima tahap proses pengambilan keputusan pembelian yaitu, (1), pengenalan masalah, (2) pencarian informasi (3) evaluasi alternatif (4) keputusan pembelian (5) perilaku pasca pembelian. (kotler dan keller, 2009:234)³¹

BMT Sidogiri kecamatan Paiton merupakan sebuah perusahaan jasa keuangan yang sedang berkembang pesat, oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti di BMT Sidogiri kecamatan Paiton sebagai tempat penelitian karena BMT disini padakenyataannya masih tergolong baru di Pondok Pesantren Sidogiri, akan tetapi BMT Sidogiri kecamatan Paiton disini sudah dinyatakan sukses jika dilihat dari nasabahnya yang semakin banyak karena kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan oleh BMT Sidogiri kecamatan Paiton membuat nasabah memilih untuk menjadi anggota di BMT Sidogiri kecamatan Paiton.

³⁰Muanas, Arif. (2014) *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Gerbang Media Aksara.

³¹Kotler, P dan Kevin Keller.(2009). *Manajemen Pemasaran jilid 1*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.

maka penulis menyimpulkan bahwa “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Mengajukan Permohonan Pembiayaan Murabahah (Study Kasus BMT SIDOGIRI KECAMATAN PAITON)** ”. Layak untuk diajukan sebagai judul skripsi.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka ditemukan beberapa masalah yang terkait dengan pembahasan, diantaranya adalah:

1. Masyarakat tidak berani pinjam di Bank karena bunga yang terlalu tinggi.
2. Masyarakat belum begitu memahami konsep pembiayaan Murabahah pada BMT Sidogiri kecamatan Paiton.
3. Terdapat beberapa kendala yang membuat masyarakat tidak tepat waktu melunasi tanggungannya karena mayoritas ekonomi masyarakat menengah kebawah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat ditentukan fokus masalah dengan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa saja kelebihan pembiayaan murabahah di BMT Sidogiri kecamatan Paiton?

2. Faktor apakah yang mempengaruhi nasabah memilih pembiayaan di BMT Sidogiri kecamatan Paiton.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dari pembahasan ini adalah :

1. Untuk mengetahui kelebihan produk murabahah di BMT Sidogiri kecamatan Paiton
2. Untuk mengetahui faktor apakah yang mempengaruhi nasabah memilih pembiayaan di BMT Sidogiri kecamatan Paiton.

E. Manfaat Penelitian

1. Teoritis
 - a. Bagi Peneliti dapatlah kiranya menambah pengetahuan, wawasan dan informasi serta melatih diri berfikir secara ilmiah tentang hal-hal yang berhubungan dengan produk dan pembiayaan di BMT Sidogiri kecamatan Paiton.
 - b. Sebagai penyaluran pada lembaga syariah membuktikan kesesuaian antar teori-teori yang ada dengan praktik yang sesungguhnya terjadi.
2. Praktis
 - a) Dapat dijadikan sebagai rujukan bagi lembaga keuangan syariah khususnya BMT Sidogiri kecamatan Paiton

- b) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan pemahaman tentang praktik akuntansi terhadap transaksi yang terjadi pada Lembaga Keuangan Syariah.



F. Definisi Konsep

Untuk menghindari kesalahan pembaca dalam memahami istilah yang terdapat dalam penelitian ini, maka perlu adanya penegasan beberapa istilah yang terkait dengan judul :

1. Analisis adalah sifat uraian, penguraian, kupasan.³²
2. Pengaruh Keputusan Nasabah.

Pengaruh merupakan daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Keputusan yaitu suatu pilihan yang diambil. Sedangkan Nasabah dalam kamus umum bahasa Indonesia nasabah yaitu orang yang bis berhubung dengan atau menjadi pelanggan bank.³³ Menurut kamus perbankan, nasabah adalah orang atau badan usaha yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank. Jadi yang dimaksud nasabah dalam judul ini adalah seseorang yang berhubungan dengan BMT Sidogiri kecamatan Paiton.

3. Pembiayaan adalah bentuk akad ketika Bank Syariah (BPRS, BMT ataupun Lembaga Keuangan Syariah lainnya) sebagai shahibul maal memberikan pembiayaan kepada mudharib (orang yang meminjam) yang kemudian menyalurkan pembiayaan dengan akad murabahah kepada nasabah.

³² Pius A Partantodan M. Dahlan Al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola, 2001), 29.

³³ W.J.S. Poerwadarminta, *kamus umum bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2011), 795.

Harga pokok diketahui bersama dengan harga jual berdasarkan kesepakatan bersama.

Selisih harga pokok dengan harga jual merupakan margin BMT Sidogiri kecamatan Paiton.

G. Penelitian Terdahulu

1. Febrina Mahliza pada tahun 2011 dengan judul : *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Realisasi Pembiayaan Murabahah Untuk Usaha Mikro Agribisnis Sektor Perdagangan (Studi Kasus KBMT Bil Barkah, Bogor)”* Jurusan Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.³⁴ Hasil penelitian ini adalah karakteristik nasabah pembiayaan *murabahah* di KBMT Bil Barkah dilihat berdasarkan usia, jenis kelamin, jumlah tanggungan keluarga, lama pendidikan, lama usaha, pendapatan usaha bersih per bulan, frekuensi pinjaman, dan agunan. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi realisasi pembiayaan *murabahah* untuk usaha mikro agribisnis sektor perdagangan di KBMT Bil Barkah pada tingkat kepercayaan 90% adalah lama pendidikan, lama usaha, pendapatan bersih usaha perbulan, dan agunan.
2. Asep Syawaludin pada tahun 2014 dengan judul : *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah Ba’i Bitsamanil Ajil”* Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro,

³⁴ Febrina Mahliza, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Realisasi Pembiayaan Murabahah Untuk Usaha Mikro Agribisnis Sektor Perdagangan (Studi Kasus KBMT Bil Barkah, Bogor)*, Skripsi (Institut Pertanian Bogor, Jurusan Ekonomi dan Manajemen, 2011).

Semarang.³⁵ Penelitian ini menggunakan data primer melalui wawancara dan daftar pertanyaan yang telah disiapkan dengan mengambil 60 responden dari anggota BMT Bina Umat Mandiri kota Tegal.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier OLS.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, agunan berpengaruh positif terhadap pembiayaan murabahah tetapi tidak signifikan, margin berpengaruh negatif terhadap pembiayaan murabahah, dan jarak berpengaruh negatif terhadap pembiayaan murabahah.

3. Hesti Yulinda Purna Lestari pada tahun 2016 dengan judul : *“Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada BMT Al Halim Temanggung”* Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.³⁶ Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh promosi, salesmanship, pengetahuan produk, dan word of mouth guna mempengaruhi keputusan pengambilan pembiayaan pada BMT Al Halim Temanggung. Penelitian dilakukan dengan mengambil sample menggunakan teknik purposive sampling, yaitu nasabah BMT Al Halim Temanggung.

³⁵ Asep Syawaludin, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembiayaan Murabahah Ba’i Bitsamanil Ajil*. Skripsi (Universitas Diponegoro, Semarang, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2014).

³⁶ Hesti Yulinda Purna Lestari, *Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada BMT Al Halim Temanggung*. Skripsi (Universitas Diponegoro Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2016).

Jawaban responden terhadap pertanyaan tertutup dianalisis dengan metode Regresi Linier Berganda yang menggunakan program SPSS.

Setelah peneliti melakukan penelusuran kepustakaan untuk mengetahui hasil-hasil penelitian terdahulu yang erat kaitannya dengan masalah yang kami teliti, ditemukan beberapa hasil penelitian

Persamaan skripsi penelitian dengan penelitian terdahulu di atas yaitu sama-sama meneliti tentang pembiayaan murabahah. Akan tetapi, perbedaan skripsi ini dengan penelitian terdahulu adalah bahwa skripsi ini lebih memfokuskan kepada pembahasan keputusan pengambilan nasabah dalam produk murabahah. seperti faktor ekonomi masyarakat, tempat dan pelayanannya. Agar hasil penelitian sesuai dengan harapan maka penelitian harus meneliti di BMT Sidogiri kecamatan Paiton tersebut berada di desa Karanganyar Paiton Probolinggo tepatnya di lingkungan pesantren Sidogiri.