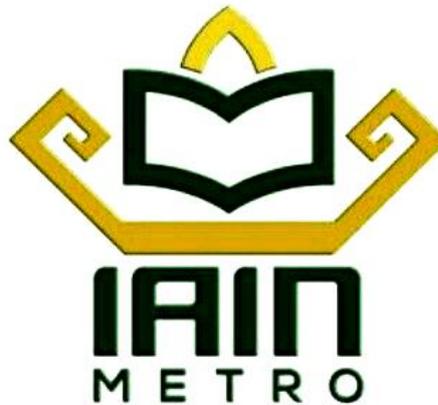


SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH TERHADAP PILIHAN
PEMBIAYAAN MURABAHAH
DI BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG
LAMPUNG TIMUR**

**Oleh:
NURUL KHASANAH
NPM. 141270510**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO
1440 H / 2019 M**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH TERHADAP PILIHAN
PEMBIAYAAN MURABAHAH
DI BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG
LAMPUNG TIMUR**

Diajukan Untuk memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :
NURUL KHASANA
NPM. 141270510

Pembimbing I : Nizaruddin, S.Ag.,MH
Pembimbing II : Wahyu Setiawan, M.Ag.

**JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO
1440 H / 2019 M**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH TERHADAP PILIHAN
PEMBIAYAAN *MURABAHAH* DI BPRS AMAN
SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR.

Nama : **Nurul Khasanah**
NPM : 141270510
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah disetujui untuk di munaqosyahkan dalam sidang munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

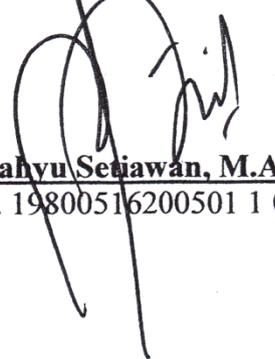
Metro, Januari 2019

Pembimbing I



Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP.19740302199903 1 001

Pembimbing II



Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516200501 1 008



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507 Faksimail (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI
No. 0344 / In. 28.3 / D / PP. 00.9 / 01 / 2019

Skripsi dengan Judul: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH TERHADAP PILIHAN PEMBIAYAAN MURABAHAH DI EFRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR, disusun oleh Nurul Khasanah, NPM. 141270510, Jurusan S1 Perbankan Syariah telah dimunaqosyahkan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jumat/18 Januari 2019.

TIM PENGUJI

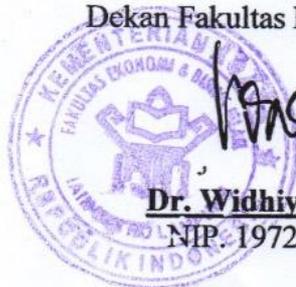
Ketua / Moderator : Nizaruddin, S.Ag.,MH. (.....)

Penguji I : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH. (.....)

Penguji II : Wahyu Setiawan, M.Ag. (.....)

Sekretaris : Upia Rosmalinda, MEI. (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
TERHADAP PILIHAN PEMBIAYAAN MURABAHAH
DI BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR

Oleh:
NURUL KHASANAH

Dari sejak awal perkembangan perbankan syariah di Indonesia, pembiayaan yang paling besar disalurkan oleh perbankan syariah adalah pembiayaan *murabahah*, dari sisi pembiayaan akad *murabahah* lebih mendominasi pembiayaan tersebut. *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Pada kenyataannya BPRS Aman Syariah menawarkan begitu banyak produk layanan yang sangat memanjakan para nasabahnya. Namun masyarakat lebih condong memilih pembiayaan *murabahah*. Hal yang perlu diketahui pertama kali adalah faktor – faktor yang mempengaruhi pembiayaan *murabahah* baik dari sisi internal maupun eksternal bank. Hal ini menjadi daya tarik peneliti. Sesungguhnya apa yang menarik dari produk pembiayaan *murabahah* yang dimiliki Bank Aman Syariah sehingga banyak nasabah yang memilih menggunakan pembiayaan *murabahah*.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode wawancara, metode dokumentasi, dan metode observasi. Wawancara dilakukan terhadap direktur, marketing lending, dan nasabah pembiayaan *murabahah*, metode dokumentasi yaitu diperlukan untuk mengetahui struktur organisasi dan tugas-tugas karyawan. Metode observasi dilakukan untuk mengamati kinerja atau operasional yang ada di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

Pada hasil penelitan terdapat dua (2) faktor yang menjadi pertimbangan konsumen memilih pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah, faktor tersebut yakni faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal meliputi sosial, produk, promosi, harga dan pelayanan. Sedangkan faktor internal meliputi faktor sikap dan keyakinan.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NURUL KHASANAH
Npm : 141270510
Jurusan : S1 PERBANKAN SYARIAH
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 18 Januari 2018

Yang menyatakan



NURUL KHASANAH
NPM. 141270510

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦) فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ (٧)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”

(Q.S. Al Insyirah 6 – 7)¹

¹Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Diponegoro:CV Penerbit, 2006), h. 104.

PERSEMBAHAN

Puji syukur tak terhingga atas Rahmat yang telah dianugerahkan Allah SWT hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Ku persembahkan karya ini untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Jumadi dan Ibu Roviah atas segala pengorbanan, kasih sayang dan dukungan serta do'a tulus yang tiada henti dan takkan pernah padam sepanjang masa, terimakasih karena kalian adalah orang tua yang luar biasa.
2. Bapak Nizaruddin, S.Ag.,MH. sebagai dosen pembimbing I yang selalu mendukung, memberikan kritikan dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Wahyu Setiawan, M.Ag. sebagai dosen pembimbing II yang selalu mendukung, memberikan kritikan dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Adikku yang ku sayangi Bella Puspita Sari yang selalu menghadirkan kasih sayang dan semangat.
5. Sahabat-sahabatku Ahmadi Nur Fathon, Sri Ariyani, Mawadah Ramadhana, Nur Anisa, Dea Khanifah Amatullah, KPM GSK Squad, Teman-teman PPL, Cactus Production dan teman-teman seperjuangan angkatan 2014.
6. Almamater ku tercinta Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Skripsi ini penulis susun untuk dimunaqosyahkan dalam rangka penulisan skripsi di IAIN Metro, atas persetujuan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Bapak Nizaruddin, S.Ag.,MH selaku pembimbing I yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi.
4. Bapak Wahyu Setiawan, M.Ag selaku pembimbing II yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama penulis menempuh pendidikan.
6. Pemimpin dan karyawan perpustakaan dan institut yang telah memberikan informasi, data, referensi, dan lain-lain.
7. Kepada BPRS Aman Syariah Sekampung serta nasabah BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian.
8. Rekan-rekan S1 Perbankan Syariah yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Atas segala bantuan dan bimbingan dari semua pihak, peneliti ucapkan terima kasih semoga Allah SWT akan membalas segala budi baik dan jasa-jasa mereka. Amin.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan mengenai pembiayaan *murabahah*.

Metro, 18 Januari 2019
Penulis



NURUL KHASANAH
NPM. 141270510

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Penelitian Relevan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Keputusan Nasabah.....	14
1. Pengertian Pengambilan Keputusan	14
2. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan	15
3. Model-model Keputusan Nasabah.....	16
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah	19
B. Pembiayaan <i>Murabahah</i>	25
1. Pengertian <i>Murabahah</i>	25
2. Jenis-Jenis Pembiayaan <i>Murabahah</i>	27
3. Dasar Hukum <i>Murabahah</i>	29
4. Akad dan Jenis Pembiayaan <i>Murabahah</i>	31
5. Rukun dan Syarat Pembiayaan <i>Murabahah</i>	32
6. Implementasi <i>Murabahah</i> dalam Lembaga Keuangan Syariah	34

7. Perhitungan dan Margin <i>Murabahah</i>	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	39
B. Sumber Data	40
C. Metode Pengumpulan Data	41
D. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	44
1. Sejarah Singkat Berdirinya BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur	44
2. Visi dan Misi PT BPRS Aman Syariah Sekampung.....	45
3. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah Sekampung .	46
B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan <i>Murabahah</i>	49
C. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan <i>Murabahah</i>	55
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Alat Pengumpul Data
2. Out Line
3. Bimbingan Konsultasi
4. Surat Tugas
5. Izin Research
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Bimbingan Skripsi
8. Nota Dinas
9. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Islam disebut dengan bank syariah, adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Quran dan hadis. Adapun bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariat Islam adalah bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.²

Bank syariah sudah cukup lama berdiri di Indonesia. Bank syariah yang pertama berdiri di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang didirikan pada tahun 1992, kemudian diikuti oleh Bank Syariah Mandiri tahun 1999 hingga Bank Syariah Mega tahun 2004. Jumlah Bank Syariah yang terus bertambah ini cukup menggembirakan karena menambah kemampuan pemerintah dalam meningkatkan perekonomian nasional dan mengurangi angka kesenjangan ekonomi dengan konsep syariah yang diterapkan. Walaupun perkembangannya sedikit terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara Muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang.³

²Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), h. 15

³Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 25.

Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia dewasa ini semakin pesat ditetapkan Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah dan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan dan Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 4/1/PBI/2002 Tahun 2002 menandai babak baru sejarah perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Undang-undang dan peraturan tersebut mengandung konsekuensi bahwa pemerintah berkewajiban melakukan pembinaan, sosialisasi, dan pengembangan perbankan syariah. Selain itu undang-undang tersebut juga memberikan definisi baru dengan mengganti istilah bank “bagi hasil” menjadi bank “syariah” serta memberikan kemudahan bagi beroperasinya bank-bank baru berdasarkan prinsip syariah.⁴

PT. BPRS Aman Syariah merupakan salah satu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang bergerak dalam usaha jasa keuangan yang terletak di Jalan Raya Sekampung, Sumber Gede, Sekampung, Kabupaten Lampung Timur, Lampung. Berdasarkan lokasi tersebut letak Bank Aman Syariah strategis dan pangsa pasar yang mendukung. PT. BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan BPRS merupakan singkatan dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sedangkan Aman Syariah merupakan nama dari badan usaha tersebut. PT. BPRS Bank Aman Syariah merupakan badan usaha dalam bidang perbankan syariah yaitu mengenai pembiayaan dan simpanan dengan prinsip Syariah. Dalam operasioanalnya PT. BPRS Aman Syariah

⁴M. Firdaus. NH (ed), *Sistem dan Mekanisme Pengawasan Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), h. 33

Sekampung dikelola oleh Direksi dan jajaran karyawan, diawasi oleh Dewan Komisaris serta Dewan Pengawas Syariah (DPS).⁵

Dalam operasioanalnya PT. BPRS Aman Syariah Sekampung memiliki produk-produk penghimpunan dana dan pembiayaan. Produk penghimpunan dana antara lain: Produk Pendanaan yaitu tabungan khusus *wadiah* (TAWA), tabungan *mudharabah* (TAMBAH), dan deposito *mudharabah*. Sedangkan dari produk penempatan dana masyarakat (Pembiayaan) yaitu pembiayaan dengan transaksi jual beli meliputi *murabahah*, *istishna*, *salam*, *ijarah*, multi jasa. Pembiayaan dengan bagi hasil meliputi *mudharabah*, *musyarakah*. Sedangkan produk pembiayaan PT. BPRS Aman Syariah lainnya berdasarkan prinsip Rahn, Qard, Qardhul hasan. Tabungan *Wadiah* (TAWA), Tabungan Idul Fitri (TIFI), dan *Deposito Mudharabah*. *Murabahah* (Jual Beli), *Mudharabah* (Bagi Hasil), *Musyarakah* (Bagi Hasil), *Al-Ijarah* (Sewa), dan *Hiwalah* (Talangan).⁶

Bank syariah memiliki karakteristik produk yang berbeda dengan produk bank konvensional, mulai dari prinsip yang mendasarinya, transaksi akad yang digunakan, produk pembiayaan, akad pembiayaan, dan lain sebagainya. Bank syariah mempunyai produk *Funding* dan *Lending* seperti *wadiah*, *musyarakah*, *mudharabah*, *muzara'ah*, *murabahah*, *ba'i assalam*, *ba'i istishna'*, *ijarah*, *wakalah*, *kafalah*, *hawalah* dan *rahn*.

Dari sejak awal perkembangan perbankan syariah di Indonesia, pembiayaan yang paling besar disalurkan oleh perbankan syariah adalah pembiayaan *murabahah*, dari sisi pembiayaan akad *murabahah* lebih mendominasi

⁵Dokumentasi PT. BPRS AMAN Syariah Sekampung Lampung Timur

⁶Dokumentasi PT. BPRS AMAN Syariah Sekampung Lampung Timur

pembiayaan tersebut. *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Sedangkan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional yang dimaksud dengan *murabahah* adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.⁷

Murabahah merupakan pembiayaan saling menguntungkan yang dilakukan oleh *shahibul maal* dengan pihak yang membutuhkan melalui transaksi jual beli dengan penjelasan bahwa harga pengadaan barang dan harga jual terdapat nilai lebih yang merupakan keuntungan.⁸ *Murabahah* juga merupakan salah satu skim fiqih yang paling populer digunakan oleh perbankan syariah.⁹

Prinsip *murabahah* banyak diterapkan dalam pembiayaan pengadaan barang konsumtif dan investasi. Skema ini paling banyak digunakan karena sederhana. Skema pembiayaan *murabahah* sangat berguna bagi seseorang yang membutuhkan barang secara mendesak tetapi kekurangan dana. Pembelian barang tersebut dapat dibayar secara tunai, cicilan, atau tangguhan, sesuai kemampuan keuangan pembeli. Namun, pada umumnya nasabah memilih metode pembayaran

⁷Sofyan S. Harahap, Wiroso, M.Yusuf, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2010), h. 111

⁸Habib Adjie dkk, *Akta Perbankan Syariah*, (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2011), Cet. ke-1, h. 71.

⁹Adiwarman A. Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), Cet. ke-8, h. 113.

secara cicilan.¹⁰ Landasan hukum akad *murabahah* yakni firman Allah dalam Q.S Al- Baqarah (2) : 275¹¹

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا
إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا

Artinya:

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

Beberapa strategi perlu dilakukan oleh perbankan syariah dalam upaya menjaga pertumbuhan produk pembiayaan *murabahah*. Salah satunya dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Keberhasilan suatu perbankan syariah berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu dengan *marketing mix* (bauran pemasaran). Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan seperti produk, *price*, *promotion*, *place* yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.¹² Penerapan strategi pemasaran yang tepat dan efektif dapat mendorong minat nasabah dalam menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perbankan syariah.

Dalam upaya memperkenalkan produk pembiayaan *murabahah* dan menarik minat masyarakat, strategi promosi bank merupakan faktor yang perlu diperhatikan bagi bank. Promosi yang menarik dan efektif akan mampu menarik minat nasabah menggunakan produk dan jasa pelayanan bank. Promosi adalah

¹⁰Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2005), Cet. ke-1, h. 423.

¹¹Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Diponegoro: CV Penerbit, 2006), h. 36

¹²Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 14.

kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga dan tempat, serta inilah yang paling sering diidentikkan sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit.¹³ Tanpa promosi nasabah tidak akan mengenal dan mengetahui suatu bank maupun produk-produk yang dimilikinya. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling utama untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Kualitas pelayanan kepada nasabah juga sangat penting, adapun pelayanan nasabah adalah rangkaian sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau komunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tak langsung.¹⁴ Dengan demikian kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas bank yang baik dan memuaskan akan memberikan rasa kepercayaan nasabah kepada bank syariah.

Prosedur untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Sekampung tidaklah terlalu sulit. Masyarakat yang ingin menjadi nasabah *murabahah* tinggal mendaftarkan diri ke BPRS Aman Syariah Sekampung yang kemudian ditindak lanjuti oleh pihak BPRS Aman Syariah dengan survei ketempat tinggal pemohon. Apabila disetujui, maka BPRS Aman Syariah akan segera mencairkan dana *murabahah* kepada pemohon dalam bentuk uang tunai atau barang yang dibutuhkan oleh pemohon.

¹³ *Ibid*, h. 169.

¹⁴ *Ibid*, h. 212.

Tabel 1.1
Laporan Publikasi Triwulan
Neraca
Tahun 2016 – Juni 2018
PT. BPRS Aman Syariah

(Ribuan rupiah)

Akad	2016	2017	Juni 2018
Mudharabah	203.680	391.157	868.426
Musyarakah	1.250.000	0	0
Murabahah	7.736.774	6.871.350	7.732.587
Salam	0	0	0
Istishna	0	0	0
Ijarah	0	0	0
Qardh	0	0	0
Multijasa	1.473.269	2.090.970	2.145.384
Total	10.663.723	9.353.477	10.746.397

Sumber: Statistik Laporan Keuangan BPRS Aman Syariah, 2018¹⁵

Berdasarkan data Tabel 1.1 terlihat bahwa pembiayaan yang paling banyak dilakukan oleh nasabah adalah pembiayaan *murabahah* pada tahun 2018 sebanyak Rp. 7.732.587.000 mengalami kenaikan sebesar 12,5 %. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan masyarakat akan kebutuhan modal kerja, investasi dan konsumsi juga meningkat. Masyarakat menyadari akan pentingnya keberadaan BPRS Aman Syariah dalam meningkatkan ekonomi baik untuk menyimpan atau melakukan pembiayaan.

Berdasarkan hasil wawancara pra survei yang penulis lakukan dengan pihak direktur bahwa selama 3 tahun terakhir ada 896 nasabah yang menggunakan pembiayaan *murabahah*. Dan setiap tahunnya mengalami kenaikan dari 303 nasabah pada tahun 2016 bertambah lagi menjadi 590 pada tahun 2017, dan pada tahun 2018 menjadi 896 nasabah yang menggunakan pembiayaan *murabahah* di Bank Aman Syariah yaitu untuk modal kerja, investasi dan konsumsi. Sedangkan

¹⁵<https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/laporan-keuangan-perbankan/default.aspx#>

keunggulan pembiayaan *murabahah* dengan pembayaran tangguh (ditunda) adalah pertama, pembeli mengetahui semua biaya (*cost*) yang semestinya serta mengetahui harga pokok barang dan keuntungan (*mark up*). Kedua, *murabahah* relatif lebih mudah dan lebih tidak berisiko dibanding dengan pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah*.¹⁶

Pada kenyataannya BPRS Aman Syariah menawarkan begitu banyak produk layanan yang sangat memanjakan para nasabahnya. Namun masyarakat lebih condong memilih pembiayaan *murabahah*. Hal yang perlu diketahui pertama kali adalah faktor – faktor yang mempengaruhi pembiayaan *murabahah* baik dari sisi internal maupun eksternal bank.

Selain faktor internal, pembiayaan *murabahah* juga banyak dipengaruhi oleh faktor eksternal. Adapun faktor internalnya yaitu motivasi, sikap dan keyakinan. Sedangkan faktor eksternalnya yaitu sosial, produk, harga, promosi, tempat, dan pelayanan. Faktor eksternal dalam penelitian ini adalah banyak persaingan dengan lembaga keuangan lainnya yang memiliki lokasi yang strategis serta kantor yang tersebar dimana-mana, ditambah dengan berbagai fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dibandingkan dengan BPRS Aman Syariah Sekampung tidak memiliki kantor cabang sehingga cakupan wilayah nasabah pembiayaan masih terbatas.

Hal ini menjadi daya tarik peneliti, sejauh mana keputusan nasabah terhadap pemilihan pembiayaan *murabahah*, sesungguhnya apa yang menarik dari produk pembiayaan *murabahah* yang dimiliki Bank Aman Syariah sehingga

¹⁶Wawancara dengan Bapak Sugiyanto, S.E., Direktur Bank Aman Syariah, Pra Survey pada tanggal 14 Mei 2018

banyak nasabah yang memilih menggunakan pembiayaan *murabahah*. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul penelitian **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH TERHADAP PILIHAN PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah : “Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pilihan pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur?”

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan pertanyaan penelitian seperti yang dikemukakan di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan *Murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan memberikan manfaat tidak hanya bagi penulis, tetapi juga bagi pihak-pihak lain. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pilihan pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengalaman serta memberi masukan dan informasi bagi semua pihak, khususnya bagi BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

D. Penelitian Relevan

Penelitian ini dilakukan oleh NURUL KHASANAH dengan judul FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH TERHADAP PILIHAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH* DI BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR. Dalam penelitian ini akan membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah*.

Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan atau topik penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti akan memaparkan beberapa karya ilmiah terkait dengan pembahasan peneliti diantaranya:

1. Skripsi yang ditulis oleh Chitra Dwiratih Aviza dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mitra Dalam Memilih Menggunakan Produk Murabahah Di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok”. Penelitian ini bersifat kuantitatif menggunakan pengolahan data dengan analisis faktor, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi mitra

dalam memilih menggunakan produk pembiayaan murabahah di BMT Madani Cimanggis Depok adalah faktor referensi, faktor produk, faktor pelayanan, faktor syariah, dan faktor kebutuhan. Dari 5 faktor yang terbentuk terdapat 1 faktor yang paling mempengaruhi keputusan mitra dalam memilih menggunakan produk pembiayaan *murabahah* di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok, yaitu faktor referensi karena memiliki nilai korelasi yang cukup tinggi karena diatas angka 0,5.¹⁷

2. Skripsi yang ditulis oleh Ikhsan Budiyanto dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* Di BPRS BDS Yogyakarta”. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk *murabahah* di BPRS BDY Yogyakarta. Dengan variabel produk, promosi, tempat, pelayanan, dan syariah. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 60 responden.¹⁸
3. Skripsi yang ditulis oleh Tuti Dwi Jayanti dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pembiayaan *Murabahah* Pada BMT Cendrawasih Kota Metro”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Dalam pengumpulan data ini,

¹⁷Chitra Dwiratih Aviza, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mitra Dalam Memilih Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* Di Bmt Berkah Madani Cimanggis Depok”. Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

¹⁸Ikhsan Budiyanto, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* Di Bprs Bds Yogyakarta”. Skripsi Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari’ah dan Hukum, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015).

akan diketahui bagaimana pengaruh tingkat keuntungan dalam pembiayaan *murabahah* terhadap pendapatan pada BMT Cendrawasih Metro.¹⁹

Berdasarkan ketiga penelitian tersebut terdapat beberapa perbedaan dari tiap-tiap penelitiannya, yang pertama penelitian yang dilakukan oleh Chitra Dwiratih Aviza berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu pada penelitian ini bersifat kuantitatif dan berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi mitra dalam memilih menggunakan produk pembiayaan murabahah di BMT Madani Cimanggis Depok adalah faktor referensi, faktor produk, faktor pelayanan, faktor syariah, dan faktor kebutuhan. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan bersifat kualitatif dan berfokus pada faktor Produk (*product*), Harga (*price*), Tempat/lokasi (*place*), Promosi (*promotion*), dan Kualitas Pelayanan.

Kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ikhsan Budiyanto berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu pada penelitian ini bersifat kuantitatif dan bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk *murabahah* di BPRS BDY Yogyakarta. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan bersifat kualitatif dan berlokasi di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

Ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Tuti Dwi Jayanti dalam penelitiannya beliau meneliti tentang pengaruh tingkat keuntungan dalam pembiayaan *murabahah* terhadap pendapatan pada BMT Cendrawasih Metro,

¹⁹Tuti Dwi Jayanti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pembiayaan *Murabahah* Pada Bmt Cendrawasih Kota Metro". Skripsi Program Diploma Tiga Perbankan Syariah Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam, (STAIN Jurai Siwo Metro, 2014)

sedangkan peneliti ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan *murabahah*. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa skripsi yang penulis teliti berbeda dengan penelitian yang sudah diteliti sebelumnya khususnya di IAIN Metro.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Keputusan Nasabah

1. Pengertian Pengambilan Keputusan

Keputusan (*decision*) berarti pilihan (*choice*), yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Namun, ia hampir tidak merupakan pilihan antara yang benar dan yang salah, tetapi yang justru sering terjadi ialah pilihan antara yang “hampir benar” dan yang “mungkin salah”.²⁰ Secara formal, pengambilan keputusan adalah sesuatu proses untuk memilih salah satu cara atau arah tindakan dari berbagai alternatif yang ada demi tercapainya hasil yang diinginkan.²¹

Menurut George R. Terry mengambil keputusan ialah memilih alternatif dari dua atau beberapa alternatif yang ada untuk menentukan arah tujuan yang ingin dicapai, alternatif-alternatif tersebut dapat berupa suatu kondisi fisik, atau usaha-usaha yang kreatif, atau tempat menghimpun pemikiran, perasaan dan pengetahuan untuk melaksanakan suatu tindakan.²²

Menurut Irham Fahmi keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.²³

Dari pendapat di atas dapat dipahami bahwa keputusan sebagai sesuatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Untuk melakukan suatu keputusan orang akan melalui suatu proses tertentu, demikian pula pada

²⁰J. Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategik*, (Jakarta : PT. Grasindo, 1996), h. 34.

²¹Febrina Sari, *Metode Dalam Pengambilan Keputusan*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2015), h. 170.

²²George R, Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*, diterjemahkan oleh J.Smith.D.F.M, Guide to Manajeemn, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 34.

²³ Irham Fahmi, *Etika bisnis teori, kasus dan solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 38.

hal keputusan memilih produk atau merek, mereka akan melaksanakan proses terlebih dahulu mungkin karena mereka tidak ingin menanggung resiko yang besar apabila memilih produk tersebut, sehingga mereka akan penuh dengan pertimbangan-pertimbangan.

2. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan

Nasabah sebelum mengambil keputusan pembelian biasanya melalui lima tahapan, yaitu:

- a. Pengenalan kebutuhan. Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan dia yang nyata dengan keadaan yang diinginkan.
- b. Pencarian informasi nasabah. Meliputi pencarian sumber-sumber informasi oleh nasabah. Proses informasi dilakukan secara selektif; nasabah memilih informasi yang paling relevan bagi *benefit* yang dicari dan sesuai dengan keyakinan dan sikap mereka. Memproses informasi meliputi aktivitas mencari, memperhatikan, memahami, menyimpan dalam ingatan, dan mencari tambahan informasi.
- c. Evaluasi alternatif. Nasabah akan berupaya untuk mengurangi perasaan ketidakpastian tersebut. Mereka mungkin akan membaca iklan-iklan. Pencarian informasi dapat bersifat internal maupun eksternal. Pencarian internal merupakan aktifitas kognitif yang berkaitan dengan upaya mengeluarkan informasi yang tersimpan di dalam ingatan. Sedangkan pencarian eksternal yaitu pengumpulan informasi dari sumber-sumber di luar ingatan mungkin memerlukan waktu, upaya dan uang.

- d. Keputusan pembelian. Seorang calon nasabah harus mengambil keputusan pembelian. Keputusan tersebut mungkin dapat berupa tidak memilih salah satu alternatif yang tersedia.
- e. Konsumsi pascapembelian dan evaluasi. Dengan asumsi bahwa pengambilan keputusan juga sekaligus merupakan pemakaian, maka persoalan kepuasan dari pembelian atau ketidakpuasan dari pembelian tetap akan ada.²⁴

Konsep di atas menjelaskan tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan yaitu melakukan pengenalan kebutuhan, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, konsumsi pascapembelian dan evaluasi, serta dapat memenuhi keinginan nasabah sehingga ada kepuasan bagi nasabah.

3. Model Keputusan Nasabah

Model keputusan yang merupakan urutan-urutan proses yang lazim dijalani oleh setiap individu nasabah ketika mengambil keputusan. Urutan-urutan tersebut menurut Sciffman dan Kanuk, meliputi masuk (*input*), proses (*process*) dan luaran (*output*).²⁵

a. Input

Komponen *input* merupakan pengaruh-pengaruh eksternal sebagai sumber informasi tentang produk tertentu dan mempengaruhi nilai yang berhubungan dengan produk, sikap dan perilaku nasabah. Input yang utama adalah kegiatan bauran-bauran pemasaran dan pengaruh sosial

²⁴Sudaryono, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*, (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014), h. 218-221.

²⁵Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 195.

budaya.

1) Input Pemasaran

Aktivitas-aktivitas pemasaran merupakan usaha-usaha langsung untuk menjangkau, menginformasikan dan membujuk nasabah agar membeli dan menggunakan produk tertentu. Usaha tersebut meliputi lima 'P' atau bauran pemasaran, yaitu: *Product* (Produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), dan pelayanan.

2) Pengaruh Sosial Budaya

Lingkungan sosial budaya yang dimaksud antara lain: keluarga, sumber informasi, sumber non komersial, kelas sosial, budaya dan subbudaya.²⁶

b. Proses

Komponen proses memperhatikan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan. Pengaruh-pengaruh internal yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap. Proses pengambilan keputusan oleh seorang nasabah terdiri dari tiga tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian pra beli, serta evaluasi terhadap alternatif.

1) Sadar akan kebutuhan: Nasabah menyadari akan adanya kebutuhannya ketika menghadapi suatu masalah.

2) Pencarian pra beli: pencarian pra beli dimulai ketika nasabah mempersepsi suatu kebutuhan yang mungkin bisa terpuaskan dengan

²⁶ *Ibid.*

membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Nasabah berada pada tingkat ini jika ia merasa memerlukan informasi yang akan digunakan sebagai dasar menentukan pilihan produk.

- 3) Evaluasi terhadap alternatif: Ketika mengevaluasi alternatif-alternatif yang potensial, nasabah cenderung mempergunakan dua tipe informasi yaitu merek yang mereka rencanakan untuk dipergunakan dalam memilih dan kriteria yang akan digunakan untuk mengevaluasi tiap-tiap merek.²⁷

Jadi dalam model keputusan nasabah suatu proses pengambilan keputusan merupakan sesuatu hal yang penting. Proses pengambilan keputusan akan melewati tahap hingga sampai pada titik yang diinginkan oleh nasabah.

c. Output

- 1) Keputusan Nasabah Beli/Tidak Beli: Keputusan nasabah bisa berupa beberapa kemungkinan, yaitu membeli, menunda membeli atau tidak membeli. Menunda membeli mungkin disebabkan oleh beberapa pertimbangan, antara lain belum merasa yakin terhadap produk yang akan dibeli atau ada faktor-faktor lain.²⁸
- 2) Evaluasi pasca beli: Analisis pasca beli yang dilakukan oleh nasabah mungkin tergantung pada kepentingan dari keputusan tentang produk dan pengalaman yang diperoleh dalam menggunakan produk yang

²⁷Ristiyanti Prasetijo & Jhon J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h. 231.

²⁸Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen.*, h. 215.

bersangkutan.²⁹ Keputusan nasabah untuk membeli membawa implikasi yang sangat dinantikan oleh para penjual. Nasabah yang membeli sebuah produk akan menikmati, menggunakan atau mengkonsumsi dan mengalami hal-hal yang kurang menyenangkan akan menceritakan ketidak puasannya tersebut kepada teman, kerabat atau bahkan orang lain. Sebaliknya apabila nasabah merasa puas dan menyenangkan, maka akan menceritakan kepuasannya tersebut kepada teman, kerabat dan orang lain. Dengan demikian evaluasi pasca beli memilih implikasi yang sangat luas baik bagi nasabah maupun bagi para produsen.³⁰

Setelah semua proses terlewati, maka nasabah akan berada pada titik akhir. Nasabah tersebut harus menentukan jawaban ya atau tidak dalam pengambilan keputusannya.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Beberapa faktor dasar yang mempengaruhi keputusan Nasabah, terdapat sejumlah faktor eksternal dan faktor internal yang memberikan pengaruh pada keputusan nasabah.³¹ Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah :

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi berasal dari luar diri manusia. Faktor tersebut diantaranya:

²⁹Ristiyanti Prasetijo & Jhon J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen.*, h. 234.

³⁰Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen.*, h. 216.

³¹Supranto, Nandan Iimakrisna, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran (Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis)*, Edisi 2, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), h. 17

1) Sosial

Faktor sosial adalah salah satu faktor dinamik yang memiliki pengaruh sangat signifikan terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peranan dan status. Yang dimaksud kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang.³²

Jadi, faktor sosial dan budaya tersebut sangat berkaitan erat dalam mempengaruhi minat nasabah, sebab budaya dan sosial berhubungan satu sama lainnya dalam menentukan keputusan nasabah.

2) Produk (*product*)

Produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*) yang mencakup warna, harga, kemasan, prestise dan pelayanan yang diberikan produsen agar dapat diterima oleh nasabah sebagai kepuasan kebutuhan nasabah.³³

Pada umumnya setiap perusahaan menghasilkan dan memasarkan lebih dari satu jenis produk, sehingga strategi produk merupakan unsur yang paling penting, dengan produk dimaksudkan barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasannya. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari

³² Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 195.

³³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 139 – 140.

perusahaan (lembaga keuangan), mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen.³⁴

Produk yang bersifat tidak berwujud seperti jasa agar dapat diterima pasar, maka produk harus mempunyai kualitas yang tinggi atau produk plus dibandingkan dengan produk pesaing.

3) Harga (*price*)

Pengertian harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar nasabah untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan.³⁵

Jadi, harga (*price*) mempunyai peran penting dalam suatu faktor yang mempengaruhi keputusan seorang nasabah dalam pengambilan keputusannya.

4) Tempat/lokasi (*place*)

Lokasi berhubungan dengan keputusan yang di buat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan karyawannya di tempatkan. Hal yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi adalah:

a) Akses, yaitu kemudahan untuk menjangkau. Misalnya lokasi yang

³⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 211.

³⁵ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 191.

mudah dijangkau sarana transportasi umum.

- b) Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas di tepi jalan.
- c) Lalu lintas (*traffic*), menyangkut pertimbangan banyak orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang seringkali terjadi spontan, tanpa perencanaan, atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
- d) Tempat parkir yang luas, aman, dan nyaman untuk kendaraan.
- e) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- f) Persaingan, yaitu lokasi pesaing.³⁶

Tempat/lokasi (*place*) menjadi hal yang penting dalam suatu pengambilan keputusan nasabah, karena tempat merupakan suatu penentuan nyaman atau tidaknya suatu hal.

5) Promosi (*promotion*)

Menurut Kotler dan Armstrong promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.³⁷

Promosi adalah kegiatan *marketing mix* yang terakhir dan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan

³⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andy Offset, 2002), h. 92.

³⁷ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga. 2012) Edisi 13. Jilid 1, h. 63.

nasabahnya.³⁸ Dengan digunakannya promosi, maka bank dapat menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan menarik calon nasabah yang baru. Terdapat empat sarana promosi yang dapat digunakan oleh bank yaitu:

a) Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya.

Promosi yang menggunakan iklan dapat dilakukan dengan cara:

- (i) Pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategis
- (ii) Pencetakan brosur yang disebar di pusat pembelanjaan
- (iii) Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis³⁹

b) Promosi Penjualan (*sale promotion*)

Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Tujuan adanya promosi penjualan yaitu meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Cara yang digunakan oleh bank untuk melakukan promosi penjualan yaitu:

- (i) Pemberian bunga khusus (*special rate*) untuk jumlah dana yang relatif besar,
- (ii) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu,
- (iii) Pemberian cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan

³⁸Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 246.

³⁹ *Ibid.*, h. 248.

lainnya kepada nasabah yang loyal,

(iv) Dan promosi penjualan lainnya.⁴⁰

Periklanan dan promosi merupakan suatu hal yang harus dilakukan dalam memberi tahu dan membujuk pasar agar perusahaan tersebut dikenal oleh publik.

6) Kualitas Pelayanan

Menurut Kasmir pelayanan (*service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.⁴¹ Pelayanan yang baik juga menjadi salah satu syarat kesuksesan pemasaran suatu produk dalam perusahaan. Pelayanan atau *service* merupakan cara promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh bank, karena jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah baik maka nasabah akan merasa puas dan hasil ini dapat dijadikan alat untuk menarik nasabah lebih banyak lagi.⁴²

Kualitas pelayanan atau *Service Quality* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu layanan yang nyata mereka terima (*Perceived Service*) dengan layanan sesungguhnya diharapkan (*Expected Service*). Sehingga kualitas layanan sering diartikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 216.

⁴² Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), h. 226.

diterima secara nyata oleh nasabah.⁴³

Kualitas pelayanan dibangun atas layanan nyata yang diterima nasabah dan layanan yang diharapkan, keduanya harus seimbang, agar pelayanan dapat terlaksana dengan baik.

b. Faktor Internal

Faktor internal adalah unsur-unsur internal psikologi yang melekat pada setiap individu konsumen. Faktor tersebut diantaranya:

1) Motivasi

Motivasi merupakan keadaan dalam diri individu yang menyebabkan mereka berperilaku dengan cara yang menjamin tercapainya suatu tujuan.⁴⁴ Motivasi meliputi faktor kebutuhan biologis dan emosional melalui pembelian dan penggunaan suatu produk.

2) Sikap dan Keyakinan

Sikap adalah suatu evaluasi atau perasaan dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Sikap menempatkan seseorang kedalam suatu pemikiran untuk menyukai atau tidak menyukai suatu objek. Keyakinan adalah pemikiran yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Keyakinan yang diformulasikan seseorang tentang produk dan jasa tertentu.⁴⁵ Sikap dan keyakinan akan mengarahkan seseorang untuk berperilaku konsisten terhadap produk atau jasa sehingga sikap konsumen untuk memilih suatu produk atau jasa tersebut akan mempengaruhi konsumen

⁴³*Ibid*, h. 185.

⁴⁴Dedi Ismatullah, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014), h. 70.

⁴⁵Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*,. h. 176.

untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Karena sikap dipengaruhi keyakinan, begitu pula sebaliknya keyakinan menentukan sikap.

B. Pembiayaan *Murabahah*

1. Pengertian *Murabahah*

Salah satu skim fiqih yang paling populer digunakan oleh perbankan syariah adalah skim jual-beli *murabahah*. Transaksi *murabahah* ini lazim dilakukan oleh Rasulullah Saw. dan para sahabatnya. Secara sederhana, *murabahah* berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati. Misalnya, seseorang membeli barang kemudian menjualnya kembali dengan keuntungan tertentu. Berapa besar keuntungan tersebut dapat dinyatakan dalam nominal rupiah tertentu atau dalam bentuk persentase dari harga pembeliannya, misalnya 10% atau 20%.⁴⁶

Kata *murabahah* sendiri secara etimologi berasal dari kata *rabiha-yarbahu* yang mempunyai arti untung. Kata *murabahah* berasal dari kata *ribh*, yang berarti perolehan, keuntungan, atau tambahan, yang secara bahasa berbentuk *mutual* yang bermakna saling. Jadi dalam konteks bisnis makna dari kata *murabahah* adalah saling mendapatkan keuntungan.⁴⁷

Al-Mawardi asy-Syafii menyatakan *murabahah* adalah seorang penjual mengatakan, saya menjual pakaian ini secara *murabahah*, di mana saya membeli pakaian ini dengan harga 100 dirham, dan saya menginginkan

⁴⁶Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan.*, h. 113.

⁴⁷Marwini, "Aplikasi Pembiayaan *Murabahah* Produk Kprs Di Perbankan Syari'ah" dalam *Al-Ihkam*, Vol. 8, No. 1, Juni 2013, h. 147.

keuntungan sebesar 1 dirham atas setiap 10 dirham harga beli.⁴⁸

Walaupun dari beberapa definisi *murabahah* yang secara redaksional berbeda, namun pada esensinya mempunyai pengertian yang sama, yaitu transaksi jual beli barang dengan mencantumkan harga pokok pembelian dan ditambah dengan keuntungan (*margin*) yang disepakati dalam transaksi jual-beli tersebut. Dengan demikian, karakteristik dari akad *murabahah* dalam transaksi jual beli pihak bank harus memberitahukan harga pokok kepada nasabah dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut. Penambahan biaya *margin* laba tersebut dapat mencakup apa saja yang dipilih pihak bank untuk dimasukkan kedalam harga.⁴⁹

Jadi, di samping harga pokok suatu barang yang dimasukkan dalam proses transaksinya, pihak bank dapat menambahkan beban tertentu sebagai pengganti seperti resiko.

2. Jenis-jenis Pembiayaan

a. Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1) Pembiayaan produktif

Yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.

Sedangkan menurut keperluannya, pembiayaan produktif dapat dibagi

⁴⁸Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), h. 103-104.

⁴⁹Marwini, “Aplikasi Pembiayaan *Murabahah* Produk Kprs Di Perbankan Syari’ah” dalam *Al-Ihkam*, h. 148.

menjadi dua, yaitu:

a) Pembiayaan modal kerja

Yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan: (a) peningkatan produksi, baik secara kuantitatif, yaitu jumlah hasil produksi, maupun secara kualitatif, yaitu peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi, dan (b) untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* (kegunaan tempat) dari suatu barang.

b) Pembiayaan investasi

Yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal (*capital goods*) serta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu.

2) Pembiayaan konsumtif

Yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.⁵⁰

Dari sifat penggunaannya, pembiayaan *murabahah* bisa digunakan untuk pembiayaan produktif maupun konsumtif. Pembiayaan produktif menurut keperluannya dibagi menjadi dua yaitu pembiayaan modal kerja dan investasi. Sedangkan pembiayaan konsumtif digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi. Tergantung kebutuhan atau permintaan nasabah.

b. Menurut jangka waktunya, dibagi menjadi:

1) Pembiayaan jangka pendek

Pembiayaan yang diberikan dengan jangka waktu maksimal satu

⁵⁰Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), Cetakan I, h.160-161.

tahun. Pembiayaan jangka pendek biasanya diberikan oleh bank syariah untuk membiayai modal kerja yang mempunyai siklus usaha dalam satu tahun dan pengembaliannya disesuaikan dengan kemampuan nasabah.

2) Pembiayaan jangka menengah

Diberikan dengan jangka waktu antara satu tahun hingga tiga tahun. Pembiayaan ini dapat diberikan dalam bentuk pembiayaan modal kerja, investasi, dan konsumsi.

3) Pembiayaan jangka panjang

Pembiayaan yang jangka waktunya lebih dari tiga tahun. Pembiayaan ini pada umumnya diberikan dalam bentuk pembiayaan investasi, misalnya untuk pembelian gedung, pembangunan proyek, pengadaan mesin dan peralatan yang nominalnya besar serta pembiayaan konsumsi yang nilainya besar, misalnya pembiayaan untuk pembelian rumah.⁵¹

Menurut jangka waktunya pembiayaan *murabahah* sering menggunakan pembiayaan jangka menengah dan jangka panjang. Karena pembiayaan *murabahah* adalah skim jual beli dan pada umumnya diberikan untuk pengadaan barang dan jarang nasabah mempunyai siklus usaha dalam satu tahun dan pengembaliannya disesuaikan dengan kemampuan nasabah.

⁵¹Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h.113.

3. Dasar Hukum *Murabahah*

Di dalam hukum *murabahah* terdapat transaksi didasarkan pada Al-Quran yang berbunyi :

a. Dasar dalam Al-Quran

Al-Quran memang tidak pernah secara spesifik menyinggung masalah *murabahah*, namun demikian, dalil diperbolehkan jual beli *murabahah* dapat dipahami dari keumuman dalil diperbolehkannya jual beli. *Murabahah* jelas-jelas bagian dari jual beli, dan jual beli secara umum diperbolehkannya jual beli *murabahah* berdasarkan ayat-ayat jual beli. Di antara ayat-ayat tersebut adalah:

1) Firman Allah dalam surat An-Nisa (4): 29⁵²

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Ayat diatas melarang segala bentuk transaksi yang batil. Di antara transaksi yang dikategorikan batil adalah yang mengandung bunga (riba) sebagaimana terdapat pada sistem kredit konvensional. Berbeda dengan *murabahah*, dalam akad ini tidak ditemukan unsur bunga, namun hanya menggunakan margin. Di samping itu, ayat ini mewajibkan untuk keabsahan setiap transaksi *murabahah* harus berdasarkan prinsip kesepakatan antar para pihak yang dituangkan

⁵² Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, (Jakarta : Al-Huda, 2002), h. 83.

dalam suatu perjanjian yang menjelaskan dan dipahami segala hal yang menyangkut hak dan kewajiban masing-masing.

2) Firman Allah dalam surat Al-Baqarah (2): 275⁵³

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 مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ 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.”

Dalam ayat ini, Allah mempertegas legalitas dan keabsahan jual beli secara umum, serta menolak dan melarang konsep ribawi. Berdasarkan ketentuan ini, jual beli *murabahah* mendapat pengakuan dan legalitas dari syara’, dan sah untuk di opsionalkan dalam praktik pembiayaan bank syariah karena ia merupakan salah satu bentuk jual beli dan tidak mengandung unsur ribawi.

4. Akad dan Jenis Pembiayaan *Murabahah*

Transaksi jual beli dapat dilakukan dengan berbagai cara yakni:

- a. *Murabahah* Berdasarkan Pesanan (*Murabahah to the purchase order*)

⁵³ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Diponegoro:CV Penerbit, 2006), h. 36.

Murabahah ini dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat. Mengikat bahwa apabila telah memesan barang harus dibeli sedangkan tidak mengikat bahwa walaupun telah memesan barang tetapi pembeli tersebut tidak terikat maka pembelian dapat menerima atau membatalkan barang tersebut.

b. *Murabahah* Tanpa Pesanan

Murabahah ini termasuk jenis *murabahah* yang bersifat tidak mengikat. *Murabahah* ini dilakukan tidak melihat ada yang pesan atau tidak sehingga penyediaan barang dilakukan sendiri oleh penjual.⁵⁴

Murabahah berdasarkan pesanan dan *murabahah* tanpa pesanan keduanya merupakan suatu jenis pembiayaan *murabahah* yang harus diperhatikan oleh nasabah.

5. Rukun dan Syarat Pembiayaan *Murabahah*

Rukun jual beli *murabahah* sama halnya dengan jual beli pada umumnya, yaitu adanya pihak penjual, pihak pembeli, barang yang dijual, harga dan akad atau ijab kabul. Sementara syarat jual beli *murabahah* adalah:

Pertama, syarat yang terkait dengan *sigat* atau akad. Akad harus jelas, baik ijab maupun kabul. Dalam akad harus ada kesesuaian antara ijab dan kabul, dan kesinambungan antara keduanya. *Kedua*, syarat sah jual beli *murabahah* yaitu:

- a. Akad jual beli yang pertama harus sah;

⁵⁴Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFEI Usakti, 2009), h. 166.

- b. Pembeli harus mengetahui harga awal barang yang menjadi objek jual beli;
- c. Barang yang menjadi objek jual beli *murabahah* merupakan komoditas *mitsli* atau ada padanannya serta dapat diukur, ditakar, ditimbang atau jelas ukuran, kadar dan jenisnya. Tidak diperbolehkan keuntungan merupakan barang yang sejenis dengan objek jual beli, seperti beras dengan beras, emas dengan emas dan sebagainya;
- d. Jual beli pada akad yang pertama bukan barter barang dengan barang ribawi yang tidak boleh ditukar dengan barang sejenis. Barang ribawi menurut ulama Malikiyah adalah makanan yang dapat memberikan energi, menurut Syafi'iyah adalah semua barang yang dapat dikonsumsi, sementara menurut kalangan Hanafiyah dan Hanbaliyah setiap komoditas yang ditakar dan atau ditimbang. Kalangan ulama dari empat mazhab ini bersepakat bahwa emas dan perak atau barang lain sejenis merupakan barang ribawi. Dengan demikian, barang-barang ribawi tidak dapat diperjualbelikan dengan *murabahah*, misalnya tukar menukar beras dengan beras atau emas dengan emas di mana jumlah salah satu pihak lebih banyak, baik takaran atau timbangannya maka tidak boleh, dan hal ini bukanlah jual beli *murabahah*.
- e. Keuntungan atau laba harus diketahui masing-masing pihak yang bertransaksi, baik penjual maupun pembeli, apabila keuntungan tidak

diketahui oleh pembeli, maka tidak dapat dikatakan sebagai jual beli *murabahah*.⁵⁵

Jadi, dalam rukun jual beli *murabahah* sama halnya dengan jual beli pada umumnya, yaitu adanya pihak penjual, pihak pembeli, barang yang dijual, harga dan akad atau ijab kabul. Sementara syarat jual beli *murabahah* adalah Akad jual beli yang pertama harus sah, harga awal barang yang menjadi objek jual beli, objek jual beli. Jual beli pada akad yang pertama bukan barter barang dengan barang ribawi yang tidak boleh ditukar dengan barang sejenis, keuntungan atau laba harus diketahui masing-masing pihak yang bertransaksi.

6. Implementasi *Murabahah* dalam Lembaga Keuangan Syariah

Murabahah dalam konteks lembaga keuangan syariah adalah akad jual beli antara lembaga keuangan dengan nasabah atas suatu jenis barang tertentu dengan harga yang disepakati bersama. Lembaga keuangan akan mengadakan barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah dengan harga setelah ditambah keuntungan yang disepakati.⁵⁶

Berkaitan dengan akad jual beli tersebut, maka untuk memastikan keseriusan nasabah untuk membeli barang yang telah dipesannya maka lembaga keuangan meminta atau mensyaratkan kepada nasabah atau pembeli untuk membayar uang muka. Setelah uang muka dibayarkan, maka nasabah membayar sisanya secara angsur dengan jangka waktu dan jumlah yang telah disepakati dan ditetapkan bersama. Dalam hal ini jumlah angsuran dan jangka

⁵⁵Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 71-72.

⁵⁶*Ibid.*, h. 80

waktu disesuaikan dengan kemampuan nasabah atau pembeli. Apabila nasabah telat dalam membayar angsuran, maka lembaga keuangan tidak diperkenankan mengambil denda dari nasabah.

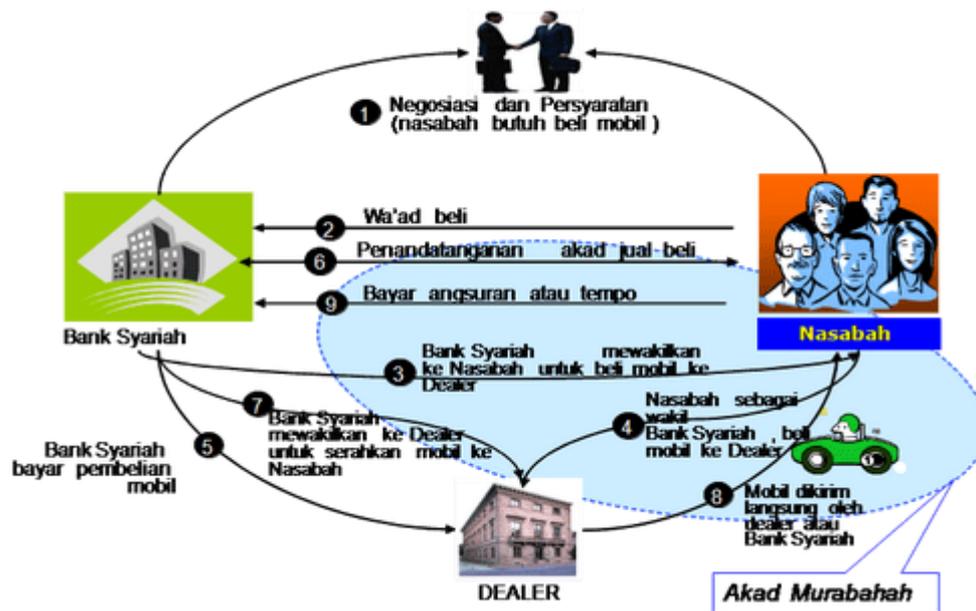
Jual beli murabahah dalam praktik lembaga keuangan syariah biasanya disertai dengan akad wakalah. Wakalah di mana setelah nasabah menjadi wakil dari lembaga keuangan untuk mencari dan membeli barang yang sesuai dengan spesifikasi yang diajukan oleh nasabah.

Murabahah dalam praktik lembaga keuangan syariah, prinsipnya didasarkan pada dua elemen pokok harga beli serta biaya yang terkait dan kesepakatan atas laba yang diperoleh oleh lembaga. Ciri dasar akad murabahah dalam lembaga keuangan syariah adalah sebagai berikut:

- a. Pembeli harus mengetahui tentang biaya-biaya terkait dengan harga asli barang; batas laba harus ditetapkan dalam bentuk persentase dari total harga ditambah biaya-biayanya;
- b. Apa yang dijual adalah barang yang dibayar dengan uang;
- c. Barang yang diperjualbelikan harus ada dan dimiliki oleh penjual, dan penjual harus mampu menyerahkan barang tersebut kepada pembeli;
- d. Pembayaran ditangguhkan; dalam hal ini, pembeli hanya membayar uang muka yang besar dan nominalnya ditentukan dan disepakati bersama antara nasabah dengan lembaga keuangan.

Untuk memperjelas aplikasi jual beli *murabahah* di lembaga keuangan syariah, berikut ditampilkan skema dan alurnya.⁵⁷

⁵⁷*Ibid*,... h. 81



Gambar 2.1
Skema dan alur *murabahah*⁵⁸

Dari gambar 2.1 penulis memberikan contoh skema murabahah untuk pembiayaan kendaraan, dan berikut penjelasannya:

- Terjadinya negosiasi dan persyaratan antara bank dengan nasabah dimana semua harga dan ketentuan-ketentuan lainnya disepakati disini.
- Nasabah harus melakukan wa'ad (janji) beli yang dibuat dalam sebuah kertas dimana nasabah harus menyatakan benar-benar membeli motor tersebut.
- Terjadinya akad wakalah bil ujroh (mewakulkan dengan upah) dan disini Bank mewakulkan nasabah untuk membeli mobil ke dealer atau pemasok.

⁵⁸ <https://www.google.com> Diunduh tanggal 25 April 2018

- d. Atau sebaliknya, terjadinya akad wakalah bil ujroh (mewakilkkan dengan upah) dan disini nasabah mewakilkkan bank untuk langsung membeli mobil ke dealer atau pemasok.
- e. Terjadi transaksi jual beli antara bank dengan dealer atau pemasok.
- f. Terjadinya penandatanganan akad jual beli antara bank dengan nasabah.
- g. Terjadinya akad wakalah bil ujroh (mewakilkkan dengan upah) dan disini bank mewakilkkan nasabah untuk menyerahkan mobil ke nasabah.
- h. Mobil dikirim oleh dealer atau pemasok, juga bisa dikirim oleh bank itu sendiri.
- i. Terjadinya pembayaran angsuran atau tempo.

7. Perhitungan dan Margin *Murabahah*

Perhitungan dan Margin *Murabahah* Dalam penetapan perhitungan margin *murabahah* terdapat rumus yang berkaitan dengannya yaitu :

- a. Menentukan Harga Jual Bank

$$\text{Harga Jual Bank} = \text{Harga Beli Bank} + (\text{Jangka Waktu} \times \text{Cost Recovery}) + \text{Margin}$$

$$\text{Menentukan Cost Recovery CR} = (\text{Nilai Pembiayaan}) / (\text{Total Pembiayaan}) \times \text{Estimasi Biaya Operasi 1 th}$$

- b. Menentukan Margin

$$\text{Margin} = \text{Presentasi} \times \text{Pembiayaan Bank}^{59}$$

Adapun contoh soal mengenai perhitungan akad *Murabahah* yaitu :

Contoh :

⁵⁹<http://tyasmustika.blogspot.com/2013/12/pembiayaan-murabahah-dan-tehnik.html?m=1>
diakses pada 20 Januari 2019

Bapak Jumadi mengajukan pembiayaan pada sebuah Bank X dengan rincian sebagai berikut :

Akad yang digunakan merupakan akad murabahah, guna membeli sebuah unit mobil dengan harga mobil tersebut Rp. 150.000.000-, dan bank tersebut memberikan pembiayaan sebesar Rp. 120.000.000-, dengan pembayaran uang muka sebesar Rp. 30.000.000-, dalam jangka waktu 2 tahun. Dalam bank tersebut total pembiayaan yang menggunakan akad murabahah mencapai Rp. 5.000.000.000-, dengan RPR sebesar 10% dan estimasi biaya operasional sebesar Rp. 200.000.000-.

Bagaimanakah perhitungan dan penentuan margin dari transaksi tersebut ?

Jawab :

Cost Recovery = (Nilai Pembiayaan)/(Total Pembiayaan) x Estimasi Biaya

Operasi 1 th = $120.000.000 / 5.000.000.000 \times 200.000.000 = 4.800.000$

Margin = Prosentase x pembiayaan bank = $10\% \times 120.000.000 = 12.000.000$

Harga Jual Bank = Harga Beli Bank + (Jangka Waktu x Cost Recovery) +

Margin = $120.000.000 + (2 \times 4.800.000) + 12.000.000 = 141.600.000$

Dengan begini dapat terlihat jelas bahwa pembiayaan dengan menggunakan akad murabahah memiliki kepraktisan dan lebih mudah dipahami.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah “Suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut”.⁶⁰ Lokasi penelitian ini yaitu BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur dengan fokus penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan *murabahah*.

2. Sifat Penelitian

Metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode deskriptif. Menurut Travers (1978) dalam buku Husein Umar penelitian deskriptif yaitu metode yang menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.⁶¹

Berdasarkan penjelasan diatas, maka sifat penelitian dalam skripsi ini adalah deskriptif. Sesuai dengan judul dan fokus permasalahan yang diambil

⁶⁰Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 96.

⁶¹Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2009), h. 22.

karena penelitian ini berupaya untuk mengetahui Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah terhadap Pilihan Pembiayaan *Murabahah* di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

B. Sumber Data

Sumber data adalah subjek darimana suatu data dapat diperoleh. Sedangkan data diartikan sebagai hasil pencatatan peneliti, baik itu berupa fakta maupun angka.⁶² Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari dua sumber yaitu sebagai berikut:

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.⁶³ Atau dengan kata lain sumber data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya atau tanpa perantara. Jadi, untuk memperoleh data primer peneliti melakukan wawancara kepada para informan guna memperoleh informasi terkait dengan penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan direktur, *marketing Lending*, dan nasabah dengan teknik insidental sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu nasabah yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai

⁶²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h.118.

⁶³Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2013), h. 128.

sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Dengan data ini peneliti mendapatkan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pilihan pembiayaan *murabahah* di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data kedua sesudah sumber data primer.⁶⁴ Dalam hal ini sumber data kedua yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi atau dalam bentuk dokumen, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah bentuk publikasi.

Sumber data sekunder yang digunakan peneliti adalah buku-buku dan jurnal yang ada relevansi dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian, yaitu buku-buku tentang teori keputusan, bahan yang memberikan penjelasan yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pilihan pembiayaan *murabahah*, serta dokumen-dokumen yang di dapatkan di tempat penelitian yaitu PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur serta data lainnya yang berkaitan pembiayaan *murabahah*.

C. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

⁶⁴*Ibid.*, h. 128.

1. Metode Interview (Wawancara)

Metode Interview adalah cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden secara langsung.⁶⁵ Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka. Bentuk interview yang peneliti gunakan yaitu interview semiterstruktur, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur, wawancara ini untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.⁶⁶

Dalam hal ini responden yang akan diwawancarai adalah direktur PT. BPRS Aman Syariah bapak Sugiyanto, SE., Ibu Eka Wulandari selaku *marketing lending*, dan beberapa nasabah yang menggunakan pembiayaan *murabahah*.

Jadi peneliti menyiapkan pertanyaan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pilihan pembiayaan *murabahah* dan peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh narasumber.

2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang dipakai untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis/dokumen-dokumen, baik berupa buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.⁶⁷

⁶⁵Victirianus, Aries Siswanto, *Strategi Dan Langkah-Langkah Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 58.

⁶⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfa Beta, 2016), h. 233.

⁶⁷Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2000), h. 102.

Dokumen dalam penelitian ini diambil dari dokumentasi yang ada di PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur, sejarah berdirinya, perkembangan, visi-misi, letak geografis, denah lokasi, struktur organisasi, serta laporan semester dan tahunan pembiayaan *murabahah*.

D. Teknik Analisis Data

Setelah data yang diteliti terkumpul, maka tahap selanjutnya adalah menganalisa data. Analisa adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun di dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁶⁸

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif karena data yang didapat berupa uraian-uraian dan keterangan-keterangan, dan data yang didapat adalah dari kegiatan wawancara yang dilakukan peneliti. Kemudian pengambilan kesimpulan menggunakan analisis yang bersifat deskriptif dengan berfikir secara induktif.

⁶⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 244.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Umum PT. BPRS Aman Syariah Sekampung

1. Sejarah PT. BPRS Aman Syariah

PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur didirikan berdasarkan Rapat Calon Pemegang Saham pada tanggal 17 Maret 2012 oleh 17 orang calon pemegang saham PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur. Mendapatkan badan hukum PT berdasarkan Akta Pendirian PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur No. 15 tanggal 11 Februari 2014 oleh Notaris Abadi Riyantini, Sarjana Hukum dan pengesahan Badan Hukum PT dari Kementerian Hukum dan Hak Azasi Manusia (Menkumham) Nomor : AHU-10.01982.PENDIRIAN-PT.2014 tanggal 13 Februari 2014 serta Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor : S-2/PB.1/2014 tentang Pemberian Izin Prinsip Pendirian PT. BPRS Aman Syariah pada tanggal 28 Januari 2014 dan mulai beroperasi pada tanggal 30 Desember 2014 berdasarkan Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor: S-237/PB.131/2014 tentang Pemberian Izin Usaha pada tanggal 30 Desember 2014. Dalam operasioanalnya PT.BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur dikelola oleh Direksi dan jajaran karyawan, diawasi oleh Dewan Komisaris serta Dewan Pengawas Syariah (DPS).⁶⁹

⁶⁹Wawancara dengan Bapak Sugiyanto, Direktur pada PT. BPRS Bank Aman Syariah 3 Januari 2019.

PT. BPRS Bank Aman Syariah merupakan badan usaha yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan BPRS merupakan singkatan dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sedangkan Aman Syariah merupakan nama dari badan usaha tersebut. PT. BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha dalam bidang perbankan syariah yaitu mengenai pembiayaan dan simpanan pola syariah.

2. Visi dan Misi PT BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur

a. Visi

Visi PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di wilayah Lampung dan sekitarnya melalui pelayanan jasa perbankan bagi pengusaha kecil di pedesaan yang mudah, amanah, islami dengan prinsip bank yang sehat dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.⁷⁰

b. Misi

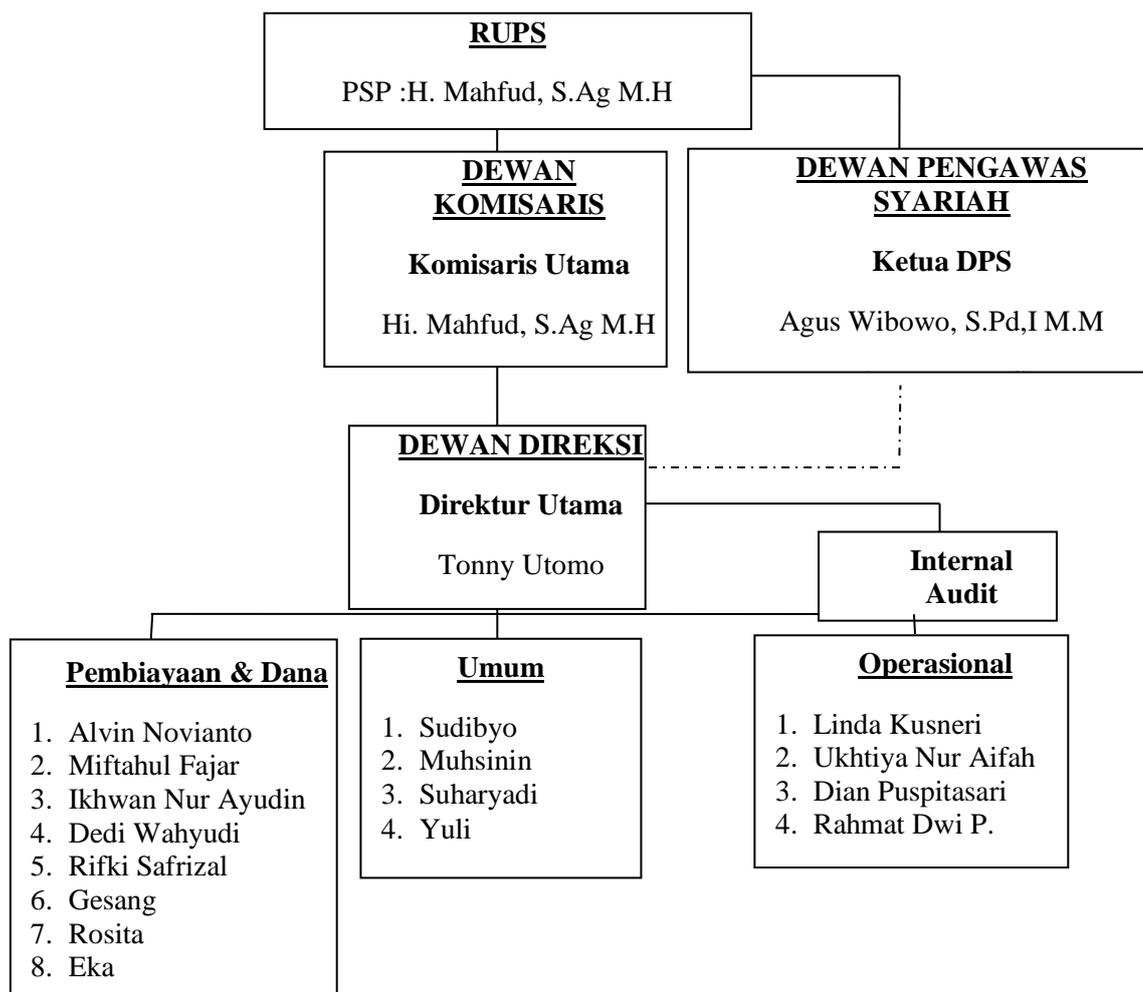
Pemberian pelayanan jasa Perbankan bagi pengusaha kecil di pedesaan yang mudah, aman, Islami dengan prinsip PT. BPRS Aman Syariah yang sehat dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

- 1) Membuka dan memperluas lapangan dan kesempatan kerja bagi masyarakat.
- 2) Berpartisipasi dalam upaya memberantas para pelepas uang (rentenir).
- 3) Terciptanya ukhuwah Islamiyah yang semakin berkualitas baik antara nasabah dengan BPR Syariah sebagai pelaksana amaliah, maupun di antara nasabah BPR Syariah.

⁷⁰*Ibid.*

- 4) Mendidik masyarakat untuk selalu memikirkan masa depan dan tidak hanya menguntungkan kepada nasib, namun lebih menekankan kepada usaha.
- 5) Mengupayakan terlaksananya syariah Islam dalam bermuamalah khususnya di bidang transaksi perbankan.⁷¹

3. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah Sekampung



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur Tahun 2018.⁷²

⁷¹Dokumentasi PT. BPRS Bank Aman Syaria, 3 Januari 2019.

⁷²Dokumentasi PT. BPRS Bank Aman Syaria, 3 Januari 2019.

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

a. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) adalah organisasi perorangan terbatas yang memiliki kewenangan eksklusif yang tidak diberikan kepada direksi dan dewan komisaris.

b. Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas syariah adalah badan yang ada di lembaga keuangan syariah dan bertugas mengawasi pelaksanaan keputusan DNS di lembaga keuangan syariah tersebut.

c. Internal Audit

Internal Audit merupakan unit Internal Audit yang bertugas membantu Direktur dan Dewan Komisaris untuk melakukan pengawasan atas kegiatan operasional perseroan.

d. Account Officer

Account Officer adalah aparat manajemen/petugas bank yang ditugaskan membantu direksi dalam menangani tugas-tugas khususnya yang menyangkut bidang marketing dan pembiayaan.

Bagian Account Officer sebagai bagian yang memasarkan produk PT. BPRS Aman Syariah untuk mencari nasabah yang terdiri dari:

1) Financing

Bertugas memberikan pembiayaan kepada calon nasabah yang melakukan pembiayaan sesuai dengan ketentuan dan syarat yang ada pada PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur.

2) Funding

Funding adalah kegiatan menghimpun dana dari anggota atau calon anggota yang berbentuk simpanan atau penyertaan modal guna penguatan modal kedalam.

3) Teller

Teller adalah petugas bank yang bertanggung jawab untuk menerima simpanan, mencairkan cek, dan memberikan jasa pelayanan perbankan lain kepada masyarakat.

4) Customer service

Customer service bertugas memberikan penjelasan kepada nasabah tentang produk, syarat dan tata caranya yang terdapat pada PT. BPRS Aman Syariah.

5) Legal officer

Legal Officer bertugas mengurus semua dokumen, perizinan, serta permasalahan hukum yang terjadi dalam perusahaan.⁷³

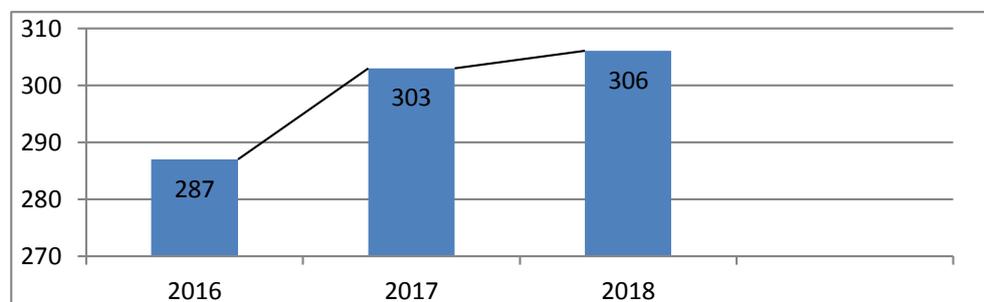
⁷³Dokumentasi PT. BPRS Bank Aman Syaria, 3 Januari 2019.

B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan *Murabahah*

Keputusan adalah segala putusan yang telah ditetapkan sesudah dipertimbangkan dan dipikirkan. Untuk melakukan suatu keputusan orang akan melalui suatu proses tertentu, demikian pula pada hal keputusan memilih produk, mereka akan melaksanakan proses terlebih dahulu mungkin karena mereka tidak ingin menanggung resiko yang besar apabila memilih produk tersebut, sehingga mereka akan penuh dengan pertimbangan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dapat dilihat dengan cara melakukan wawancara terhadap direktur, marketing lending dan nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah. Berikut ini hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan para narasumber.

Berdasarkan hasil wawancara dengan marketing lending Ibu Eka Wulandari bahwa selama 3 tahun terakhir terlihat adanya peningkatan nasabah pada produk *murabahah* sebagaimana terlihat pada grafik berikut:



Gambar 4.2 Grafik Peningkatan Nasabah Pembiayaan *Murabahah* PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur Tahun 2018.⁷⁴

⁷⁴Wawancara dengan Ibu Eka Wulandari selaku marketing lending BPRS Aman Syariah Sekampung, 3 Januari 2019.

Pada data 3 tahun terakhir maka dapat dilihat ada peningkatan jumlah nasabah pada tahun 2017 sebesar 5% dan pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 0,9% nasabah yang menggunakan pembiayaan *murabahah*. Nasabah yang menggunakan pembiayaan *murabahah* di Bank Aman Syariah yaitu untuk modal kerja, investasi dan konsumsi.⁷⁵

Persyaratan yang digunakan oleh calon nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah yaitu formulir pengajuan, usaha, fotocopy KTP suami/istri, pas foto 3 x 4 suami/istri masing-masing 2 lembar, fotocopy Kartu Keluarga (KK), fotocopy surat nikah, fotocopy rekening listrik / PBB, dan jaminan.⁷⁶

Adapun ketentuan yang ditetapkan BPRS Aman Syariah Sekampung adalah sebagai berikut:

1. PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur akan membiayai nasabah untuk tujuan kepemilikan, dimana nasabah akan membayar dalam jangka waktu tertentu atau dengan cara mengangsur.
2. Pembiayaan disesuaikan dengan jenis barang yang diminta yang disampaikan kepada pemilik barang (dealer, grosir, dll).
3. Jumlah pembayaran/pengembalian pembiayaan yang harus dibayar nasabah lebih tinggi, dari nilai pembiayaan untuk pembelian barang secara tunai, karena jumlah angsuran sudah termasuk pokok pembelian ditambah keuntungan (margin) Bank untuk jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan bersama.

⁷⁵*Ibid.*

⁷⁶*Ibid.*

4. Adanya perjanjian pembiayaan yang legal menyangkut harga pokok pembelian, margin keuntungan, harga jual, jangka waktu, besarnya angsuran.⁷⁷

Tujuan Pembiayaan ini dimaksudkan untuk pembiayaan pemilikan barang misalnya: pemilikan rumah, kendaraan bermotor, inventaris, benda ekonomi lainnya baik baru maupun *refinancing*. Kadar/tingkat keuntungan/*profit* margin untuk PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur dapat dikategorikan untuk setiap jenis barang. Dan margin yang sudah ditetapkan dalam SK BPRS Aman Syariah yaitu sebesar 1,8% atau senilai dengan Rp. 18.000/1.000.000.⁷⁸

Menurut Ibu Eka Wulandari sebagai marketing lending di BPRS Aman Syariah faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih pembiayaan *murabahah* adalah faktor sosial, karena nasabah sedang membutuhkan pembiayaan untuk modal kemudian pihak BPRS mengarahkan untuk menggunakan pembiayaan *murabahah*, karena sebagian besar nasabah tidak paham dengan produk-produk yang ada di BPRS Aman Syariah.⁷⁹

Adapun tahap-tahap yang dilakukan nasabah sebelum mengambil keputusan pembelian, yaitu:

- f. Pengenalan kebutuhan. Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah atau kebutuhan.
- g. Pencarian informasi nasabah. Meliputi pencarian sumber-sumber informasi oleh nasabah. Memproses informasi meliputi aktivitas mencari, memperhatikan, memahami, menyimpan dalam ingatan, dan mencari tambahan informasi.

⁷⁷*Ibid.*

⁷⁸*Ibid.*

⁷⁹*Ibid.*

- h. Evaluasi alternatif. Nasabah akan berupaya untuk mengurangi perasaan ketidakpastian tersebut. Mereka mungkin akan membaca iklan-iklan. Pencarian informasi dapat bersifat internal maupun eksternal.
- i. Keputusan pembelian. Seorang calon nasabah harus mengambil keputusan pembelian. Keputusan tersebut mungkin dapat berupa tidak memilih salah satu alternatif yang tersedia.
- j. Konsumsi pascapembelian dan evaluasi. Dengan asumsi bahwa pengambilan keputusan juga sekaligus merupakan pemakaian, maka persoalan kepuasan dari pembelian atau ketidakpuasan dari pembelian tetap akan ada.⁸⁰

Menurut Bapak Santoso sebagai nasabah alasan memilih pembiayaan *murabahah* karena pada saat itu beliau sedang membutuhkan tempat tinggal (rumah) untuk langsung di huni, kemudian pihak BPRS menawarkan untuk memakai pembiayaan *murabahah*. Sehingga adanya faktor sosial memudahkan calon nasabah untuk mendapat informasi tentang adanya pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah. Sedangkan pelayanan yang dilakukan karyawan BPRS Aman Syariah baik, sopan dan ramah.⁸¹

Selanjutnya hasil wawancara dengan Ibu Yani sebagai nasabah pembiayaan *murabahah*. Alasan beliau memilih pembiayaan *murabahah* karena produk pembiayaan yang di tawarkan bermacam-macam, banyak pilihan jenis produk pembiayaan *murabahah* dari sifat penggunaannya, pembiayaan *murabahah* bisa digunakan untuk pembiayaan produktif maupun konsumtif. Sedangkan pelayanan

⁸⁰Sudaryono, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*, (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014), h. 218-221.

⁸¹ Wawancara dengan Bapak Santoso selaku nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung, 3 Januari 2019.

yang di lakukan karyawan sangat baik, yaitu dengan bertutur kata sopan, melayani nasabah dengan sabar, dan pencairannya cepat.⁸²

Menurut Ibu Salamah sebagai nasabah alasan memilih pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung dibandingkan pembiayaan lainnya karena faktor harga, selain murah dalam menentukan harga penjualan pihak BPRS Aman Syariah Sekampung secara transparan menjelaskan berapa harga belinya, berapa biaya yang telah dikeluarkan untuk setiap komoditas dan berapa keuntungan wajar yang diinginkan. Dan mark-up dalam *murabahah* dapat ditetapkan diawal pada saat negosiasi sehingga nasabah tidak bingung berapa angsuran per-bulannya. Sedangkan pelayanan yang dilakukan karyawan BPRS Aman syariah juga sangat memuaskan, baik, ramah dan sopan.⁸³

Menurut Bapak Suparjo sebagai nasabah yang memilih pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah, alasan beliau memilih pembiayaan *murabahah* karena faktor sosial, kebetulan beliau sedang membutuhkan modal untuk usaha kemudian pihak BPRS menyarankan untuk menggunakan pembiayaan *murabahah*. Sedangkan pelayanan yang dilakukan karyawan BPRS Aman Syariah kepada nasabah sangat baik, karena nasabah yang belum tahu tentang pembiayaan yang akan digunakan kemudian langsung diarahkan.⁸⁴

Sedangkan menurut nasabah yang memilih pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung yaitu Ibu Dewi menyebutkan bahwa adanya

⁸²Wawancara dengan Ibu Yani selaku nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung, 3 Januari 2019.

⁸³Wawancara dengan Ibu Salamah selaku nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung, Januari 2019.

⁸⁴ Wawancara dengan Bapak Suparjo selaku nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung, 3 Januari 2019.

faktor promosi yang memudahkan untuk mengetahui produk *murabahah*. Promosi yang dilakukan oleh BPRS Aman Syariah Sekampung yaitu melalui pemberian brosur, dan promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan pihak *marketing*. Sedangkan pelayanan yang dilakukan karyawan sangat memuaskan, sopan, ramah dan cepat.⁸⁵

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Saudara Susilo selaku nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah, beliau mengatakan bahwa alasan memilih pembiayaan *murabahah* karena setahu beliau harga jual pembiayaan *murabahah* yang disetujui tidak akan berubah selama jangka waktu pembiayaan walaupun dalam masa tersebut terjadi inflasi, maupun perubahan tingkat suku bunga bank di pasar. Sehingga keuntungan bagi nasabah yaitu tidak terjadi bunga berbunga atau saldo debit nasabah tidak terus bertambah melainkan tetap jumlahnya. Dan tingkat margin tidak memberatkan pihak nasabah. Sedangkan pelayanan yang dilakukan karyawan cukup baik, sopan dan ramah.⁸⁶ Jadi Saudara Susilo memilih pembiayaan *murabahah* karena faktor sikap dan keyakinan dari dalam diri.

Dari hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung yaitu dari faktor eksternal (sosial, produk, harga, promosi, pelayanan) dan faktor internal (sikap dan keyakinan). Dan BPRS Aman Syariah sudah memberikan yang terbaik untuk para nasabah dan

⁸⁵Wawancara dengan Ibu Dewi selaku nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung, 3 Januari 2019.

⁸⁶Wawancara dengan Saudara Susilo selaku nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung, 3 Januari 2019.

meyakinkan calon nasabah untuk menggunakan produk BPRS Aman Syariah khususnya pembiayaan *murabahah*.

C. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan *Murabahah*

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pilihan pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur. Pada teorinya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan *murabahah* tersebut berasal dari faktor eksternal (sosial, produk, harga, promosi, pelayanan dan tempat) dan faktor internal (motivasi, sikap dan keyakinan) yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Faktor Eksternal

Merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi berasal dari luar diri manusia. Faktor tersebut diantaranya:

a. Sosial

Faktor sosial adalah salah satu faktor dinamik yang memiliki pengaruh sangat signifikan terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat. Menurut Bapak Santoso, selaku nasabah pembiayaan *murabahah*, yang menyatakan:

“Saya memilih pembiayaan *murabahah* karena pada saat itu saya sedang membutuhkan tempat tinggal (rumah) untuk langsung di huni, kemudian saya disarankan oleh pihak BPRS untuk memakai pembiayaan *murabahah*.”⁸⁷

⁸⁷Wawancara, tanggal 03 Januari 2018.

Sedangkan menurut Bapak Suparjo, selaku nasabah pembiayaan *murabahah*, yaitu menyatakan:

“Alasan beliau memilih pembiayaan *murabahah* karena faktor sosial, kebetulan beliau sedang membutuhkan modal untuk usaha kemudian pihak BPRS menyarankan untuk menggunakan pembiayaan *murabahah*. Sedangkan pelayanan yang dilakukan karyawan BPRS Aman Syariah kepada nasabah sangat baik, karena nasabah yang belum tahu tentang pembiayaan yang akan digunakan kemudian langsung diarahkan.”

Pernyataan nasabah diatas maka dapat dianalisis, bahwa nasabah memilih pembiayaan *murabahah* karena referensi dari pihak luar. Sehingga faktor sosial bisa memudahkan untuk mendapatkan informasi.

Menurut M. Nur Rianto, yang menyatakan:

“Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peranan dan status. Yang dimaksud kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang.”⁸⁸

Jadi, faktor sosial tersebut sangat berkaitan erat dalam mempengaruhi minat nasabah, sebab sosial berhubungan satu sama lainnya dalam menentukan keputusan nasabah.

b. Produk

Produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*) yang mencakup warna, harga, kemasan, prestise dan pelayanan yang diberikan produsen agar dapat diterima oleh nasabah sebagai kepuasan kebutuhan nasabah.⁸⁹ Faktor produk mampu

⁸⁸Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 195.

⁸⁹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 139 – 140.

mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan nasabah memilih pembiayaan *murabahah*. Ibu Yani sebagai nasabah, menyatakan:

“Alasan beliau memilih pembiayaan *murabahah* karena produk pembiayaan yang di tawarkan bermacam-macam, banyak pilihan jenis produk pembiayaan *murabahah* dari sifat penggunaannya, pembiayaan *murabahah* bisa digunakan untuk pembiayaan produktif maupun konsumtif. Sedangkan pembiayaan konsumtif digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi. Tergantung kebutuhan atau permintaan nasabah.”⁹⁰

Pernyataan nasabah diatas maka dapat dianalisis, bahwa produk menjadi pertimbangan nasabah memilih pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung. Karena produk adalah modal utama suatu perusahaan untuk menawarkan segala jasa yang diberikan kepada nasabah serta kualitas produk menunjukkan ukuran dapat dipercayanya produk tersebut. Semakin banyak jenis produk yang ditawarkan maka semakin memikat para calon nasabah untuk bergabung menjadi nasabah di BPRS tersebut. Menurut Sofjan Assauri, yang menyatakan:

“Pada umumnya setiap perusahaan menghasilkan dan memasarkan lebih dari satu jenis produk, sehingga strategi produk merupakan unsur yang paling penting, dengan produk dimaksudkan barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasannya. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan (lembaga keuangan), mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen.”⁹¹

Peneliti dapat menyimpulkan, bahwa untuk bergabung dengan sebuah perusahaan, seperti perbankan, konsumen akan lebih dahulu mencari tahu mengenai produk yang ditawarkan, kualitas, serta

⁹⁰Wawancara, tanggal 03 Januari 2018.

⁹¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 211.

jaminannya, apabila sudah sesuai dengan yang diharapkan atau sebaliknya. Melihat hasil wawancara yang dikemukakan oleh Ibu Yani, menyatakan bahwa produk yang ditawarkan oleh BPRS Aman Syariah Sekampung cukup mempengaruhi dalam mengambil keputusan memilih pembiayaan *murabahah*.

c. Harga

Harga yang tidak terlalu memberatkan pihak nasabah akan memberikan persepsi kepada nasabah dalam mempertimbangkan, untuk memilih dan menggunakan produk atau jasa yang sesuai dengan kehendaknya. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Salamah sebagai nasabah pembiayaan *murabahah*, yang menyatakan:

“Dibandingkan pembiayaan lainnya pembiayaan *murabahah* murah, dalam menentukan harga penjualan pihak BPRS Aman Syariah Sekampung secara transparan menjelaskan berapa harga belinya, dan mark-up dalam *murabahah* dapat ditetapkan diawal pada saat negosiasi sehingga nasabah tidak bingung berapa angsuran perbulannya. Dan tingkat margin tidak memberatkan pihak nasabah.⁹²

Pernyataan nasabah diatas maka dapat dianalisis, bahwa harga yang murah dan transparan akan memberikan persepsi kepada nasabah dalam mempertimbangkan, untuk memilih, memakai, dan menggunakan produk atau jasa yang sesuai dengan kehendak.

Menurut Kasmir, yang menyatakan:

“Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan.⁹³

⁹²Wawancara, tanggal 03 Januari 2018.

⁹³Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 191.

Peneliti dapat menyimpulkan, bahwa harga yang murah menjadi penentu untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan

d. Promosi

Promosi *menjadi* modal utama untuk menarik minat nasabah seperti yang dikemukakan oleh Ibu Dewi sebagai nasabah di BPRS Aman Syariah Sekampung, yang menyatakan:

Wawancara, tanggal 03 Januari 2018. “Adanya faktor promosi yang memudahkan untuk mengetahui produk *murabahah*. Promosi yang di lakukan oleh BPRS Aman Syariah Sekampung yaitu melalui pemberian brosur, banner/spanduk, dan promosi dari mulut ke mulut.⁹⁴

Pernyataan di atas maka dapat dianalisis, promosi merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam menarik minat nasabah. Promosi merupakan media dalam memasarkan produk-produk BPRS Aman Syariah dengan berbagai macam cara. Salah satunya dengan berkomunikasi, yang merupakan pendekatan pemasaran yang sangat mudah dimengerti oleh nasabah, karena dengan berkomunikasi marketing dapat meyakinkan kepada nasabah/calon nasabah tentang keunggulan-keunggulan yang ada di BPRS Aman Syariah Sekampung.

Seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong, yang menyatakan:

“Promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi,

⁹⁴Wawancara, tanggal 03 Januari 2018.

promosi penjualan, maupun publikasi.⁹⁵

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa faktor promosi dapat mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan *murabahah*. Dengan kegiatan promosi, perusahaan akan berusaha membujuk calon nasabah dan nasabah untuk memilih produk yang dipasarkan/ditawarkan.

e. Pelayanan

Pelayanan yang dilakukan BPRS Aman Syariah Sekampung terhadap nasabah sudah bagus, seperti yang diutarakan Bapak Santoso, Bapak Suparjo, Saudara Susilo, Ibu Dewi, Ibu Salamah dan Ibu Yani sebagai nasabah di BPRS Aman Syariah, yang menyatakan:

“Bahwa pelayanan yang dilakukan karyawan sangat baik, setiap karyawan sangat ramah, lemah lembut dan sopan dalam menyapa nasabah, pelayanannya cepat, tidak menunggu lama, dan persyaratan yang mudah.⁹⁶

Pernyataan nasabah di atas dapat dianalisis, pelayanan yang dilakukan karyawan terhadap nasabah sudah baik, merupakan daya tarik tersendiri bagi nasabah dalam keputusan memilih pembiayaan *murabahah*. Karena dengan pelayanan yang baik maka nasabah tertarik untuk menjadi nasabah, serta konsumen akan menggunakan jasa BPRS tersebut kembali.

Menurut Murti Sumarni, yang menyatakan:

“Pelayanan yang baik juga menjadi salah satu syarat kesuksesan pemasaran suatu produk dalam perusahaan. Pelayanan atau service merupakan cara promosi secara tidak langsung yang

⁹⁵Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga. 2012) Edisi 13. Jilid 1, h. 63.

⁹⁶Wawancara, tanggal 03 Januari 2018.

dilakukan oleh bank, karena jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah baik maka nasabah akan merasa puas dan hasil ini dapat dijadikan alat untuk menarik nasabah lebih banyak lagi.”⁹⁷

Peneliti dapat menyimpulkan, bahwa pelayanan merupakan keinginan nasabah yang harus dipenuhi oleh karyawan BPRS, sehingga mereka merasa senang dan puas dengan pelayanan karyawan BPRS tersebut. Pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam menarik nasabah, sebab dengan melakukan pelayanan yang baik nasabah akan merasa dihargai dan akan memberikan kesan nyaman kepada nasabah. Dengan demikian, nasabah akan tertarik lagi untuk memilih BPRS Aman Syariah.

2. Faktor Internal

Faktor internal adalah unsur-unsur internal psikologi yang melekat pada setiap individu konsumen. Faktor tersebut diantaranya:

3) Sikap dan Keyakinan

Sikap dan keyakinan juga berpengaruh dalam memenuhi keinginan. Menurut Saudara Susilo selaku nasabah pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah, beliau mengatakan bahwa alasan memilih pembiayaan *murabahah* karena setahu beliau harga jual pembiayaan *murabahah* yang disetujui tidak akan berubah selama jangka waktu pembiayaan walaupun dalam masa tersebut terjadi inflasi, maupun perubahan tingkat suku bunga bank di pasar. Sehingga keuntungan bagi nasabah yaitu tidak terjadi bunga berbunga atau saldo debit nasabah tidak terus bertambah melainkan tetap

⁹⁷Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), h. 226.

jumlahnya. Dan tingkat margin tidak memberatkan pihak nasabah.⁹⁸ Jadi Saudara Susilo memilih pembiayaan *murabahah* karena faktor sikap dan keyakinan dari dalam diri.

Menurut Philip Kotler, yang menyatakan bahwa:

“Sikap adalah suatu evaluasi atau perasaan dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Sikap menempatkan seseorang kedalam suatu pemikiran untuk menyukai atau tidak menyukai suatu objek. Keyakinan adalah pemikiran yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Keyakinan yang diformulasikan seseorang tentang produk dan jasa tertentu.”⁹⁹

Jadi dapat peneliti simpulkan bahwa sikap dan keyakinan akan mengarahkan seseorang untuk berperilaku konsisten terhadap produk atau jasa sehingga sikap konsumen untuk memilih suatu produk atau jasa tersebut akan mempengaruhi konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Karena sikap dipengaruhi keyakinan, begitu pula sebaliknya keyakinan menentukan sikap.

Menurut Mulyadi Nitisusastro model keputusan yang merupakan urutan-urutan proses yang lazim dijalani oleh setiap individu nasabah ketika mengambil keputusan sudah sesuai dengan teori dan praktik. Urutan-urutan tersebut meliputi masuk (*input*), proses (*process*) dan luaran (*output*).¹⁰⁰

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa antara teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung

⁹⁸Wawancara, tanggal 03 Januari 2018.

⁹⁹Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*,. h. 176.

¹⁰⁰Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 195.

Lampung Timur dengan fakta yang ada di lapangan belum sejalan, karena menurut teori faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah adalah faktor eksternal (sosial, produk, promosi, harga, pelayanan, tempat) dan faktor internal (motivasi, sikap dan keyakinan). Sedangkan menurut hasil wawancara peneliti dengan narasumber berpendapat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan *murabahah* adalah faktor eksternal yaitu sosial, produk, promosi, harga, pelayanan. Dan faktor internal yaitu sikap dan keyakinan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

PT. BPRS Aman Syariah didirikan berdasarkan Rapat Calon Pemegang Saham pada tanggal 17 Maret 2012 oleh 17 orang calon pemegang saham PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur. Mendapatkan badan hukum PT berdasarkan Akta Pendirian PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur No. 15 tanggal 11 Februari 2014 oleh Notaris Abadi Riyantini, Sarjana Hukum dan pengesahan Badan Hukum PT dari Kementerian Hukum dan Hak Azasi Manusia (Menkumham) Nomor : AHU-10.01982.PENDIRIAN-PT.2014 tanggal 13 Februari 2014 serta Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor : S-2/PB.1/2014 tentang Pemberian Izin Prinsip Pendirian PT BPRS Aman Syariah pada tanggal 28 Januari 2014 dan Mulai beroperasi pada tanggal 30 Desember 2014 berdasarkan Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor : S-237/PB.131/2014 tentang Pemberian Izin Usaha pada tanggal 30 Desember 2014.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di PT. BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur dapat disimpulkan bahwasanya ada dua (2) faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan *murabahah*, yaitu faktor eksternal seperti faktor sosial yaitu nasabah memilih pembiayaan *murabahah* karena referensi dari pihak luar. Faktor produk karena produk pembiayaan yang di tawarkan bermacam-macam, banyak pilihan jenis produk pembiayaan *murabahah* dari sifat penggunaannya, pembiayaan *murabahah* bisa digunakan untuk pembiayaan produktif maupun konsumtif. Faktor harga yaitu pembiayaan *murabahah* sangat murah, dalam menentukan harga penjualan pihak BPRS Aman Syariah Sekampung secara transparan menjelaskan berapa harga belinya, dan mark-up dalam *murabahah* dapat ditetapkan

diawal pada saat negosiasi sehingga nasabah tidak bingung berapa angsuran perbulannya. Faktor promosi yaitu promosi yang memudahkan untuk mengetahui produk *murabahah*. Faktor pelayanan bahwa pelayanan yang dilakukan karyawan sangat baik, setiap karyawan sangat ramah dan sopan dalam menyapa nasabah, pelayanannya cepat, tidak menunggu lama, dan persyaratan yang mudah.

Sedangkan dari faktor internal yaitu faktor sikap dan keyakinan dari dalam diri. Sikap dan keyakinan akan mengarahkan seseorang untuk berperilaku konsisten terhadap produk atau jasa sehingga sikap konsumen untuk memilih suatu produk atau jasa tersebut akan mempengaruhi konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.

B. Saran

Pada akhir penulisan skripsi ini, peneliti mempunyai saran kepada karyawan di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur agar dapat lebih meningkatkan kualitas kenyamanan ruangan dan kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan segera, akurat, memuaskan dan sesuai dengan janji yang ditawarkan. Dan mempertahankan cara kerjanya sehingga dapat mempertahankan nasabah lama maupun menarik perhatian calon-calon nasabah terhadap pengambilan keputusan untuk memilih pembiayaan *murabahah* di BPRS Aman Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fathoni. 2011. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Adiwarman A. Karim. 2011. *Bank Islam*. Cet. Ke-8. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Adiwarman A. Karim. 2014. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Akhmad Faozan. "Murabahah dalam Hukum Islam dan Praktik Perbankan Syari'ah Serta Permasalahannya" dalam JURNAL ASY-SYIR'AH, Vol. 43, No. I, 2009.
- Burhan Bungin. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Chitra Dwiratih Aviza. 2014. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mitra Dalam Memilih Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah* Di Bmt Berkah Madani Cimanggis Depok". Skripsi Program Studi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Dahlan Siamat. 2005. *Manajemen Lembaga Keuangan*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Dedi Ismatullah. 2014. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Departemen Agama RI. 2002. *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*. Jakarta : Al-Huda.
- Departemen Agama RI. 2006. *Al-Quran dan Terjemahnya*. Diponegoro: CV Penerbit.
- Dimyauddin Djuwaini. 2007. *Pengantar Fiqih Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dokumentasi PT. BPRS AMAN Syariah Sekampung Lampung Timur
- Fandy Tjiptono. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Febrina Sari. 2015. *Metode Dalam Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

- George R, Terry. 2003. *Prinsip-prinsi Manajemen*. diterjemahkan oleh J.Smith.D.F.M, Guide to Manajeemn. Jakarta: Bumi Aksara.
- Habib Adjie dkk. 2011. *Akta Perbankan Syariah*. Cet. ke-1. Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra.
- Husein Umar. 2000. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press.
- Husein Umar. 2004. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tugas Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Ikhsan Budiyanto. 2015. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan *Murabahah Di Bprs Bds Yogyakarta*”. Skripsi Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari’ah dan Hukum. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Imam Mustofa. 2016. *Fiqih Mu’amalah Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Irham Fahmi. 2013. *Etika bisnin teori, kasus dan solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- J. Salusu. 1996. *Pengambilan Keputusan Stratejik*. Jakarta : PT. Grasindo.
- John M. Ivancevich, Robert Konopaske,dkk. 2006. *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Penerbit Erlangga.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir, 2014. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khaerul Umam. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- M. Firdaus. NH (ed). 2005. *Sistem dan Mekanisme Pengawasan Syariah*. Jakarta: Renaisan.
- M. Nur Rianto Al Arif. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Malayu S.P Hasibuan. 2006. *Manajemen Dasar Pengertian Dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Marwini. "Aplikasi Pembiayaan *Murabahah* Produk Kprs Di Perbankan Syari'ah" dalam *Al-Ihkam*, Vol. 8, No. 1, Juni 2013.

DOKUMENTASI



BPRS Aman Syariah Sekampung



Visi misi BPRS Aman Syariah



Wawancara dengan Direktur BPRS Aman Syariah



Wawancara dengan Marketing Lending



Wawancara dengan Nasabah Pembiayaan Murabahah



Wawancara dengan Nasabah Pembiayaan Murabahah



Wawancara dengan Nasabah Pembiayaan Murabahah



Wawancara dengan Nasabah Pembiayaan Murabahah

NOTA DINAS

Nomor :
 Lampiran : 1 Berkas
 Perihal : **Pengajuan Skripsi**
 Kepada Yth.
 Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Institut Agama Islam Negeri
 IAIN Metro
 Di-
 Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengajukan bimbingan serta perbaikan seperlunya, maka skripsi yang disusun oleh :

Nama : **NURUL KHASANAH**
 NPM : 141270510
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : S1 Perbankan Syariah
 Judul : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
 KEPUTUSAN NASABAH TERHADAP PILIHAN
 PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BPRS AMAN
 SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR.**

Sudah kami setuju dan dapat diajukan untuk dimunaqsyahkan. Demikian harapan kami dan atas penerimaannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Metro, Januari 2019

Pembimbing I



Nizaruddin, S.Ag., MH
 NIP.19740302199903 1 001

Pembimbing II



Wahyu Setiawan, M.Ag
 NIP. 19800516200501 1 008

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH TERHADAP PILIHAN PEMBIAYAAN MURABAHAH
DI BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Keputusan Nasabah
 - 1. Pengertian Pengambilan Keputusan
 - 2. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan
 - 3. Model-model Keputusan Nasabah
 - 4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah
- B. Pembiayaan *Murabahah*
 - 1. Pengertian *Murabahah*
 - 2. Jenis-Jenis Pembiayaan *Murabahah*
 - 3. Dasar Hukum *Murabahah*

4. Akad dan Jenis Pembiayaan *Murabahah*
5. Rukun dan Syarat Pembiayaan *Murabahah*
6. Implementasi *Murabahah* dalam Lembaga Keuangan Syariah
7. Perhitungan dan Margin *Murabahah*

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Metode Pengumpulan Data
- D. Teknis Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Hasil Penelitian
 1. Sejarah Singkat Berdirinya BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur
 2. Visi dan Misi PT BPRS Aman Syariah Sekampung
 3. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah Sekampung
- B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan *Murabahah*
- C. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan *Murabahah*

BAB V PENUTUP

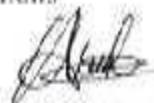
- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Metro, Desember 2018
Penulis



Nurul Khasanah
NPM. 141270510

Pembimbing I



Nizaruddin, S.Ag., MH
NIP. 19740302199903 1 001

Pembimbing II



Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 1980051620050 1 008

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH TERHADAP PILIHAN PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR

- A. Pertanyaan Kepada Direktur BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur :
1. Kapan berdirinya BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur?
 2. Apa Visi dan Misi dari BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur?
- B. Pertanyaan Kepada *Marketing Lending* BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur :
1. Apa Sajakah Syarat Dan Ketentuan Yang Diberlakukan BPRS Aman Syariah Dalam Proses Pembiayaan *Murabahah*?
 2. Berapakah Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murabahah* BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur?
 3. Apa Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan *Murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur?
- C. Pertanyaan Kepada *Nasabah* Yang Memilih Pembiayaan *Murabahah* di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur :
1. Mengapa Anda Memilih Pembiayaan *Murabahah* dibandingkan pembiayaan yang lainnya?
 2. Bagaimana pelayanan yang dilakukan karyawan BPRS Aman Syariah?

Metro, Desember 2018
Penulis



Nurul Khasanah
NPM. 141270510

Pembimbing I



Nizaruddin, S.Ag., MH
NIP.19740302199903 1 001

Pembimbing II



Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP.19800516200501 1 008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringgipyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0720) 41507, Faksimil (0725) 47293
Website: www.metroiaia.ac.id, email: iainmetro@oasf.iaia.ac.id

Nomor : B-157a/tn.28/FEB/PP.00 01/05/2017

03 Mei 2017

Lampiran :-

Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth.

1. Nizaruddin, S.Ag.,MH
 2. Wahyu Setiawan, M.Ag
- di - Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Nurul Khasanah
NPM : 141270510
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1-Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan Murabahah Di Bank Aman Syariah Sekampung Lampung Timur

Dengan ketentuan : -

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
4. Bahwa halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Wahyu Ningsiana, M.Hum
7209202000030002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iam@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 0034/In.28/D.1/Tl.01/01/2019

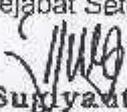
Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
 menugaskan kepada saudara:

Nama : **NURUL KHASANAH**
 NPM : 141270510
 Semester : 10 (Sepuluh)
 Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk:
1. Mengadakan observasi/survey di BPRS Aman Syariah Sekampung Lampung Timur, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH TERHADAP PILIHAN PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BPRS AMAN SYARIAH SEKAMPUNG LAMPUNG TIMUR".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

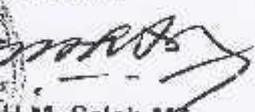
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
 Pada Tanggal : 03 Januari 2019

Mengetahui,
 Pejabat Setempat

Sugiyanto, S.E.
 Direktur



Wakil Dekan I,


 Drs. H.M. Saleh MA

19650111 199303 1 004



PT. BPR SYARIAH

BANK AMAN SYARIAH



Jl. Raya Desa Sumbergede Kec. Sekampung Kab. Lampung Timur Telp. 07255100000

Lampung Timur, 14 Januari 2019

No : 020/Research/BAS/I/2019

Lamp : -

Kepada Yth.

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
di.

Kota Metro

Perihal : Pemberian Izin Research

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Sehubungan dengan surat Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Nomor : 2787/In.28/D.I/TL.00/01/2019 tanggal 03 Januari 2019 perihal Permohonan Izin Research pada PT BPRS Aman Syariah Lampung, dengan ini disampaikan bahwa kami dapat menyetujui Permohonan Izin Research, atas nama saudara :

Nama : NURUL KHASANAH

NPM : 141270510

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syari'ah

Judul : ***"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pilihan Pembiayaan Murabahah Di BPRS Aman Syariah"***.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaiku wr.wb.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507, Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-93/In.28/S/OT.01/01/2019

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Nurul Khasanah
NPM : 141270510
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 141270510.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya

Metro, 11 Januari 2019
Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtendi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : NURUL KHASANAH Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /
Perbankan Syariah
NPM : 141270510 Semester / TA : XI 2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	24/12 2018	/	- acc outline untuk bimbingan dg pembimbing I	
	25/12 2018	✓	- acc Bab I - III untuk bimbingan dg pembimbing I	
	26/12 2018		- acc APD	

Diketahui:
Dosen Pembimbing II

Mahasiswa ybs,

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516200501 1 008

Nurul Khasanah
NPM. 141270510



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : NURUL KHASANAH Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /
Perbankan Syariah
NPM : 141270510 Semester / TA : IX 2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Sabtu, 5.1.2019	✓	-acc Bab IV - v untuk bimbingan dg Pembimbing	

Diketahui:
Dosen Pembimbing II

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516200501 1 008

Mahasiswa ybs,

Nurul Khasanah
NPM. 141270510



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : NURUL KHASANAH Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /
Perbankan Syariah
NPM : 141270510 Semester / TA : IX 2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	25/12 2018		Acc bab <u>V</u> / <u>III</u>	

Diketahui:
Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag., MII
NIP. 19740302199903 1 001

Mahasiswa ybs,

Nurul Khasanah
NPM. 141270510



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : NURUL KHASANAH Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /
Perbankan Syariah
NPM : 141270510 Semester / TA : IX 2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	26/12 2018		Acc APD	

Diketahui:
Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag., MH
NIP. 19740302199903 1 001

Mahasiswa ybs,

Nurul Khasanah
NPM. 141270510



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : NURUL KHASANAH Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /
Perhankan Syariah
NPM : 141270510 Semester / TA : IX 2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	26/12 2018		Acc APD	

Diketahui:
Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag., MH
NIP. 19740302199903 1 001

Mahasiswa ybs,

Nurul Khasanah
NPM. 141270510



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : NURUL KHASANAH Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /
Perbankan Syariah
NPM : 141270510 Semester / TA : IX 2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	senin, 1/11/2019		lihat APD. - Pertanyaan yada - di APD harus kejawab semua. - Andainya di perbaiki	

Diketahui:
Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 19740302199903 1 001

Mahasiswa ybs,

Nurul Khasanah
NPM. 141270510



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : NURUL KHASANAH Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /
Perbankan Syariah
NPM : 141270510 Semester / TA : IX 2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	KAMIS 10.1.2019		kesimpulan di paragraf pertanyaan peneliti: belum terjawab	

Diketahui:
Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag., MH
NIP. 19740302199903 1 001

Mahasiswa ybs,

Nurul Khasanah
NPM. 141270510



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : NURUL KHASANAH Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /
Perbankan Syariah
NPM : 141270510 Semester / TA : IX 2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 10.1.2019		Menyaji dari awal sampai Akhir	

Diketahui:
Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 19740302199903 1 001

Mahasiswa ybs,

Nurul Khasanah
NPM. 141270510



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : NURUL KHASANAH Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis I
Perbankan Syariah
NPM : 141270510 Semester / TA : IX 2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan
	Senin 14. 1. 2019		ACC Munawar Syah

Diketahui:
Dosen Pembimbing I


Nizaruddin, S.Ag., MH
NIP. 19740302199903 1 001

Mahasiswa ybs,


Nurul Khasanah
NPM. 141270510

RIWAYAT HIDUP



Nurul Khasanah dilahirkan di Kampung Rama Oetama IV Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah pada tanggal 01 Juni 1996, anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Jumadi dan Ibu Roviab.

Pendidikan Dasar penulis di SDN 3 Rama Oetama dan selesai pada tahun 2008, kemudian melanjutkan di SMPN 2 Seputih Raman, dan selesai pada tahun 2011. Sedangkan Pendidikan Menengah Atas di SMAN 1 Seputih Banyak, dan selesai pada tahun 2014, kemudian melanjutkan pendidikan di IAIN Metro Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dimulai pada TA. 2014/2019.