

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang luas terdiri dari banyak pulau oleh karena itu disebut sebagai negara kepulauan. Di negara Indonesia perkembangan lembaga keuangan semakin pesat, hal ini dapat dilihat dengan banyaknya lembaga keuangan yang berdiri di setiap daerah. Bukan hanya lembaga keuangan yang berbasis konvensional namun beberapa tahun terakhir ini lembaga keuangan yang berbasis syariah jauh mengalami peningkatan. Baik lembaga keuangan syariah perbankan maupun lembaga keuangan syariah non perbankan. Indikator yang paling terlihat adalah semakin banyaknya Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang berdiri dan tersebar di seluruh Indonesia.¹

Dalam *Islamic Finance Report Country Report for Indonesia* yang dipublikasikan oleh *Islamic Research and Training Institute-Islamic Development Report (IRTI-IDB)*, *Thomson Reuterus*, dan *Global Islamic Financial Report*. Diungkapkan bahwa Indonesia memiliki peluang yang besar dalam pengembangan industri keuangan syariah mengingat Indonesia adalah negara dengan populasi muslim terbesar di dunia.² Hal ini berdasarkan data yang diperoleh dari *PEW Research Center* pada tahun 2009 oleh *Bank Syariah Mandiri Analysis* melalui *Forum on Religion and Public Life The Future of the Global Muslim Population* Oktober 2010.

¹ Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012), 46.

² Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017-2019*, 2.

Data yang didapatkan adalah total penduduk muslim yang ada di Indonesia berjumlah sekitar 202.867.000 penduduk, jumlah tersebut jauh lebih tinggi jika dibandingkan negara-negara dengan penduduk muslim lainnya.³

Walaupun keuangan syariah di Indonesia di skala nasional masih relatif kecil, namun perkembangan keuangan syariah dikancah global memiliki perkembangan yang cukup signifikan. Hal ini dibuktikan dengan pencapaian Indonesia sebagai peringkat ke-6 *Islamic Finance Country Index pada tahun 2016*. Dan meskipun total aset keuangan syariah nasional tidak lebih dari 5% dari seluruh aset keuangan di pasar global, namun Indonesia menempati urutan ke-9 sebagai negara yang memiliki aset keuangan syariah terbesar di dunia.⁴

Dalam upaya peningkatan dan pengembangan lembaga keuangan syariah ini, OJK terus melakukan berbagai inovasi dan membentuk undang-undang yang mengatur tentang lembaga keuangan syariah yang terkait. Hal ini dilakukan demi tercapainya keberlangsungan dan kelancaran atas berjalannya suatu lembaga dan dapat menjangkau semua kalangan masyarakat.

Namun mengingat jangkauan perbankan umum syariah yang terbatas, atau dapat dikatakan belum mampu menjangkau pada kalangan yang tidak dapat memenuhi persyaratan untuk mendapatkan pembiayaan di bank umum syariah. Maka dalam beberapa tahun terakhir ini OJK mulai

³ Lailatul Qadariyah, Arif Rahman Eka Permata, "Peran Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Perekonomian Di Indonesia: Studi Teoritik dan Empirik", Jurnal Universitas Trunojoyo Madura, 1.

⁴ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017-2019*, 9.

memberikan perhatian terhadap masyarakat dari kalangan menengah ke bawah yaitu dengan membentuk LKMS (Lembaga Keuangan Mikro Syariah). LKMS ini hadir untuk membantu perbankan dalam memberikan pembiayaan kepada para pelaku usaha, guna menggerakkan pada sektor riil. Perkembangan LKMS ini lebih dikenal oleh kalangan pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM), hal ini dikarenakan karena sifatnya yang lebih fleksibel dan persyaratan yang tidak terlalu ketat.⁵ Hal ini sesuai dengan kebutuhan para pelaku usaha kecil yang pada umumnya membutuhkan pembiayaan sesuai dengan skala dan sifat usaha kecil.

Berikut ini merupakan data perkembangan lembaga keuangan mikro konvensional dan syariah per tahun 2017 dan 2018:

Tabel 1.1
Data Lembaga Keuangan Mikro Tahun 2017-2018⁶

Lembaga	Tahun	
	2017	2018
Konvensional	151	155
Syariah	29	38
Jumlah	180	193

Sumber: Kontan.co.id, April 2018 serta data Publikasi OJK

⁵ Aan Nasrullah, "Upaya Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Penggunaan Produk dan Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Sebagai Salah Satu Pilar Sistem Keuangan Nasional", Prosiding Seminar Nasional dan Temu Ilmiah Jaringan Peneliti IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi, 16.

⁶ Kontan.co.id, April 2018 serta data Publikasi OJK

Dari data di atas menunjukkan bahwasanya terjadi peningkatan jumlah LKM dari tahun 2017 ke tahun 2018 yakni sebesar 13 lembaga. Kemudian pada lembaga keuangan mikro konvensional meningkat sebanyak 4 lembaga, sedangkan untuk lembaga keuangan mikro syariah meningkat sebanyak 9 lembaga. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa peningkatan jumlah LKM syariah jauh lebih tinggi dibandingkan LKM konvensional. Hal ini dikarenakan pola pikir masyarakat yang mulai sadar ingin terbebas dari praktek bunga, dan lebih memilih kepada prinsip bagi hasil atau secara syariah.

Lembaga Keuangan Mikro (LKM) adalah lembaga keuangan yang secara khusus didirikan dengan maksud untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggotanya dan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan.⁷ Sedangkan LKMS merupakan lembaga keuangan yang secara khusus didirikan dengan maksud untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dijalankan sesuai dengan prinsip syariah.

Dalam perkembangannya di Indonesia bentuk-bentuk dan kategori LKM antara lain adalah terdapat dua bentuk utama yaitu LKM bank dan non bank. LKM Bank terdiri dari BRI Unit Desa, BPR, dan BKD (Badan

⁷ Romi Iskandar, *Buku Saku Pendamping Lembaga Keuangan Mikro*, (Jambi: Pundi Sumatera, 2015), 2.

Kredit Desa). Sedangkan yang non bank terdiri dari Koperasi Simpan Pinjam (KSP), Unit Simpan Pinjam (USP), Lembaga Dana Kredit Pedesaan (LDKP), *Baitul maal Wattamwil* (BMT), Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Arisan, Pola Pembiayaan *Gramen*, Pola Pembiayaan ASA, Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM), *credit union*. Dan beberapa tahun terakhir ini pemerintah bersama OJK mendirikan LKMS baru yang diberi nama Bank Wakaf Mikro yang menggunakan konsep spesial. Dengan keberadaan LKMS bertujuan untuk mawadahi bagi mereka yang ingin memenuhi prinsip syariah dalam transaksi keuangan, sehingga pengusaha kecil atau menengah yang belum dapat mengakses produk dan jasa Perbankan Syariah akibat persyaratan yang belum terpenuhi, dapat mengakses LKMS.⁸

Dengan semakin besarnya kebutuhan para konsumen untuk memperoleh modal untuk digunakan usaha. Maka para LKM saling berlomba-lomba untuk mengembangkan keberadaan lembaga mereka serta berupaya memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya. Dalam hal ini mereka menggunakan konsep pemasaran, dalam konsep pemasaran yang seringkali kita ketahui hanya terdapat 4 komponen bauran pemasaran di dalamnya, diantaranya adalah *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi). Namun sebenarnya konsep pemasaran yang sering disebut dengan istilah 4P ini hanya berlaku bagi pemasaran

⁸ Aan Nasrullah, "Upaya Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Penggunaan Produk dan Jasa Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Sebagai Salah Satu Pilar Sistem Keuangan Nasional", Prosiding Seminar Nasional dan Temu Ilmiah Jaringan Peneliti IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi, 19.

produk saja, sedangkan bagi pemasaran pada produk jasa bauran pemasaran 4P ini belum dapat meng-*cover* secara keseluruhan.

Maka dari itu para ahli pemasaran memberikan beberapa tambahan komponen bagi bauran pemasaran produk jasa, diantaranya adalah *people* (sumber daya manusia), *process* (proses), dan pelayanan. Dengan adanya ketiga tambahan komponen bauran pemasaran yang ada pada jasa, diharapkan dapat semakin menyempurnakan komponen yang telah ada sebelumnya. Hal ini karena ketiga komponen tersebut berkaitan dengan jasa dimana tahapan operasi hingga konsumsi merupakan sebuah rangkaian yang tidak dapat dipisahkan serta mengikutsertakan konsumen dan pemberi jasa secara langsung. Dari ketujuh unsur-unsur tersebut berkaitan satu sama lain dan saling melengkapi sehingga apabila salah satu tidak tepat dalam pengorganisasiannya maka akan mempengaruhi strategi pemasaran secara keseluruhan.⁹

Berikut ini adalah teori bauran pemasaran jasa yang dikemukakan oleh Rambat Lupiyoadi yang terdiri dari tujuh hal, yaitu sebagai berikut:¹⁰

1. Produk (*product*): yaitu sejenis jasa yang ingin ditawarkan dan merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen.
2. Harga (*price*): yaitu berkaitan dengan strategi penentuan harga.

⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 93.

¹⁰ *Ibid.*,

3. Lokasi/tempat (*place*): bagaimana sistem penyampaian yang akan diterapkan. Atau bisa dikatakan sebagai saluran pemasaran atau saluran penjualan.
4. Promosi (*promotion*): bagaimana promosi yang seharusnya dilakukan yang dimaksudkan untuk merangsang respon pasar yang lebih cepat serta lebih kuat.
5. Orang/SDM (*people*): berkaitan dengan tipe kualitas dan kuantitas SDM yang akan terlibat dalam pemberian jasa. SDM ini memegang peranan yang sangat penting dalam menciptakan nilai jasa.¹¹
6. Proses (*process*): bagaimana proses dalam operasi jasa tersebut.
7. Layanan pelanggan (*customer service*): berkaitan dengan layanan/jasa apa yang akan diberikan kepada konsumen.

Perkembangan LKM ini tersebar secara merata ke seluruh penjuru Indonesia khususnya pada Pulau Jawa. Kota Kediri merupakan kota terbesar ke 3 di provinsi Jawa Timur, nomor satu adalah Kota Surabaya dan urutan nomor kedua adalah Kota Malang. Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) Jawa Timur, sampai pada tahun 2015 jumlah penduduk yang ada di Kota Kediri berjumlah 312.999 orang/jiwa. Wilayah bagian dari Kota Kediri sendiri terdiri atas tiga kecamatan yaitu Kecamatan Mojoagung, Kecamatan Kota Kediri, dan Kecamatan Pesantren. Kemudian dari ketiga kecamatan tersebut dibagi menjadi 46 kelurahan.¹²

¹¹ Ika Novi Indriyati dkk, "Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Persepsi Konsumen PT Home Credit Indonesia", Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis, Vol.4 No. 2, Mei 2018, 262-263.

¹² <https://id.m.wikipedia.org>

Salah satu kecamatan yang ada di Kota Kediri adalah Kecamatan Mojoroto, Kecamatan Mojoroto ini mencakup seluruh wilayah Kota Kediri bagian barat sungai dengan luas 24,6 km². Kecamatan ini dibagi menjadi 14 kelurahan, diantaranya adalah Kelurahan Pojok, Campurejo, Tamanan, Banjarmlati, Bandar Kidul, Lirboyo, Bandar Lor, Mojoroto, Sukorame, Bujel, Ngampek, Gayam, Mrican, dan Dermo.¹³

Di Kecamatan Mojoroto bagian utara terdapat tiga lembaga keuangan syariah yaitu Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo di Kelurahan Lirboyo, Koperasi Syariah Berkah Abadi di Kelurahan Mojoroto, dan KSPPS BMT PETA di Kelurahan Bandar Kidul. Dimana ketiga lembaga ini saling bersaing untuk mendapatkan nasabah dan dapat menguasai pasar. Ketiga lembaga tersebut memiliki perbedaan satu sama lain, ada kelebihan serta juga terdapat kekurangan. Berikut ini adalah perbandingan dari ketiga lembaga tersebut:

¹³ Badan Pusat Statistik Kota Kediri, *Kecamatan Mojoroto Dalam Angka 2018*, (Kediri: © BPS Kota Kediri, 2018), 5-7.

Tabel 1.2
Perbandingan Lembaga Keuangan Mikro Syariah
di Kecamatan Mojojoto

Perbandingan	Nama Lembaga		
	BWM Berkah Rizqi Lirboyo	Koperasi Syariah Berkah Abadi	KSPPS BMT PETA
Produk	Pembiayaan Akad Qard	Simpanan: bagi hasil, tabungan wajib anggota, tabungan hari raya. Pembiayaan: akad mudharabah	Simpanan: tahajjud, tabaruk, taburi, tafakur. Pembiayaan: murabahah, mudhorobah, musyarokah, rahn, ijarah.
Harga	3% per tahun, tanpa agunan.	24% per tahun, tanpa agunan.	20% per tahun. Dengan agunan
Tempat	Strategis	Kurang strategis	Strategis
Promosi	Sosialisasi, area kec. Mojojoto saja.	Medsos, <i>mouth to mouth</i> , khusus anggota saja.	Brosur, medsos, <i>mouth to mouth</i> , seluruh area kota dan kab. Kediri.
SDM	Berkompeten	Kurang Berkompeten	Berkompeten
Proses	Tidak rumit, berkelompok	Tidak rumit, tidak berkelompok.	Tidak rumit, tidak berkelompok.
Pelayanan	Jemput bola, pemberian edukasi.	Jemput bola atau langsung ke kantor.	Jemput bola atau langsung ke kantor.
Jumlah nasabah	600 orang	28 orang	500 orang

Sumber: Wawancara dengan Pegawai Lembaga

Dari tabel di atas menunjukkan perbandingan dari ketiga lembaga, perbandingan yang paling tampak adalah pada produk, harga, promosi, dan pelayanan. Pada produk BWM hanya memiliki satu produk saja yaitu

produk pembiayaan dengan akad qard, sedangkan untuk kedua lembaga lebih banyak menawarkan produk yang beragam. Kemudian pada harga BWM merupakan lembaga yang paling unggul karena hanya menetapkan margin sebesar 3% per tahun, sedangkan dari kedua lembaga lain menawarkan harga yang jauh lebih tinggi yakni sebesar 24% dan 20% per tahun.

Pada sistem promosi yang paling unggul adalah KSPPS BMT PETA, karena jangkauan pangsa pasarnya jauh lebih luas dari pada kedua lembaga yang lain karena mencakup seluruh wilayah Kota dan Kabupaten Kediri. Kemudian pada pelayanan yang paling menarik adalah pada lembaga BWM di mana selain menerapkan sistem jemput bola yang juga diterapkan bagi dua lembaga yang lain. BWM juga memberikan pelayanan dengan memberikan edukasi seputar keagamaan kepada para nasabahnya untuk menambah wawasan mereka. Dari data tersebut peneliti tertarik untuk mengambil objek penelitian dengan lembaga Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo karena sistem yang mereka terapkan lebih merangkul kepada masyarakat menengah ke bawah yang belum memiliki akses dengan perbankan.

Bank Wakaf Mikro (BWM) adalah lembaga keuangan mikro syariah yang dibentuk oleh pemerintah bersama Otoritas Jasa Keuangan yang bekerja sama dengan pondok pesantren demi mendorong ekonomi umat. BWM bertujuan untuk menyediakan akses permodalan atau pembiayaan bagi masyarakat yang berasal dari kalangan menengah ke bawah yang belum memiliki akses pada lembaga keuangan formal. Tujuan

utama didirikannya lembaga ini adalah untuk mengurangi adanya ketimpangan sosial dan kemiskinan yang ada di masyarakat serta menghindarkan masyarakat kecil terhadap praktek rentenir.¹⁴

Dalam siaran pers OJK SP 75/DHMS/OJK/XI/2018, perkembangan BMW dimulai dari Oktober 2017 hingga sekarang yang diinidiasi oleh OJK bersama LAZNAS BSM (Lembaga Amil Zakat Nasional Bangun Sejahtera Mitra). Pada November 2018, BMW secara keseluruhan memiliki 7.542 nasabah dengan penyaluran pembiayaan Rp. 9,14 miliar dan jumlah BWM sudah 35 yang terdaftar di OJK.¹⁵

Alur operasional pembiayaan yang ada pada BWM yaitu pertama, para donatur yang memiliki kelebihan dana dan memiliki kepedulian kepada program pemberdayaan masyarakat miskin memberikan dananya kepada LAZNAS. Kedua, dari lembaga Lembaga Amil Zakat Nasional menggunakan dana tersebut untuk modal pendirian dan modal kerja untuk kemudian disalurkan kepada Bank Wakaf Mikro. Kemudian ketiga, dari Bank Wakaf Mikro menyalurkan pembiayaan kepada para nasabah yang berasal dari masyarakat miskin yang produktif dengan menggunakan akad qard dan membayar margin sebesar 3%. Keempat, setelah diberikannya pembiayaan kepada masyarakat miskin produktif tersebut, untuk setiap minggunya akan diadakan pendampingan oleh petugas BWM. Dari

¹⁴ <https://www.ojk.go.id>

¹⁵ Hari Sutra Disemadi, Kholis Roisah, "Kebijakan Model Bisnis Bank Wakaf Mikro Sebagai Solusi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat", *Jurnal Law Reform*, Vol.15 No. 2, 2019, 179.

pendampingan setiap minggu inilah margin 3% ini didapatkan oleh petugas BWM, yaitu sebagai ujah biaya pendampingan.¹⁶

Pada kenyataannya Bank Wakaf Mikro ini cukup diminati oleh masyarakat walaupun bisa dikatakan sebagai lembaga yang masih cukup baru namun antusias dari masyarakat cukup besar. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya masyarakat dari kalangan menengah ke bawah yang menjadi nasabah di Bank Wakaf Mikro. Berikut ini adalah data jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan di Bank Wakaf Mikro Berkah Rizki Lirboyo beberapa tahun terakhir:

Tabel 1.3
Jumlah Nasabah Pembiayaan per Tahun 2017-2019

Tahun	Jumlah Nasabah
2017	95
2018	430
2019	600

Sumber: hasil wawancara dengan manager BWM Berkah Rizqi Lirboyo

Dari tabel 1.3 tentang jumlah nasabah di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah dari tahun 2017 sampai 2019 semakin mengalami peningkatan. Hal ini pasti tidak dapat dipisahkan dari konsep pemasaran yang diterapkan di dalam Bank Wakaf Mikro sehingga masyarakat sangat antusias menyambut kehadirannya.

Salah satu daya tarik yang ada pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo adalah pada 2 komponen yakni harga dan pelayanan. Harga

¹⁶ Wawancara dengan Manager Lembaga Bank Wakaf Mikro Berkah Rizki Lirboyo.

merupakan salah satu faktor yang dominan dalam menentukan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk, jika harga yang ditawarkan sesuai maka konsumen akan tertarik untuk membelinya. Penentuan harga yang tepat yakni dengan menetapkan margin yang rendah serta menyesuaikan dengan keadaan calon nasabah yang berasal dari masyarakat menengah ke bawah menjadikan nasabah melakukan pembiayaan di Bank Wakaf Mikro.

Komponen kedua adalah pelayanan, dalam pelayanan ini mampu menarik para nasabah untuk mengambil sebuah keputusan untuk melakukan pembiayaan. Pelayanan yang baik seperti sistem jemput bola dan tambahan edukasi seputar keagamaan yang diberikan oleh pegawai BWM akan memberikan kepuasan tersendiri bagi para nasabah untuk tetap memilih lembaga Bank Wakaf Mikro tersebut. Selain itu keputusan peneliti mengambil variabel dengan menggunakan dua komponen yakni harga dan pelayanan juga diperkuat dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti.

Berikut ini adalah data yang diperoleh dari observasi awal yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 1.4
Distribusi Alasan Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Faktor	Jumlah Nasabah (Orang)
Produk	8
<i>Price/ Harga</i>	14
Promosi	-
<i>Place/Tempat</i>	-
<i>People/ Orang</i>	-
Proses	-
Pelayanan	13
Jumlah	35

Sumber: data berdasarkan observasi awal

Berdasarkan tabel 1.4 di atas diketahui bahwa terdapat distribusi alasan keputusan pengambilan pembiayaan. Distribusi alasan tersebut yaitu: faktor produk, faktor harga, faktor promosi, faktor tempat, faktor orang/SDM, faktor proses, dan faktor pelayanan. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, faktor yang dipilih oleh para nasabah untuk mengambil pembiayaan di Bank Wakaf Mikro ini adalah faktor harga yaitu sebanyak 14 orang nasabah. Kemudian faktor pelayanan adalah 13 orang nasabah dan faktor produk sebanyak 8 orang nasabah. Maka berdasarkan hasil observasi awal tersebut dapat diketahui bahwa faktor yang paling banyak dipilih oleh nasabah adalah faktor harga dan pelayanan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN (Studi Pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana harga pembiayaan pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo?
2. Bagaimana pelayanan pembiayaan pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo?
3. Bagaimana keputusan pengambilan pembiayaan pada nasabah Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan pada nasabah Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo?
5. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan pada nasabah Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo?
6. Bagaimana pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan pada nasabah Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas, tujuan yang hendak diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga pembiayaan pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan pembiayaan pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo.
3. Untuk mengetahui keputusan pengambilan pembiayaan pada nasabah Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga pembiayaan pada nasabah Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan pembiayaan pada nasabah Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan pelayanan pembiayaan pada nasabah Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Sejalan dengan tujuan penelitian di atas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna dalam dua aspek berikut ini:

1. Aspek teoritis

Menambah wawasan dan menyempurnakan pengetahuan keilmuan bagi peneliti. Yaitu mengenai pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di Bank Wakaf Mikro maupun lembaga keuangan sejenis. Selain itu, hasil penelitian ini

diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti lain yang penelitiannya juga berkaitan dengan pemasaran atau marketing. Serta menambah khazanah kepustakaan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri.

2. Aspek praktis

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga dan pelayanan di Bank Wakaf Mikro sekaligus sebagai bahan masukan dalam peningkatan pelayanan, terutama layanan pembiayaan. Juga sebagai pedoman dan dasar bagi peneliti lain untuk mengembangkan dan mengkaji lebih dalam mengenai permasalahan ini.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara terhadap masalah yang sedang diteliti dan harus dikaji secara empiris dan lebih mendalam lagi.¹⁷ Adapun hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis Alternatif (Ha) dari penelitian ini adalah:

Ha₁ = Ada pengaruh harga terhadap keputusan pengambilan pembiayaan (Studi Pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyoy).

Ha₂ = Ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan (Studi Pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyoy).

¹⁷ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002), 69.

H_{a3} = Ada pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan (Studi Pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo).

2. Hipotesis Nol (H_0) dari penelitian ini adalah:

H_{01} = Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pengambilan pembiayaan (Studi Pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo).

H_{02} = Tidak ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan (Studi Pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo).

H_{03} = Tidak ada pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan (Studi Pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo).

F. Telaah Pustaka

Pada bab ini peneliti menyajikan penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan judul dengan penelitian yang peneliti lakukan. Pembahasan tentang penelitian terdahulu dilakukan sebagai bahan pertimbangan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Dalam penelitian ini peneliti mengambil tiga penelitian terdahulu antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Hanifah Nur Aini¹⁸. Hasil penelitian melalui uji F menunjukkan variabel kualitas pelayanan, citra lembaga dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan

¹⁸ Hanifah Nur Aini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas terhadap Minat Muzakki untuk Menyalurkan Zakat Profesi pada Pos Keadilan Peduli Ummat (PKPU) Cabang Yogyakarta." (Skripsi), (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).

terhadap minat *muzakki* untuk menyalurkan zakat profesi pada PKPU Cabang Yogyakarta. Dan hasil Uji T menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat *muzakki* untuk menyalurkan zakat profesi pada PKPU Cabang Yogyakarta. Sedangkan variabel citra lembaga berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap minat *muzakki* untuk menyalurkan zakat profesi pada PKPU Cabang Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat muzakki untuk menyalurkan zakat profesi dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, citra lembaga, dan religiusitas sebesar 0,747 atau sebesar 74,7%.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu: sama-sama menggunakan variabel X kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaan skripsi di atas dengan penelitian ini yaitu: (1) skripsi yang akan diteliti hanya mencari tahu bagaimana pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Sedangkan skripsi yang diteliti Hanifah Nur Aini mencari tahu pengaruh kualitas pelayanan, citra lembaga, dan religiusitas terhadap minat muzakki. (2) Pada skripsi yang akan diteliti variabel Y nya adalah keputusan pengambilan pembiayaan, sedangkan pada skripsi yang diteliti Hanifah Nur Aini variabel Y nya adalah Minat Muzakki untuk Menyalurkan Zakat Profesi.

2. Penelitian yang ditulis oleh Choitrotun.¹⁹ Hasil penelitian melalui uji F menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan *mudarabah* di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik. Dan hasil Uji T menunjukkan variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah untuk melakukan pembiayaan *mudarabah* di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengambilan keputusan untuk melakukan pembiayaan *mudarabah* dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan religiusitas nasabah yaitu sebesar 0,233 atau sebesar 23,3%.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu: sama-sama menggunakan variabel X kualitas pelayanan dan variabel Y keputusan pengambilan pembiayaan. Sedangkan perbedaan skripsi di atas dengan penelitian ini yaitu: (1) skripsi yang akan diteliti hanya mencari tahu bagaimana pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Sedangkan skripsi yang diteliti Choitrotun Nisa' mencari tahu pengaruh kualitas pelayanan dan religiusitas nasabah. (2) lokasi yang akan diteliti yaitu di Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo, sedangkan penelitian Choitrotun Nisa' berlokasi di BMT Nurul Jannah PT. Petrokimia Gresik .

¹⁹ Choitrotun Nisa', "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Nasabah Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Pembiayaan Mudarabah di BMT Nurul Jannah PT. Petrokimia Gresik" (Skripsi), (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).

3. Skripsi yang ditulis oleh Ulin Na'im.²⁰ Hasil penelitian melalui uji F menunjukkan variabel *price* pembiayaan murabahah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat nasabah di BMT Artha Salasabil Ngaliyan Semarang. Dan hasil Uji T menunjukkan variabel *price* pembiayaan murabahah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat nasabah di BMT Artha Salasabil Ngaliyan Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat nasabah untuk melakukan pembiayaan murabahah dipengaruhi oleh variabel *price* atau harga yaitu sebesar 0,429 atau sebesar 42,9%.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu: sama-sama menggunakan variabel X *price* atau harga dan variabel Y keputusan pengambilan pembiayaan. Sedangkan perbedaan skripsi di atas dengan penelitian ini yaitu: (1) skripsi yang akan diteliti mencari tahu bagaimana pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Sedangkan skripsi yang diteliti Ulin Na'im hanya mencari tahu pengaruh *price* atau harga. (2) lokasi yang akan diteliti yaitu di Bank Wakaf Mikro Berkah Rizqi Lirboyo, sedangkan penelitian Ulin Na'im berlokasi di BMT Artha Salsabil Ngaliyan Semarang.

²⁰ Ulin Na'im, "Pengaruh Price Pembiayaan Murabahah Terhadap Minat Nasabah (Studi Kasus di BMT Artha Salsabil Ngaliyan Semarang)" (Skripsi), (Semarang: IAIN Walisongo Semarang, 2012).