

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembiayaan merupakan penyedia uang ataupun tagihan yang disediakan oleh koperasi atau bank, baik syariah maupun tidak. Dalam transaksi ini tentunya sudah ada kesepakatan antara kedua belah pihak yang intinya setiap orang yang diberikan pinjaman mempunyai kewajiban mengangsur dana tersebut beserta bagi hasil/jatuh tempo yang sudah disepakati di awal.¹

Murabahah adalah pinjaman oleh lembaga keuangan syariah untuk masyarakat yang membutuhkan untuk bisnis konsumsi yang sifatnya tergantung pada setiap anggota itu sendiri.²

Seiring dengan berjalannya perekonomian dan perkembangan zaman yang pesat, banyak masyarakat yang membutuhkan pembiayaan untuk membantu dalam hal permodalan untuk memenuhi kebutuhan ataupun untuk mengembangkan bisnisnya. Oleh karena itu kemudian tumbuhlah koperasi syariah yang sesuai dengan syariat Islam untuk menggapai sukses di dunia

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), h.105-106.

² Kasmir, *Menejemen Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo, 2000), h.73.

maupundiakhirat kelak serta keselarasanantara kemanusiaan dan juga usahanya, kesatuan antara fisik dan mental serta perasaan dan juga jasmani.

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat diartikan mengenai bagaimana seseorang menjatuhkan pilihannya, lalu menggunakan sebuah pelayanan itu dan mengevaluasi setelah menggunakan layanan tersebut, apakah hasilnya memuaskan atau tidak. Kemudian ada 4 faktor yang mendasari pembeli diantaranya faktor budaya, sosial, pribadi dan juga psikologis. Perusahaan diwajibkan mempelajari perilaku konsumennya bagaimana proses pengambilan pilihannya atau pun layanan jasa yang digunakannya, serta faktor apa saja membuat *customer* puas menggunakan layanan itu. Jika perusahaan enggan memahami hal tersebut, maka tidak ada perusahaan yang dapat menciptakan jasa yang akan memberikan kepuasan kepada konsumennya.³

Mengambil keputusan berarti *customer* tersebut menentukan satu pilihan diantara sekian banyak pilihan alternatif. Dengan mengambil sebuah keputusan tentunya memiliki resiko yang akan timbul secara beragam dimulai dari yang terkecil sampai terbesar serta lingkungan terdampak berbeda pula. Tujuan mengambil keputusan adalah menyelesaikan (*problem solving*) tentunya bermanfaat sebagai sebuah arah pencapaian. Faktor pembelian didasari oleh

³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2003), h.2.

ruang lingkup di mana masyarakat itu tinggal. Ada beberapa hal yang mendasari kebutuhan setiap individu tentunya berbeda-beda mulai dari kemauan, *life style, condition economy, need live.*⁴

Berikut ini adalah penjelasan faktor dasar perilaku konsumen:

Gambar 1.1

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Kebudayaan	B u d a y a S u b B u d a y a K e l a s S o s i a l	P e m b e l i
S o s i a l	K e l o m p o k R e f e r e n s i K e l u a r g a P e r a n d a n S t a t u s	
P r i b a d i	U s i a d a n T a h a p D a u r H i d u p P e k e r j a a n K o n d i s i E k o n o m i G a y a H i d u p K e p r i b a d i a n d a n K o n s e p D i r i	
P s i k o l o g i s	M o t i v a s i P e r s e p s i P r o s e s P e m b e l a j a r a n K e p e r c a y a a n d a n S i k a p	

Sumber: Kotler dan Armstrong (1997)

Dilihat dari siklus berkembangnya lembaga *financial* terutama syariah yang bermunculan saat ini, maka KSU BMT Rahmat hadir dan dapat digunakan sebagai solusi masalah keuangan baik pinjaman, tabungan maupun pelayanan

⁴ Kotler dan Armstrong (1997).

sebagai alternatif penolong masyarakat bahkan juga siap bersaing untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di pasar.⁵

Tabel 1.1

Jumlah Anggota Yang Menggunakan Produk KSU BMT Rahmat

Kota Kediri Tahun 2019

N O	J e n i s P r o d u k	J u m l a h
1 .	P e m b i a y a a n <i>M u r a b a h a h</i>	7 . 0 8 4
2 .	S i m p a n a n M u d h a r a b a h	9 3 7
3 .	S i m p a n a n M u d h a r a b a h 3	1 0 4
4 .	S i m p a n a n M u d h a r a b a h 6	3 7
5 .	S i m p a n a n M u d h a r a b a h 1 2	1 2 4
6 .	Simpanan Mudharabah(Pensiun Berkah)	1 4 1
T o t a l		8 . 4 2 7

Sumber : KSU BMT Rahmat Kota Kediri

Berdasarkan tabel 1.1 anggota lebih memilih pembiayaan *murabahah* karena pelayanan yang diberikan memuaskan, sehingga hal inilah yang menjadi alasan anggota KSU BMT Rahmat memilih produk tersebut.

⁵ Profil KSU BMT Rahmat Syariah.

Terlihat dari observasi awal anggota pembiayaan *murabahah* 2019 sebanyak 7.084 orang namun peneliti hanya mengambil 50 (lima puluh) responden, dimana yang menggunakan produk pembiayaan *murabahah* sebanyak 37 orang dan yang memiliki simpanan *mudharabah* sebanyak 13 orang.

Pembiayaan *murabahah* dapat digunakan untuk khalayak umum yang membutuhkan jasa pembiayaan *murabahah* KSU BMT Rahmat, seperti: pelajar, wirausaha, petani, pedagang, ibu rumah tangga, atau pekerjaan lainnya namun yang lebih dominan adalah anggota yang bekerja sebagai wirausaha dengan penghasilan senilai kurang dari satu juta rupiah perbulan.⁶

Berikut ini adalah data pembiayaan *murabahah* berdasarkan data hasil observasi awal pada tahun 2017-2019:

Tabel 1.2

**Data Pembiayaan *Murabahah* Baitul Maal Wat Tamwil
di Kecamatan Mojojoto**

N a m a K o p e r a s i	Tahun 2 0 1 7	Tahun 2 0 1 8	Tahun 2 0 1 9	T o t a l
K S U B M T R a h m a t	6.024	6.526	7.084	19.634
B M T U G T S i d o g i r i	3.167	3.323	3.707	10.197
K S S P S B M T P E T A	9 8 7	8 8 6	1.542	3.415
BMT Sumber Makmur Syariah	7 7 6	8 5 8	1.032	2.666

⁶ Wawancara dengan Eny Nurhayati selaku Manajer BMT Rahmat Syariah Semen Kediri. Pada hari senin, 09 Desember 2019 Pukul 09:40.

Sumber : Berdasarkan observasi awal bulan Desember 2019.

Dari data diatas dapat dilihat pinjaman di KSU Rahmat selama 3 tahun terakhir memiliki jumlah total tertinggi yaitu sebanyak 19.634 dari keempat BMT yang ada di kecamatan Mojoroto hal ini dikarenakan kenyamanan yang diberikan oleh lembaga KSU BMT Rahmat akhirnya *customer* pun percaya dan tidak kapok bertransaksi di KSU BMT Rahmat sehingga sering bertransaksi ulang karena lembaga tersebut memberikan pelayanan yang terbaik.

Suatu produk perbankan syariah dapat berperan sebagai solusi dalam menyelesaikan permasalahan perekonomian masyarakat dan mampu menjadi alat untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Lembaga keuangan Syariah merupakan lembaga yang operasional usahanya harus sesuai dengan perspektif Islam atau syari'at Islam, maka akad-akad yang digunakan juga harus sesuai. Begitu pula dengan KSU BMT Rahmat Kediri, dalam setiap usahanya BMT Rahmat otomatis peka terhadap lingkungan sekitarnya, misalnya dalam masalah perekonomian yang mendasari perilaku dan alasan

pemilihan pembiayaan anggotanya. Serta faktor apa yang menyebabkan banyaknya anggota yang menggunakan pembiayaan *murabahah* di KSU BMT Rahmat inilah yang menjadi pertanda bahwa lembaga ini berkembang secara pesat.

Selanjutnya, lembaga keuangan harus mempelajari apa saja faktor yang mempengaruhi anggotanya untuk memilih suatu keputusan. Lalu faktor yang mendasari pinjaman di KSU Rahmat yaitu faktor pribadi yaitu kondisi ekonomi.

Dari hasil observasi pada 50 anggota di KSU BMT Rahmat didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 1.3
Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi		Jumlah Responden
Kebudayaan	B u d a y a	2
	S u b b u d a y a	-
	K e l a s s o s i a l	-
S o s i a l	Kelompok referensi	2
	K e l u a r g a	-
	P e r a n d a n s t a t u s	-
P r i b a d i	Usia dan tahap daur hidup	-
	P e k e r j a a n	-
	Kondisi ekonomi	3 1
	G a y a h i d u p	-
	Kepribadian dan konsep diri	-
P s i k o l o g i s	M o t i v a s i	-
	P e r s e p s i	-
	P e m b e l a j a r a n	1 5
	Sikap dan kepercayaan	-

Sumber : Berdasarkan observasi awal bulan Desember 2019.

Pada tabel 1.3 dapat dilihat dari beberapa anggota konsumen yang dijadikan sebagai responden pada observasi, memiliki lebih dari satu faktor yang menjadi alasan dalam melakukan pembiayaan *murabahah*. Akan tetapi, alasan terbanyak *customer* melakukan pembiayaan *murabahah* dikarenakan faktor pribadi yaitu kondisi ekonomi dan juga faktor psikologis yaitu pembelajaran. Kondisi ekonomi *customer* disini terbangun dari banyaknya anggota KSU BMT *murabahah* yang membutuhkan modal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, maupun untuk mengembangkan usahanya sedangkan pembelajaran disini terbangun dari pengalaman anggota yang puas dengan pelayanan KSU BMT Rahmat sehingga ketika sudah selesai transaksinya dan kemudian hari membutuhkan dana lagi, *customer* akan kembali bertansaksi ulang dilembaga tersebut.

Pemilihan BMT Rahmat sebagai objek penelitian karena KSU BMT Rahmat sebagai suatu lembaga koperasi yang masih mampu bertahan di tengah tengah banyaknya lembaga keuangan syariah yang banyak bermunculan pada saat ini dan KSU BMT Rahmat memiliki potensi besar untuk berkembang, karena lokasinya yang berada di tempat-tempat usaha dimana mereka dapat menempatkan dana atau melakukan pembiayaan di BMT Rahmat. Hasil dari penjabaran diatas peneliti memutuskan mengambil tema bagaimana: "Pengaruh

Kondisi Ekonomi Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan *Murabahah*” (Studi pada Anggota KSU Rahmat Syari’ah Kediri).

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan penjabaran pada diatas didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi ekonomi anggota pembiayaan *murabahah* pada KSU BMT Rahmat?
2. Bagaimana keputusan pemilihan anggota pembiayaan *murabahah* pada KSU BMT Rahmat ?
3. Bagaimana pengaruh kondisi ekonomi anggota terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan *murabahah* pada KSU BMT Rahmat?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan penjelasan pada latar belakang diatas didapatkan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui kondisi ekonomi anggota pembiayaan *murabahah* pada KSU BMT Rahmat.
2. Mengetahui keputusan pemilihan anggota pembiayaan *murabahah* di KSU BMT Rahmat.

3. Mengetahui pengaruh kondisi ekonomi anggota terhadap keputusan pemilihan produk pembiayaan murabahah pada KSU BMT Rahmat.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berkeinginan penelitian ini bisa memberikan manfaat padaseluruh pihak, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan guna mengukur kemampuan peneliti dalam menerapkan ilmu yang didapatkan pada perkuliahan terutama tentang pengaruh kondisi ekonomi terhadap keputusan pembiayaan *murabahah* di KSU BMT Rahmat.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan bisa memperbanyak kepustakaan dan juga menambah referensi yang bisa digunakan sebagai sumber rujukan untuk mahasiswa yang juga meneliti dengan tema yang sama.

3. Bagi Lembaga

Diharapkan menjadi masukan pada manajemen perbankan dan koperasi jasa keuangan syari'ah sebagai bahan peninjauan supaya lebih memahami lagi faktor-faktor kebutuhan dan solusi anggotanya agar

meningkatkan jumlah anggota untuk menggunakan produk pembiayaan *murabahah* di lembaga tersebut.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan hasil yang sifatnya sementara yang keakuratannya masih wajib diuji lagi.⁷

Menurut paparan diatas, dapat disimpulkan menjadi hipotesis seperti berikut:

1. Ha: Terdapat hubungan positif antara kondisi ekonomi dengan keputusan pembiayaan *murabahah* di KSU BMT Rahmat.
2. Ho: Tidak terdapat hubungan positif antara kondisi ekonomi dengan keputusan pembiayaan *murabahah* di KSU BMT Rahmat.

F. Asumsi Penelitian

Menurut Arikunto, asumsi penelitian atau anggapan dasar merupakan dasar pemikiran yang keakuratannya dibenarkan oleh penyidik.⁸ Asumsi penelitian oleh peneliti digunakan sebagai dasar untuk berasumsi dan bertindak dalam melakukan penelitian. Mengacu pada hipotesis penelitian ini,

⁷ Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 21.

⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 66.

maka asumsi penelitian yang diajukan peneliti adalah kondisi ekonomi bisamemberikan dampak pada keputusan anggota dalam memanfaatkan suatu produk pembiayaan *murabahah* di KSU BMT Rahmat Kediri.

G.Telaah Pustaka

Telaah pustaka memiliki tujuan untuk menjabarkan suatu judul dan isi singkat dari tinjauan-tinjauan yang pernah dilakukan, buku-buku atau tulisan-tulisan yang berkaitan dengan topik atau masalah serupa yang akan diteliti.⁹Berikut ini beberapa penelitian terdahulu terkait penelitian yang akan dibuat:

1. Pengaruh Latar Belakang Pendidikan Orang Tua, Kondisi Ekonomi

Orang Tua dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Melanjutkan Studi ke Jenjang S2 Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNY. Oleh Tri Wiyono. Penelitian ini menggunakan metode *ex-post facto*. Variabel pada penelitian ini adalah minat melanjutkan studi ke jenjang S2, latar belakang pendidikan orang tua, kondisi ekonomi orang tua dan lingkungan sosial. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial: (1) tidak adanya pengaruh positif dan signifikan latar belakang pendidikan orang tua

⁹ Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri* (Kediri: STAIN Kediri, 2016), 62.

terhadap minat melanjutkan studi ke jenjang S2; (2) tidak adanya pengaruh positif dan signifikan kondisi ekonomi orang tua terhadap minat melanjutkan studi ke jenjang S2;

2. Peran Pembiayaan Murabahah Pada BMT NU Jombang Untuk Meningkatkan Perkembangan UMKM. Oleh Fahmi Hudhaibi Fa'iz mahasiswa IAIN Kediri, 2018. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa BMT NU Jombang sangatlah berperan penting bagi para nasabah dengan adanya BMT NU Jombang nasabah mengaku senang dengan adanya BMT NU Jombang nasabah kini bisa mengajukan pembiayaan *murabahah* untuk mengembangkan usahanya atau untuk membuka usaha yang baru.
3. Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan memilih produk pembiayaan *murabahah* pada BMT Fajar Cabang Bandar Lampung. Oleh Bella Suciati Agami. Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung. Penelitian ini memakai data yang diperoleh dengan dengan cara membagikan kuisisioner pada 44 anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Fajar Cabang Bandar Lampung. Secara parsial penelitian ini menyatakan faktor kebudayaan, faktor sosial, dan faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan faktor psikologis tidak berpengaruh positif

dan signifikan terhadap keputusan memilih produk pembiayaan *murabahah* pada BMT Fajar.¹⁰

4. “Pengaruh kepribadian konsumen terhadap keputusan pembelian mukenah bordir (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Putri Al-Fathimiyyah Tambakberas Jombang)”. Oleh Uswatun Chasanah mahasiswa IAIN Kediri 2019. Hasil hipotesis menunjukkan nilai sig (0,000) kurang dari 0,05. Pada variabel kepribadian konsumen (X) diperoleh thitung (6,386) > tabel (1,669), Kepribadian konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mukenah bordir pada santri.¹¹

H. Penegasan Istilah

Penegasan istilah bisaberupa definisi operasional variabel yang hendak diteliti. Definisi operasional variabel merupakan pengertian berlandaskan pada sifat-sifat sesuatu yang akan diamati.¹² Istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen

¹⁰ Rafit Mandana, “Pengaruh Pribadi, Sosial, Kebudayaan, dan Psikologis dalam pengambilan keputusan nasabah memilih produk”. (Skripsi ekonomi manajemen Universitas Naratoma Surabaya).

¹¹ Uswatun Chasanah, “Pengaruh kepribadian konsumen terhadap keputusan pembelian mukenah bordir (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Putri Al-Fathimiyyah Tambakberas Jombang)” (Skripsi ES IAIN Kediri 2019)

¹² Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri* (Kediri: STAIN Kediri, 2016), 72.

Terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi karakter seseorang mulai dari umur, perputaran hidup pembeli, profesi, kondisi ekonomi, *life style* juga kepribadian.

2. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan cara perumusan beragam pilihan lalu memilih salah satu keputusan untuk mengonsumsi sebuah produk ataupun jasa yang dibutuhkan.¹³

3. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* merupakan pinjaman dari jasa layanan keuangan syari'ah terhadap anggota fungsinya untuk pemenuhan kebutuhan produksi atau konsumsi yang sifatnya tergantung nasabah/anggota.¹⁴

¹³ Christoper Lovelock, dkk. *Pemasaran Jasa : Manusia, Teknologi dan Strategi Perspektif Indonesia*. Ter Dian Wulandari dan Devri Barnadi Putera (Jakarta: Erlangga, 2010), 51-52.

¹⁴ Muhammahd Asro dan Muhammad Kholid, *Fiqh Perbankan* (Bandung : Pustaka Setia, 2011), 125.