

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERMINTAAN PEMBIAYAAN MURABAHAH
PADA PT. BPRS AMANAH INSAN CITA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)

Pada Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

RIKO ANANDA
NPM: 1301270073



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

ABSTRAK

Riko Ananda, NPM: 1301270073, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Murabahah Pada PT. BPRS Amanah Insan Cita. Di bawah bimbingan Bapak Drs. Sugianto, MA sebagai pembimbing skripsi.

Program studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kebutuhan nasabah berpengaruh terhadap Permintaan Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Amanah Insan Cita.

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah pembiayaan PT. BPRS Amanah Insan Cita dengan total sampel sebanyak 50 responden yang terdiri dari 21 pernyataan. Uji statistic yang digunakan adalah uji asumsi klasik, uji T, uji F, uji koefisien determinasi (r^2), dan uji model dengan bantuan program SPSS versi 18.

Dari hasil perhitungan uji parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Pembiayaan Murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita. Sedangkan untuk variabel kebutuhan nasabah berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Pembiayaan pada PT. BPRS Amanah Insan Cita.

Dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa, “Ha diterima dan Ho ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kebutuhan nasabah secara bersama-sama terhadap Permintaan Pembiayaan Murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita”.

Dari hasil regresi diperoleh koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa model yang dibuat untuk memprediksi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kebutuhan nasabah mampu menjelaskan Permintaan Pembiayaan Murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita yaitu sebesar 15,9%, jadi sisanya ($100\% - 15,9\% = 84,1\%$) dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Kata kunci: Pembiayaan Murabahah, Faktor-Faktor Permintaan

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr. wb.

Allamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Murabahah Pada PT. BPRS Amanah Insan Cita**".

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah guna memperoleh Gelar Serjana Ekonomi Syariah jurusan Perbankan Syariah di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menemukan hambatan dan kesulitan. Namun berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik moral maupun spiritual akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini penulisan ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Ayahanda Kabirudin, S.pd dan Ibunda Juliati, SE sebagai sumber inspirasi tak ternilai yang telah mendo'akan, membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang dan pengorbanan yang tidak terhingga.
2. Paman Mauluddin, S.Sos dan Bunda Sukhraidah, SE terima kasih telah memberikan bantuan baik moril dan materinya.
3. Bapak Dr. Agussani, M. AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. M. Qorib, MA, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Zailani, S.Pd.I, MA, selaku Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Bapak Selamat Pohan, S.Ag, MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Drs. Sugianto, MA selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam menyusun skripsi ini.
8. Seluruh staff Dosen Pengajar dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
9. Bapak Rahman Qorib Lubis, M.E.I, selaku Pimpinan Cabang PT. BPRS Amanah Insan Cita yang telah memberikan bimbingan, arahan dan memenuhi hal-hal yang berkaitan dengan penulisan skripsi.
10. Buat seluruh staff Karyawan PT. BPRS Amanah Insan Cita.
11. Kakak-kakakku tersayang Okta Reny Yulika, Puput Novy Marita dan adik-adikku Dina Utami dan Neza Andila terima kasih atas perhatian dan support kepada penulis semoga Allah membalas semua keikhlasan kalian yang selalu memberikan kabahagiaan dan kebaikan.
12. Sahabat-sahabat terbaik, M. Haikal Akbar, Dwi Wiratami Putri, Mirza Rizki Alafanta, Renzo Nofriadi Putra, M. Sadam Kenedy, Dicky Nanda Muzida, Frengky Suriyadi terima kasih karena kalian telah memberikan inspirasi dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata saya sebagai penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan khususnya kepada penulis. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun kesempurnaan skripsi ini, sekian dan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Medan, 2017
Penulis

Riko Ananda

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Perumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II : LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	8
A. Landasan Teoritis	8
1. Pembiayaan Murabahah	8
a. Pengertian Pembiayaan	8
b. Unsur-Unsur Pembiayaan	10
c. Fungsi Pembiayaan	11
d. Jenis-Jenis Pembiayaan	12
2. Akad <i>Murabahah</i>	14
a. Pengertian Akad <i>Murabahah</i>	14
b. Dasar Hukum Akad <i>Murabahah</i>	15
c. Rukun dan Syarat <i>Murabahah</i>	16
d. Aplikasi Pembiayaan <i>Murabahah</i> dalam Bank Syariah	17
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan	21
a. Kualitas Produk <i>Murabahah</i>	22
b. Kualitas Pelayanan	23

c. Kebutuhan Nasabah	26
B. Kajian Terdahulu	30
C. Kerangka Pemikiran	33
D. Hipotesis	33
BAB III : METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan Penelitian	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel	36
D. Sumber Data	37
E. Definisi Operasional Variabel	37
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Teknik Analisa Data	39
1. Uji Asumsi Klasik.....	39
a. Uji Normalitas Data.....	39
b. Uji Multikolinearitas	39
c. Uji Heteroskedastisitas	40
2. Uji T Statistic	40
3. Uji F Statistic	40
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
5. Uji Model.....	41
BAB VI : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Penelitian.....	42
1. Karakteristik Responden	42
2. Deskripsi Variabel.....	45
a. Permintaan Pembiayaan <i>Murabahah</i>	46
b. Kualitas Produk.....	47
c. Kualitas Pelayanan	48
d. Kebutuhan Nasabah.....	49
3. Analisis Data.....	50
a. Uji Asumsi Klasik	50
1) Uji Normalitas Data	50

2) Uji Multikolenearitas	53
3) Uji Heteroskedastisitas.....	54
b. Uji T (Uji Parsial).....	55
c. Uji Hipotesis (Uji F).....	56
d. Uji Koefisien Determinasi (<i>squer R²</i>).....	57
e. Uji Model.....	57
B. Pembahasan	59
BAB V : KESIMPULAN dan SARAN	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Table I.1	Data Pembiayaan Murabahah dan Pembiayaan Mudharabah di PT. BPRS Amanah Insan Cita Periode 2010-2014	3
Table II.1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel III.1	Waktu Penelitian	36
Tabel III.2	Indikator Variabel Penelitian	38
Tabel IV.1	Jenis Kelamin	42
Tabel IV.2	Usia	43
Tabel IV.3	Pendidikan	44
Tabel IV.4	Pekerjaan	44
Tabel IV.5	Periode Pembayaran	45
Tabel IV.6	Skala Likert	46
Tabel IV.7	Tanggapan Responden tentang Permintaan Pembiayaan Murabahah	46
Tabel IV.8	Kualitas Produk	47
Tabel IV.9	Kualitas Pelayanan	48
Tabel IV.10	Kebutuhan Nasabah	49
Tabel IV.11	Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	51
Tabel IV.12	Uji Multikolinearitas	53
Tabel IV.13	Uji T (Uji Parsial)	55
Tabel IV.14	Uji Hipotesis	56
Tabel IV.15	Uji Koefisien Determinasi (<i>squer R²</i>)	57
Tabel IV.16	Uji Model	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Skema Pembiayaan Murabahah	8
Gambar II.2	Kerangka Pemikiran Teoritis	32
Gambar VI.1	Histogram	52
Gambar VI.2	Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	52
Gambar VI.3	Scatterplot	54

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan lembaga keuangan yang memiliki peranan dalam sistem keuangan di Indonesia. Keberadaan sektor perbankan memiliki peranan cukup penting, dimana dalam kehidupan masyarakat sebagian besar melibatkan jasa dari sektor perbankan. Hal ini dikarenakan sektor perbankan merupakan suatu lembaga yang mengembangkan fungsi utama sebagai perantara keuangan (*financing intermediary*) antara pihak-pihak yang memiliki dana (*surplus dana*) dengan pihak-pihak yang memerlukan dana (*defisit dana*) serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar aliran lalu lintas pembayaran.¹

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 *Bank Syariah* adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.² Bank umum syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.³ Bank pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.⁴

Kegiatan bank syariah selalu didasari dengan peraturan dan pengawasan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS), baik dari penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Dana yang dihimpun oleh bank syariah digabung menjadi satu, yang sering disebut dengan *pooling of fund* dan sesuai dengan fungsinya, bank syariah menginvestasikan dana tersebut dengan pola-pola penyaluran dana yang dibenarkan oleh bank syariah.

¹Veitzal Rivai, dkk., *Bank and Financial Intitution Management* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), h. 109

²UU RI Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Pasal 7.

³UU RI Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Pasal 8.

⁴UU RI Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Pasal 9.

Penyaluran dana oleh bank syariah dilakukan dengan tiga pola penyaluran, yaitu:

- a. Prinsip jual beli meliputi *murabahah*, *salam*, *salam parallel*, *istishna*, dan *istishna parallel*. Jual beli disini sebagai transaksi jual beli dalam perdagangan, bukan merupakan pembiayaan.
- b. Prinsip bagi hasil meliputi pembiayaan *mudharabah*, dan *musyarakah*.
- c. Prinsip ujroh meliputi *ijarah* dan *ijarah muntahiya bintamblik*.⁵

Pengalaman bank syariah dengan menggunakan mudharabah tidak banyak terjadi karena kontrak tersebut rentan resiko. Mudharabah lebih banyak digunakan dalam bisnis komersial jangka pendek dimana bank dapat mengurangi resiko sampai tingkat terendah dan pengembaliannya benar-benar terjamin.⁶

Risiko bank syariah lebih kecil dibandingkan bank konvensional. Bank syariah tidak menalami *negative spread*, karena dari dana yang dikucurkan untuk pembiayaan akan diperoleh pendapatan, bukan bunga seperti di bank konvensional. Sementara untuk deposito, bank syariah tidak memberi bunga melainkan sistem bagi hasil atau mudharabah.⁷

Dikarenakan rentan resiko yang menyebabkan akad mudharabah kurang digunakan oleh bank syariah, maka bank syariah lebih menggunakan akad yang lebih kecil risikonya yaitu akad murabahah.

Ada sejumlah alasan mengapa *murabahah* begitu populer dalam investasi perbankan:

- a. *Murabahah* adalah suatu mekanisme jangka pendek, dan dibandingkan dengan *profit and loss sharing* cukup memudahkan.
- b. Keuntungan dalam *murabahah* dapat ditetapkan sedemikian rupa sehingga memastikan bahwa bank dapat memperoleh keuntungan yang

⁵Muhammad Yusuf dan Wiroso, *Bisnis Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), h. 113

⁶Vietzal Rivai, dkk, *Islamic Financial Management*, Jilid I, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 218

⁷Chearuddin Nasution, *Manajemen Kredit Bank Syariah: Kajian Ekonomi dan Keuangan*, (Jakarta, 2005), h. 143.

sebanding dengan keuntungan bank-bank berbasis bunga yang menjadi pesaing bagi hasil Islam.

- c. *Murabahah* menjauhkan diri dari ketidakpastian yang ada pada pendapatan bisnis-bisnis dengan sistem *profit and loss sharing*.
- d. *Murabahah* tidak memungkinkan bank-bank Islam untuk mencampuri manajemen bisnis, karena bukan mitra si nasabah, sebab hubungan mereka dalam *murabahah* adalah hubungan hutang-piutang dagang.⁸

BPRS Amanah Insan Cita adalah salah satu BPRS di Sumatera Utara yang berdiri pada tanggal 22 Februari 2008 yang saat ini telah berkembang pesat. Produk pembiayaan BPRS ini terdiri dari pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *mudharabah* dan pembiayaan *ijarah muntahia bit tamlik* (IMBT). Perkembangan pembiayaan *murabahah* dan *mudharabah* periode 2010-2014 dapat dilihat pada Tabel I.1.

Table I. 1

**Data Pembiayaan Murabahah dan Pembiayaan Mudharabah
di PT. BPRS Amanah Insan Cita Periode 2010-2014**

Tahun	Akad Pembiayaan	
	Murabahah	Mudharabah
2010	2.132.291.500	50.000.000
2011	3.245.339.500	100.000.000
2012	4.469.831.000	181.000.000
2013	6.375.623.634	302.000.000
2014	8.784.156.300	756.641.800
Jumlah	25.007.241.934	1.389.641.800

Sumber : PT. BPRS Amanah Insan Cita

Berdasarkan tabel data Pembiayaan Murabahah dan Pembiayaan Mudharabah di atas terlihat bahwa pembiayaan *murabahah* selama lima tahun yang dimulai pada

⁸ Saced Abdullah, Bank Islam dan Bunga, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 140

2010-2014 adalah sebesar Rp 25.007.241.934,- sedangkan pembiayaan mudharabah adalah sebesar Rp 1.389.641.800,-. Artinya permintaan pembiayaan murabahah lebih besar daripada permintaan mudharabah.

Dengan bergesernya posisi utama atas pembiayaan dengan berbasis bagi hasil yang diganti oleh pembiayaan dengan bisnis jual beli, berdasarkan laporan data dari PT. BPRS Amanah Insan Cita, setidaknya ada empat faktor yang menjadi sebab atas rendahnya pembiayaan berbasis bagi hasil, yaitu:⁹

1. Resiko investasi relative tinggi karena sulitnya memonitor kegiatan investasi.
2. Masalah principal-agent, dimana agen (mudharib) tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan principal (shaibul maal).
3. Kompetensi sumber daya manusia perbankan yang masih rendah untuk melakukan investasi pola bagi hasil, dan
4. Ketidakersediaan informasi kinerja bisnis yang mendalam untuk setiap sector industry yang menjadi target investasi.

Tingginya permintaan pembiayaan *murabahah* tidak terlepas dari beberapa faktor penting, yaitu:

1. Kualitas Produk
2. Kualitas Pelayanan
3. Kebutuhan Nasabah

Dengan melihat latar belakang di atas, maka penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita menarik untuk dilakukan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas dapat diidentifikasi masalah dari penelitian ini bahwa ada banyak sekali faktor yang

⁹ Ibid.

mempengaruhi permintaan pembiayaan murabahah pada Bank Syariah PT Amanah Insan Cita, yaitu:

1. Persaingan yang semakin ketat antara lembaga keuangan menyebabkan nasabah selektif dalam mengambil pembiayaan dan mempertimbangkan yang menjadi faktor kebutuhan nasabah.
2. Persepsi nasabah yang positif dan pemahaman nasabah terhadap margin yang ditetapkan serta kemampuan nasabah akan mendorong untuk mengambil keputusan menggunakan produk *murabahah*.
3. Tinggi rendahnya permintaan atas akad jual beli murabahah ditentukan oleh kecepatan pencairan yang dilakukan oleh bank syariah.
4. Risiko pembiayaan yang harus ditanggung oleh bank seperti terjadinya default/kelalaian, nasabah sengaja tidak membayar angsuran, adanya fluktuasi harga komparatif.

C. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini terfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas dapat diambil suatu rumusan masalah dengan maksud akan memperjelas apa saja yang akan penulis kemukakan yaitu penulis mencoba untuk memberikan diskripsi kuantitatif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pembiayaan pada akad murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita.

Berdasarkan uraian tersebut, maka perumusan masalah yang akan penulis kemukakan adalah :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Permintaan Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Amanah Insan Cita?

2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Permintaan Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Amanah Insan Cita?
3. Apakah Kebutuhan Nasabah berpengaruh terhadap Permintaan Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Amanah Insan Cita?
4. Apakah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kebutuhan Nasabah berpengaruh terhadap Permintaan Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Amanah Insan Cita?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Permintaan Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Amanah Insan Cita?
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Permintaan Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Amanah Insan Cita?
3. Untuk mengetahui apakah Kebutuhan Nasabah berpengaruh terhadap Permintaan Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Amanah Insan Cita?
4. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kebutuhan Nasabah berpengaruh terhadap Permintaan Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Amanah Insan Cita?

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Sebagai tolak ukur kemampuan pribadi dalam penguasaan materi mengenai akad pembiayaan *murabahah* yang ada di bank syariah.

2. Bagi Akademis

Menambah wawasan, pengetahuan mengenai perbankan syariah serta memperdalam ilmu yang telah diterima di perkuliahan agar dapat diterapkan di dunia kerja pada saatnya nanti.

3. Bagi Perusahaan

Untuk menganalisis pentingnya mempertimbangkan kualitas produk *murabahah*, kualitas pelayanan, kebutuhan nasabah serta faktor-faktor lainnya untuk menarik nasabah.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Landasan Teoritis

1. Pembiayaan Murabahah

a. Pengertian Pembiayaan

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008, pembiayaan adalah (a) transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah; (b) transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa-beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bittamlik*; (c) transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam, dan *istishna'*; (d) transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*;, dan (e) transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multijasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah dan/atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan/atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah, tanpa imbalan, atau bagi hasil.¹

Sedangkan menurut Kasmir, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antar bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan tertentu atau bagi hasil.²

Dari pendapat di atas pembiayaan adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang memerlukannya sehingga peranan pembiayaan menjadi sangat penting dengan persetujuan atau kesepakatan antar bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 04/DSN-MUI/IV/2000, pengertian *murabahah* adalah “menjual suatu barang dengan menegaskan harga

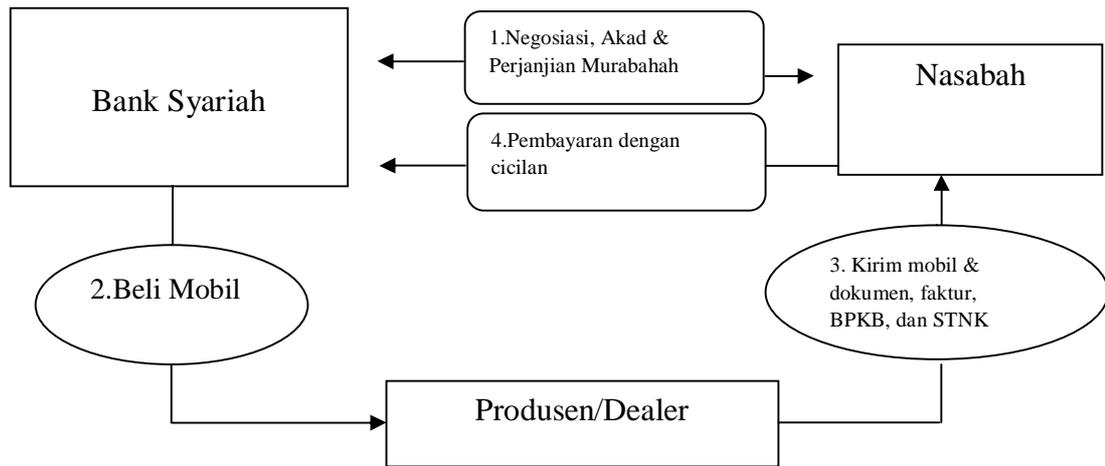
¹UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

²Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta : 2006), h. 102

belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.”³

Untuk mempermudah pemahaman, berikut dikemukakan skema pelaksanaan pembiayaan *murabahah* berikut ini:

Skema Pelaksanaan Sistem Murabahah



Gambar II. 1. Skema Pembiayaan Murabahah

Penjelasan :

1. Bank Syariah dan Nasabah melakukan negosiasi tentang barang yang mau dibeli, kualitas, harga jual dan lain-lain. Setelah itu, mengadakan akad jual beli dengan sistem *murabahah*.
2. Bank syariah membeli mobil kepada supplier atau penjual mobil sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati.
3. Supplier atau penjual mengirim mobil beserta dokumennya kepada nasabah atas perintah bank syariah.
4. Nasabah menerima mobil lengkap dengan dokumennya.
5. Nasabah setelah menerima mobil dari supplier/penjual, melakukan pembayaran secara berangsur kepada bank syariah sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.⁴

³DSN-MUI, Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 04/DSN-MUI/IV/2000

⁴Asmuni, Siti Mujiatun, *Bisnis Syariah* (Perdana Publishing, Medan: 2013), h. 185-186

b. Unsur-Unsur Pembiayaan

1) Bank Syariah

Merupakan badan usaha yang memberikan pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan dana.

2) Mitra Usaha/Partner

Merupakan pihak yang mendapatkan pembiayaan dari bank syariah, atau pengguna dana yang disalurkan oleh bank syariah.

3) Kepercayaan (Trust)

Bank syariah memberikan kepercayaan kepada pihak yang menerima pembiayaan bahwa mitra akan memenuhi kewajiban untuk mengembalikan dana bank syariah sesuai dengan jangka waktu tertentu yang telah diperjanjikan.

4) Akad

Akad merupakan suatu kontrak perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan antara bank syariah dengan pihak nasabah/mitra.

5) Resiko

Resiko dana yang salurkan/diinvestasikan oleh bank syariah selalu mengandung resiko tidak kembalinya dana. Resiko pembiayaan merupakan kemungkinan kerugian yang akan timbul karena dana yang disalurkan tidak dapat kembali.

6) Jangka Waktu

Jangka waktu merupakan periode waktu yang diperlukan oleh nasabah untuk membayar kembali pembiayaan yang telah diberikan oleh bank syariah. Jangka waktu dapat bervariasi antara lain jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. Jangka pendek adalah jangka waktu pembayaran kembali pembiayaan hingga 1 tahun. Jangka menengah adalah jangka waktu pembayaran kembali pembiayaan antara 1 hingga 3 tahun. Jangka panjang adalah jangka waktu pembayaran kembali pembiayaan yang lebih dari 3 tahun.

7) Balas Jasa

Sebagai balas jasa atas dana yang disalurkan oleh bank syariah, maka nasabah membayar sejumlah tertentu sesuai dengan akad yang telah di sepakati antara bank dan nasabah.⁵

c. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan yang diperoleh oleh bank berfungsi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan usahanya. Masyarakat merupakan individu pengusaha, lembaga, badan usaha, dan lain-lain yang membutuhkan dana.

Secara terperinci pembiayaan memiliki fungsi antara lain:

- 1) Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar menukar barang dan jasa, dalam hal ini seandainya belum tersedia uang sebagai alat pembayaran, maka pembiayaan akan membantu melancarkan lalu lintas pertukaran barang dan jasa.
- 2) Pembiayaan merupakan alat yang digunakan untuk memanfaatkan *idle fund*, bank dapat mempertemukan masyarakat yang kelebihan dana dengan yang memerlukan dana.
- 3) Pembiayaan merupakan suatu cara untuk mengatasi GAP antar pihak yang memiliki dan dengan pihak yang membutuhkan dana. Bank dapat memanfaatkan dana yang ideal untuk disalurkan kepada pihak yang membutuhkan. Dana yang berasal dari golongan yang membutuhkan dana, maka akan efektif, karena dan tersebut dimanfaatkan oleh pihak yang membutuhkan dana.
- 4) Pembiayaan sebagai alat pengendali harga. Ekspansi pembiayaan akan mendorong meningkatnya uang yang beredar, dan peningkatan peredaran uang akan mendorong kenaikan harga. Sebaliknya, pembatasan pembiayaan akan berpengaruh pada jumlah uang yang beredar, dan keterbatasan uang yang beredar di masyarakat memiliki dampak pada penurunan harga.

⁵Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: kencana, 2011), h. 107-108.

- 5) Pembiayaan dapat mengaktifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi yang ada. Pembiayaan mudharabah dan musyarakah yang diberikan oleh bank syariah memiliki dampak pada kenaikan makro ekonomi. Mitra (pengusaha), setelah mendapatkan pembiayaan dari bank syariah akan memproduksi barang, mengelola bahan baku menjadi barang jadi, meningkatkan volume perdagangan, dan melaksanakan kegiatan ekonomi lainnya.⁶

d. Jenis-jenis Pembiayaan

- 1) Dilihat dari tujuan penggunaannya, pembiayaan dapat dibedakan sebagai berikut:
- a) Pembiayaan produktif adalah bentuk pembiayaan yang bertujuan untuk memperlancar jalannya proses produksi, mulai dari saat pengumpulan bahan mentah dan sampai proses penjualan barang-barang sudah jadi. Pembiayaan produktif terbagi dua, antara lain:
- (1) Modal kerja adalah pembiayaan yang dipergunakan untuk memberikan modal usaha guna mendukung operasional perusahaan sehari-hari sehingga perusahaan dapat beroperasi dengan normal. Beberapa penggunaan modal kerja antara lain ialah pembelian bahan baku, pembayaran upah, dan lain-lain.⁷
- (2) Investasi adalah pembiayaan jangka menengah atau jangka panjang untuk pembelian barang-barang modal kerja dipergunakan untuk pendirian proyek baru, rehabilitasi, modernisasi, ekspansi, dan relokasi proyek yang sudah ada.⁸
- b) Pembiayaan konsumtif adalah pembiayaan jangka menengah dan atau pembiayaan jangka panjang yang ditujukan untuk pembelian suatu barang yang digunakan untuk kepentingan perseorangan (pribadi).⁹

⁶Ibid, h. 110

⁷Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi Ketiga, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008), h. 231

⁸ Ibid, h. 237

⁹Ibid, h. 244

- 2) Berdasarkan akad yang digunakan, antara lain:
- a) Pembiayaan dengan prinsip jual beli (piutang).¹⁰
 - (a) Murabahah adalah perjanjian jual-beli antara bank dan nasabah di mana bank syariah membeli barang yang diperlukan oleh nasabah dan kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan margin/keuntungan yang disepakati antara bank syariah dan nasabah.
 - (b) Salam adalah perjanjian jual beli barang dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran harga terlebih dahulu.
 - (c) Istishna' adalah perjanjian jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan penjual.
 - b) Pembiayaan berdasarkan prinsip sewa.¹¹
 - (a) Ijarah adalah perjanjian sewa-menyewa suatu barang dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa.
 - (b) *Ijarah Muntahiyah Bittamlik* (IMBT) adalah perjanjian sewa-menyewa suatu barang yang diakhiri dengan perpindahan kepemilikan barang dari pihak yang memberikan sewa kepada pihak penyewa.
 - c) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil.¹²
 - (a) Mudharabah adalah perjanjian antara penanam dana dan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.
 - (b) Musyarakah adalah perjanjian diantara pemilik dana/modal untuk mencampurkan dana/modal mereka pada suatu usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan diantara pemilik

¹⁰Veithzal Rivai, *Islamic Banking* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 687-689

¹¹Ibid, h. 689

¹²Ibid, h. 687

dana/modal berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

d) Pembiayaan berbentuk pinjaman.¹³

(a) Qardh adalah penyediaan dana dan/atau tagihan antara bank syariah dengan pihak peminjaman yang mewajibkan pihak peminjam melakukan pembayaran sekaligus atau secara cicilan dalam jangka waktu tertentu.

2. Akad *Murabahah*

a. Pengertian Akad *Murabahah*

Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*marjin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah bentuk *natural certainty contract*, karena dalam *murabahah* ditentukan berapa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang ingin diperoleh.¹⁴ Karena dalam definisinya disebut adanya “keuntungan yang disepakati”, karakteristik *murabahah* adalah si penjual harus member tahu pembeli tentang harga pembelian barang dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut.¹⁵

Komplikasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Pasal 20 ayat 6 mendefinisikan *murabahah* adalah pembiayaan saling menguntungkan yang dilakukan oleh shahib al-mal dengan pihak yang membutuhkan melalui transaksi jual beli dengan penjelasan bahwa harga pengadaan barang dan harga jual terdapat nilai lebih yang merupakan keuntungan atau laba bagi shahib al-mal dan pengembaliannya dilakukan secara tunai atau angsur.¹⁶

Menurut Veithzal Rivai, jual beli *murabahah* adalah akad jual beli atas suatu barang dengan harga yang disepakati antara penjual dan pembeli, setelah

¹³Ibid, h. 689

¹⁴Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT. RajaGrafindo dan Karim Business Consulting), h. 113

¹⁵ Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid wa Nihayatul Muqtashid*, II, h. 293

¹⁶Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2016), h. 68

sebelumnya penjual menyebutkan dengan sebenarnya harga perolehan atas barang tersebut dan besarnya keuntungan yang diperolehnya.¹⁷

Sedangkan menurut Ibnu Qudamah mengatakan bahwa murabahah adalah jual beli barang dengan mengambil keuntungan tertentu yang diketahui pihak penjual dan pembeli. Masing-masing pihak harus mengetahui modal atau harga awal dari barang tersebut.¹⁸

b. Dasar Hukum Akad *Murabahah*

Jual beli ini sebagai sebuah perbuatan hukum yang mempunyai konsekuensi terjadinya peralihan hak atas sesuatu barang dari pihak penjual kepada pihak pembeli mempunyai landasan hukum yang dapat kita jumpai dalam Al-Qur'an, Hadist, dan Ijma yaitu sebagai berikut:¹⁹

1) Al-Qur'an

Dasar hukum jual beli dapat kita jumpai dalam surat An-Nisa [4]:
29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan (jual beli) yang berlaku dengan suka sama-suka di

¹⁷Veithzal Rivai dan Andria Pertama Veithzal, *Islamic Financial Management: Teori, Konsep, dan Aplikasi Panduan Praktis Untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi dan Mahasiswa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 145

¹⁸Ibnu Qudamah, *al-Mughni*, (Digital Library, al-Maktabah al-Syamilah al-Isdar al-Sani, 2005), h. 328

¹⁹Khotibul Umam, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2016), h. 104

antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²⁰

Kemudian dalam surat Al-Baqarah [2]: 275 juga dikatakan bahwa

وَأَحَلَّ اللَّهُ لِبَيْعٍ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.²¹

2) Al-Hadist

Kegiatan jual beli merupakan kegiatan yang sangat dianjurkan oleh Nabi Muhammad SAW. Sejak masa kecil Beliau telah ikut pamannya untuk melakukan perniagaan.

Berikut beberapa hadist tentang jual beli:

Dari Abu Sa’id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda: “*sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka.*” (HR. Al-Baihaqi, Ibnu Majah, dan shahih menurut Ibnu Hibban).²²

Rasulullah SAW bersabda: “*ada tiga hal yang mengandung keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradha (mudharabah) dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga bukan untuk dijual.*” (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib).²³

3) Ijma’

Para ulama telah sepakat mengenai kehalalan jual beli sebagai transaksi riil yang sangat dianjurkan dan merupakan sunah Rasulullah.

c. Rukun dan Syarat Murabahah

1) Rukun Murabahah

- a) Aqid (Penjual)
- b) Bai’ (Pembeli)

²⁰Al Bayan, Al-Qur’an dan Terjemahan (*Transliterasi Arab Latin*), surat An-Nisa [4]: 29, h. 216

²¹Al Bayan, Al-Qur’an dan Terjemahan (*Transliterasi Arab Latin*), surat Al-Baqarah [2]: 275, h. 118

²²Khotibul Umam, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2016), h. 104

²³Ibid, h. 104

- c) Sighot (Ijab dan Kabul)
 - d) Ma'qud Alaih (Benda atau barang)²⁴
- 2) Syarat Murabahah adalah:
- a) Harga pokok yang diberitahukan penjual kepada pembeli.
 - b) Penjual mendapatkan barang sesuai dengan cara yang ditetapkan oleh syara'.
 - c) Kontrak *murabahah* bebas dari riba.
 - d) Penjual berkewajiban memberitahukan segala hal tentang kondisi barang.
 - e) Penjual harus memberitahukan kepada pembeli berkaitan dengan segala hal transaksi (cash atau kredit).
 - f) Harga pokok merupakan suatu yang dapat diukur, dihitung, ditimbang baik pada waktu terjadi jual beli dengan penjual yang pertama atau setelahnya, seperti dinar, dan lain-lain.²⁵

d. Aplikasi Pembiayaan *Murabahah* dalam Bank Syariah

- 1) Pengguna Akad Murabahah
- a) Pembiayaan *murabahah* merupakan jenis pembiayaan yang sering diaplikasikan dalam bank syariah, yang pada umumnya digunakan dalam transaksi jual beli barang investasi dan barang-barang yang diperlukan oleh individu.
 - b) Jenis penggunaan pembiayaan *murabahah* lebih sesuai untuk pembiayaan investasi dan konsumsi. Dalam pembiayaan investasi, akad *murabahah* sangat sesuai karena barang yang akan diinvestasikan oleh nasabah atau akan ada barang yang menjadi objek investasi. Dalam pembiayaan konsumsi, biasanya barang yang akan dikonsumsi, biasanya barang yang akan dikonsumsi oleh nasabah jelas dan terukur.
 - c) Pembiayaan *murabahah* kurang cocok untuk pembiayaan modal kerja yang diberikan langsung dalam bentuk uang.

²⁴ Rachmad Syafei, *Fiqih Muammalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2010), h. 76

²⁵ Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid, ter. Imam Ghazali Said dan Zaidun, jilid III*, h. 234

- 2) Barang yang boleh digunakan sebagai objek jual beli:
 - a) Rumah.
 - b) Kendaraan bermotor dan/atau alat transportasi.
 - c) Pembelian alat-alat industri.
 - d) Pembelian pabrik, gudang, dan asset tetap lainnya.
 - e) Pembelian asset yang tidak bertentangan dengan syariah Islam.
- 3) Bank
 - a) Bank berhak menentukan dan memilih *supplier* dalam pembelian barang. Bila nasabah menunjuk *supplier* lain, maka bank syariah berhak melakukan penilaian terhadap *supplier* untuk menentukan kelayakan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh bank syariah.
 - b) Bank menerbitkan *purchase order (PO)* sesuai dengan kesepakatan antara bank syariah dan nasabah agar barang yang dikirimkan ke nasabah.
 - c) Cara pembayaran yang dilakukan oleh bank syariah yaitu dengan transfer langsung pada *rekening supplier/* penjual, bukan kepada *rekening nasabah*.
- 4) Nasabah
 - a) Nasabah harus sudah cakap menurut hukum, sehingga dapat melakukan transaksi.
 - b) Nasabah memiliki kemauan dan kemampuan dalam melakukan pembayaran.
- 5) *Supplier*
 - a) *Supplier* adalah orang atau badan hukum yang menyediakan barang sesuai permintaan nasabah.
 - b) *Supplier* menjual barangnya kepada bank syariah, kemudian bank syariah akan menjual barang tersebut kepada nasabah.
 - c) Dalam kondisi tertentu, bank syariah memberikan kuasa kepada nasabah untuk membeli barang sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan oleh akad. *Purchase Order (PO)* atas pembelian

barang tetap diterbitkan oleh bank syariah, dan pembayarannya tetap dilakukan oleh bank kepada *supplier*. Namun penyerahan barang dapat dilakukan langsung oleh *supplier* kepada nasabah atas kuasa dari bank syariah.

6) Harga

- a) Harga jual barang telah ditetapkan sesuai dengan akad jual beli antara bank syariah dan nasabah tidak dapat berubah dalam masa perjanjian.
- b) Harga jual bank syariah merupakan harga jual yang disepakati antara bank syariah dan nasabah.
- c) Uang muka (*urbun*) atas pembelian barang yang dilakukan oleh nasabah (bila ada), akan mengurangi jumlah piutang *murabahah* yang akan diangsur oleh nasabah. Jika transaksi *murabahah* dilaksanakan, maka *urbun* diakui sebagai bagian dari pelunasan piutang *murabahah*. Jika transaksi *murabahah* tidak jadi dibatalakan (batal), maka *urbun* (uang muka) harus dikembalikan kepada nasabah setelah dikurangi dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh bank syariah.

7) Jangka Waktu

- a) Jangka waktu pembiayaan *murabahah*, dapat diberikan dalam jangka pendek, menengah, dan panjang, sesuai dengan kemampuan pembayaran oleh nasabah dan jumlah pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah.
- b) Jangka waktu pembiayaan tidak dapat diubah oleh salah satu pihak. Bila terdapat perubahan pada jangka waktu, maka perubahan ini harus disetujui oleh bank syariah maupun nasabah.

8) Lain-lain

Denda atas tunggakan nasabah (bila ada), diperkenankan dalam aturan perbankan syariah dengan tujuan untuk mendidik nasabah agar disiplin dalam melakukan angsuran atas piutang *murabahah*.

Namun pendapatan yang diperoleh bank syariah karena denda keterlambatan pembayaran angsuran piutang *murabahah* tidak boleh diakui sebagai pendapatan operasional, akan tetapi dikelompokkan dalam pendapatan *nonhalal*, yang dikumpulkan dalam satu rekening tertentu atau dimasukkan dalam titipan (kewajiban lain-lain). Titipan ini akan disalurkan untuk membantu masyarakat ekonomi lemah, misalnya bantuan untuk bencana alam, beasiswa untuk murid yang kurang mampu, dan pinjaman tanpa imbalan untuk pedagang kecil. Bila nasabah menunggak terus, dan tidak mampu lagi membayar angsuran, maka penyelesaian angketa ini dapat dilakukan melalui musyawarah. Bila musyawarah tidak tercapai, maka penyelesaian akan diserahkan kepada pengadilan.²⁶

Pembiayaan dalam bentuk jual beli harus berpedoman pada ketentuan paragraph 2 Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/46/PBI/2005 tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana bagi hasil yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yaitu berkaitan dengan kegiatan penyaluran dana berdasarkan *murabahah, salam, dan istishna'*.

Ketentuan mengenai akad *murabahah* dalam Perbankan Syariah harus berpedoman pada Pasa 9 ayat (1) yang menyebutkan bahwa kegiatan penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan *mruabahah* berlaku persyaratan sebagai berikut:²⁷

- 1) Bank menyediakan dana pembiayaan berdasarkan perjanjian jual beli barang.
- 2) Jangka waktu pembayaran harga barang oleh nasabah Bank ditentukan berdasarkan kesepakatan antara bank dan nasabah.
- 3) Bank dapat membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.

²⁶Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h. 140-143

²⁷Ansori, 2007, h. 109

- 4) Dalam hal bank mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang, maka akad *murabahah* harus dilakukan setelah secara prinsip menjadi milik bank.
- 5) Bank dapat meminta nasabah untuk membayar uang muka (*urbun*) saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan barang oleh nasabah.
- 6) Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan agunan tambahan selain barang yang dibiayai oleh bank.
- 7) Besarnya kesepakatan margin harus ditentukan satu kali pada awal akad dan tidak berubah selama periode akad.
- 8) Angsuran pembiayaan selama periode akad harus dilakukan secara proporsional.

Kemudian kemudian jika bank meminta nasabah untuk memberikan uang muka (*urbun*), maka berlaku Pasal 9 ayat (2), ketentuan sebagai berikut :

- 1) Dalam hal uang muka, jika nasabah menolak untuk membeli barang setelah membayar uang muka, maka biaya rill bank harus dibayar dari muka tersebut dan bank harus mengembalikan kelebihan uang kepada nasabah. Namun jika nilai uang muka kurang dari nilai kerugian yang harus ditanggung oleh bank, maka bank dapat meminta lagi pembayaran sisa kerugiannya kepada nasabah.
- 2) Dalam hal *urbun*, jika nasabah batal membeli barang, maka *urbun* yang telah dibayarkan nasabah menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut, dan jika *urbun* tidak mencukupi, nasabah wajib melunasinya kekurangannya.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan

Ada banyak faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pembiayaan. Namun, penulis hanya mengambil beberapa faktor yang mempengaruhi tingginya permintaan pembiayaan *murabahah*, yaitu:

a. Kualitas Produk *Murabahah*

1) Pengertian Produk *Murabahah*

Produk adalah barang dan jasa yang dibuat atau ditambahkan gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir produksi itu.²⁸ Menurut Rambat dan Hamdhani, produk merupakan keseluruhan konsep objek/proses yang memberikan sejumlah nilai pada konsumen.²⁹

Pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dengan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah keuntungan margin yang disepakati.³⁰

Produk pembiayaan *murabahah* adalah produk dimana dalam akad jual belinya menggunakan akad pembiayaan *murabahah* yang berdasarkan akad jual beli dimana pihak bank menyebutkan keuntungan dari harga pokok barang yang dijual.

2) Jenis-Jenis Produk *Murabahah*

Jenis-jenis produk pembiayaan *murabahah* pada bank syariah PT. BPRS Amanah Insan Cita antara lain:³¹

a) Produk Penghimpunan dana (*Funding Product*)

(1) Wadiah

Wadiah yaitu titipan nasabah yang boleh dimanfaatkan (*yad-dhamanah*) dan/atau yang tidak boleh dimanfaatkan (*yad-amanah*) oleh BPRS sebelum diambil kembali oleh penitip.

(2) Mudharabah

Mudharabah yaitu kerjasama usaha antara pemilik dana dengan pengelola dana (BPRS) dimana pemilik dana member kebebasan kepada BPRS untuk mengelola investasinya (*mudharabah mutlaqoh*) dan/atau dimana

²⁸Kamus Besar Bahasa Indonesia

²⁹Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdhani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 70

³⁰Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Cetakan III, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), h. 79

³¹Laporan Magang di Bank Syariah PT. Amanah Insan Cita Tahun 2016

pemilik dana member batasan mengenai tempat, cara, dan obek investasi dananya (*mudharabah muqayyadah*).

b) Produk Penyaluran Dana

(1) Murabahah

Murabahah yaitu jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Harga jual tidak boleh berubah selama masa perjanjian.

(2) Jual Beli Salam

Salam yaitu pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari dimana pembayaran dilakukan dimuka/diawal akad.

(3) Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan *mudharabah* yaitu kerjasama antar bank dengan *mudharib* (nasabah) yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola usaha. Dalam hal ini pemilik modal (*shahibul maal*) menyerahkan modalnya kepada nasabah (*mudharib*) untuk dikelola.

(4) Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaan *musyarakah* yaitu kerjasama antar dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung sesuai kesepakatan.

(5) Ijarah Muntahia Bittamlik

Yaitu perjanjian antara bank (*muajjir*) dengan nasabah sebagai penyewa. *Mustajir*/penyewa setuju akan membayar uang sewa selama masa sewa yang diperjanjikan dan bila sewa selama masa sewa berakhir penyewa mempunyai hak opsi untuk memindahkan kepemilikan obyek sewa tersebut.

b. Kualitas Pelayanan

1) Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi

harapan.³² Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.³³ Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.³⁴

Menurut Kotler, definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi.³⁵ Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaianya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

- a) Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b) Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.

³² Tjiptono, 2001

³³ Tjiptono, 2007

³⁴ <http://skripsi-manajemen.blogspot.co.id/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html>

³⁵

c) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

2) Tujuan Dan Fungsi Pelayanan

Kualitas pelayanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum.³⁶

3) Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi Kualitas Pelayanan (SERVQUAL) oleh Parasuraman (1998) dibagi menjadi lima dimensi SERVQUAL diantaranya adalah (Lupiyoadi, 2001:148):³⁷

- a) Tangibles (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- b) Reliability (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

³⁶ <http://www.kajianpustaka.com/2013/04/kualitas-pelayanan-pelanggan.html>

³⁷ Lupiyoadi, 2001:148

- c) Responsiveness (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d) Assurance (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
- e) Emphaty (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

c. Kebutuhan Nasabah

1) Pengertian Kebutuhan

Pengertian kebutuhan secara umum adalah hasrat yang timbul dalam diri manusia yang jika tidak terpenuhi dapat mempengaruhi kelangsungan hidupnya. Dalam ilmu ekonomi, pengertian kebutuhan adalah sesuatu yang diperlukan manusia untuk kelangsungan hidupnya dalam rangka mencapai kemakmuran.³⁸

Kebutuhan timbul karena adanya tuntutan fisik dan psikis agar dapat hidup layak sebagai manusia, sehingga kebutuhan manusia menjadi sangat beraneka ragam dan sering tidak dipuaskan. Hal ini menyebabkan kebutuhan manusia jadi tidak terbatas.

2) Tahapan Pengenalan Terhadap Kebutuhan

Berikut tahap pengenalan nasabah terhadap kebutuhannya:

- (1) Konsumen mulai proses pembelian ketika menyadari dan merasakan adanya masalah atau kebutuhan konsumen, merasakan suatu perbedaan

³⁸ Abdul Ghofur Anshori, *Kapita Selekt Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: UGM Press, 2007), h.135

antara keadaan sekarang dengan keadaan yang diinginkan. Kebutuhan ini dapat dipicu oleh rangsangan internal dan eksternal. Pada tahap ini, pemasar harus meneliti konsumen untuk menemukan jenis kebutuhan dan masalah yang timbul, apa yang menyebabkan, dan bagaimana masalah itu bisa mengarahkan konsumen pada produk tertentu.

- (2) Seseorang terdorong oleh kebutuhan akan melakukan proses lebih lanjut yaitu pencairan informasi mengenai sumber-sumber dan menilainya. Ketika semakin banyak informasi yang diperoleh maka kesadaran konsumen terhadap sebuah produk akan meningkatkan. Pada tahap ini, konsumen mencari informasi secara aktif mengenai sebuah produk yang diinginkan.
- (3) Seseorang memutuskan untuk menggunakan produk yang sesuai dengan yang ia butuhkan tersebut.

3) Memahami Karakteristik Kebutuhan Nasabah

Beberapa langkah untuk memahami kebutuhan nasabah, terdapat 2 hal yang perlu diperhatikan:³⁹

(1) Objek

Hal yang harus dilihat untuk memahami karakteristik kebutuhan nasabah adalah objek. Apabila objek pembiayaan yang dibutuhkan nasabah berupa barang, harus dilihat dari sisi apakah barang tersebut *ready stock* (ada persediaan) atau barang masih dalam proses pemesanan. Jika *ready stock*, pembiayaan yang layak diberikan kepada nasabah adalah pembiayaan *murahabah*. Namun jika barang tersebut masih dalam proses pemesanan maka dapat diberikan pembiayaan salam dengan asumsi nasabah akan menyelesaikan kewajibannya dalam satu kali pembayaran sekaligus atau dapat diberikan pembiayaan *istishna'* dengan asumsi nasabah dapat melakukan pembayaran dengan beberapa kali pembayaran.

(2) Kegunaan

³⁹ Adiwarmanto A. Karim, Bank Islam; *Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi Ketiga (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008), h. 83

Hal kedua yang harus dilihat untuk memahami karakteristik kebutuhan nasabah adalah dari sisi kegunaan barang atau jasa yang digunakan. Dalam hal ini, hal utama yang dicermati adalah apakah barang atau jasa yang dibutuhkan nasabah akan digunakan untuk kegiatan produktif atau konsumtif. Apabila kegunaan pembiayaan yang dibutuhkan nasabah adalah kegiatan produktif, harus dilihat dari sisi apakah barang tersebut digunakan untuk modal kerja atau investasi.

4) Faktor yang Mempengaruhi Kebutuhan

Beberapa faktor yang mempengaruhi kebutuhan adalah sebagai berikut:⁴⁰

(1) Keadan Alam (Tempat)

Keadaan alam atau tempat dimana seseorang berada, mengakibatkan perbedaan kebutuhan antara satu dengan yang lain. Orang yang tinggal di tempat yang dingin seperti di kutub membutuhkan pakaian tebal untuk menjaga tubuhnya tetap hangat; sementara orang yang tinggal di tempat yang panas seperti di gurun pasir, hanya membutuhkan pakaian yang tipis. Oleh karena itu, keadaan alam dapat mendorong seseorang untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan sesuai dengan kondisi alam di tempat yang bersangkutan.

(2) Peradaban

Makin tinggi peradaban suatu masyarakat, maka semakin banyak serta semakin tinggi kualitas atau mutu barang yang dibutuhkan. Peradaban manusia pada masa primitif cenderung dalam tahap mengembangkan diri, dimana kebutuhan pada masa itu relatif masih sedikit. Kebutuhan manusia pada masa primitif hanya berupa kebutuhan primer, dan itupun didapatkan dengan cara yang sederhana. Manusia pada masa primitif dalam memenuhi kebutuhan primer, misalnya makanan, mereka tinggal memungutnya di hutan (*food gathering*).

(3) Agama

Setiap agama yang berbeda-beda yang di anut seseorang mengakibatkan kebutuhan yang berbeda pula. Misalnya, agama Islam melarang umatnya

⁴⁰ <http://zonapembelajar.blogspot.co.id/2015/05/faktor-faktor-dan-hal-hal-yang.html>

mengonsumsi daging babi, *khamr* (alkohol) dan makanan haram lainnya, sementara agama Hindu melarang umatnya mengonsumsi daging sapi. Ada juga waktu-waktu tertentu bagi suatu agama dalam menjalankan ibadahnya yang mengakibatkan kebutuhannya yang berbeda di waktu lainnya. Contoh pada bulan Ramadhan atau bulan puasa bagi para pemeluk Islam yang memerintahkan umatnya untuk berpuasa pada siang harinya selama sebulan. Selanjutnya, masing-masing agama juga memerlukan alat-alat tertentu yang harus dipakai dalam menjalankan ibadah. Hal tersebut akhirnya mendorong tiap-tiap agama mencari barang-barang yang diperlukan dalam melakukan kegiatan agamanya.

(4) Adat-istiadat

Kebutuhan suatu masyarakat juga dipengaruhi oleh adat atau tradisi suatu masyarakat. Suatu adat atau tradisi akan membentuk pola tingkah laku maupun tujuan hidup kelompok masyarakat yang bersangkutan, sehingga timbul perbedaan kebutuhan-kebutuhan yang dibutuhkan suatu kelompok masyarakat untuk mencapai tujuannya masing-masing. Sebagai contoh, upacara pemakaman dan perkawinan berbeda-beda di setiap daerah. Perbedaan kebutuhan yang dilatarbelakangi adat istiadat ini akhirnya tidak hanya menyangkut kegiatan formal dalam masyarakat, namun masuk dalam kebutuhan hidup sehari-hari.

(5) Umur atau Usia

Makin tinggi usia seseorang, maka kebutuhannya juga akan semakin kompleks dan beragam. Kebutuhan bayi, sangat berbeda dengan kebutuhan para remaja. Demikian juga kebutuhan orang yang sudah dewasa hingga orang tua, masing-masing memiliki kebutuhannya masing-masing sesuai umur atau usianya. Tidak mungkin seorang bayi membutuhkan tongkat untuk berjalan, pun demikian orang tua yang sudah renta tidak mungkin membutuhkan sebuah bola atau sepeda.

(6) Status Sosial dan Status Ekonomi

Seseorang yang memiliki status sosial yang tinggi semisal sebagai pejabat, akan memiliki kebutuhan yang berbeda dengan mereka yang

menyandang sebagai pedagang kaki lima. Orang-orang yang berpendapatan besar hingga miliaran juga memiliki kebutuhan yang tidak sama dengan mereka yang tidak memiliki penghasilan. Seorang pejabat akan merasa gengsi makan tempe mendoan atau nasi kucing di warung-warung pinggir jalan. Sementara mereka yang tidak berpenghasilan atau memiliki penghasilan yang sedikit, tidak mampu membeli steak, pizza, dan makanan berkelas nan mahal di restoran mewah.

(7) Hobi dan Kegemaran

Semakin beragam hobi yang dimiliki manusia, mengakibatkan semakin banyak dan beragam pula yang dibutuhkannya. Bagi mereka yang hobi memancing, akan membutuhkan perlengkapan memancing seperti kail (baik tradisional maupun modern), pakaian memancing dan sebagainya. Mereka akan kikuk jika diberi parasut, karena tidak mungkin memancing ikan dengan parasut.

(8) Jenis Profesi atau Pekerjaan

Terakhir yang perlu diperhatikan yang dapat mempengaruhi kebutuhan adalah jenis profesi atau pekerjaan. Akan sangat berbeda, barang yang dibutuhkan antara petani, nelayan, akuntan, guru, sopir, dan lain-lain. Coba kalian bayangkan ada orang yang bekerja di kantor selalu membawa cangkul, atau orang ke sawah untuk mencangkul dengan memakai baju jas kantor lengkap dengan dasi dan celana hitam serta sepatu pantopelnya. Oleh sebab itu, apapun profesi seseorang, mereka membutuhkan barang yang menunjang pekerjaan mereka.

B. Kajian Terdahulu

Penelitian tentang permintaan pembiayaan murabahah sudah banyak dilakukan, di antara penelitian tersebut adalah penelitian Fauziyah Adzimatunur, Sri Hartoyo, Ranti Wiliasih tahun 2013,⁴¹ Miftahul Jannah tahun 2009,⁴² Muhammad Akhyar Adnan dan Didi Purwoko tahun 2013.⁴³

⁴¹ Jurnal Al-Muzara'ah (ISSN p: 2337-6333; e: 2355-4363)

Gambaran umum penelitian-penelitian di atas dapat dilihat pada table II.1.

Table II.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis/ Tahun	Hasil Penelitian
1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Besaran Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia	Fauziah Adzimatunur, Sri Hartoyo, Ranti Wiliasih/ 2013	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam jangka pendek variable yang signifikan hanya NPF. Hubungan jangka dari tingkat bagi hasil, dana pihak ketiga, dan <i>Financing to Deposit Ratio</i> (FDR) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan, sedangkan NPF memberikan pengaruh yang signifikan negatif. <i>Return On Asset</i> (ROA) dan Rasio Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO) tidak berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan. ROA dan BOPO yang merupakan gambaran tingkat rentabilitas bank tidak memiliki pengaruh yang signifikan karena dana yang disalurkan untuk pembiayaan sebagian besar berasal dari Dana Pihak Ketiga (DPK) dan bukan berasal dari <i>profit</i> yang

⁴² <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/8620/1/Miftahul%20Jannah->
FEIS

⁴³ Jurnal Akuntansi & Investasi 14 (1), 14-31

			diperoleh bank.
2	Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia TBK	Miftahul Jannah/2009	Faktor yang mempengaruhi permintaan pembiayaan adalah, Faktor Biaya Akad yang terdiri dari biaya asuransi, biaya notaris, biaya administrasi. Dan resiko pembiayaan terdiri dari resiko pembatalan pesanan, terlambat membayar angsuran, mengungkap cacat pada barang, dan Faktor Kecepatan Pencairan pembiayaan terdiri dari prosedur pelayanan, kecepatan persetujuan aplikasi murabahah, fleksibel dalam bernegosiasi dan suku bunga bank konvensional yang terdiri dari suku bunga sebagai pembanding dengan margin, kompetitif, suku bunga menjadi acuan dalam penetapan margin.
3	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Pembiayaan Mudharabah Menurut Perspektif Manajemen Bank Syariah Dengan Pendekatan Kritis	Muhammad Akhyar Adnan dan Didi Purwoko/2013	Yang mempengaruhi rendahnya pembiayaan mudharabah adalah, kebijakan pembiayaan secara umum dalam sebuah perbankan berisi mengenai fitur-fitur pembiayaan yang ada dalam bank tersebut yang sesuai dengan Dewan Syariah Nasional (DSN). Pada umumnya bank tidak menerapkan kebijakan secara khusus mengenai

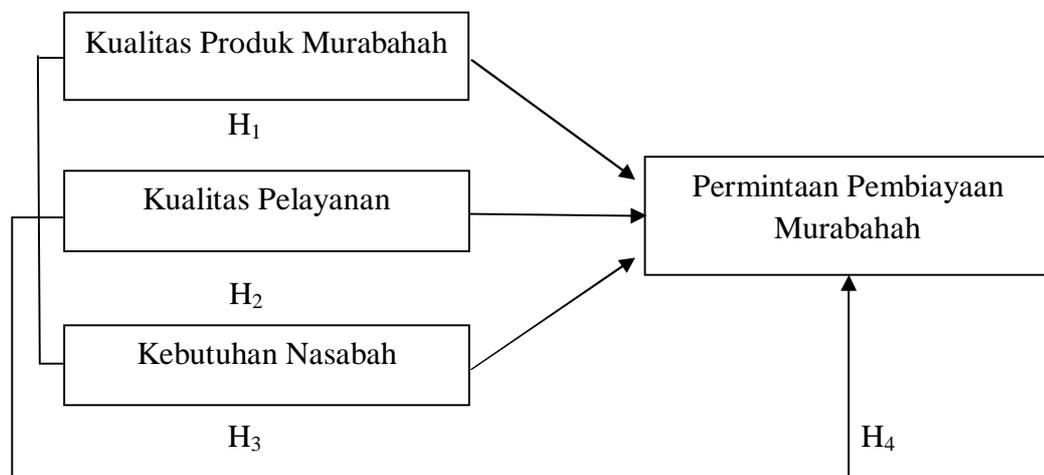
			pembiayaan dengan menggunakan skim mudharabah. Mekanisme dalam pengeluaran mudharabah sudah tercantum dalam SOP bank
--	--	--	--

Perbedaan penelitian-penelitian di atas dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah pada variabelnya.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tujuan penelitian maka kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah penulis menilai serta menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi pembiayaan murabahah pada bank syariah PT. BPRS Amanah Insan Cita.

Gambar II. 2
Kerangka Pemikiran Teoritis



D. Hipotesis

Dari uraian di atas dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

- Ha₁ : Kualitas produk murabahah berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT BPRS Amanah Insan Cita *ceteris paribus*
 Ho₁ : Kualitas produk murabahah tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT BPRS Amanah Insan Cita *ceteris paribus*

- Ha₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT BPRS Amanah Insan Cita *ceteris paribus*
- Ho₂ : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT BPRS Amanah Insan Cita *ceteris paribus*
- Ha₃ : Kebutuhan nasabah berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT BPRS Amanah Insan Cita *ceteris paribus*
- Ho₃ : Kebutuhan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT BPRS Amanah Insan Cita *ceteris paribus*
- Ha₄ : Kualitas produk murabahah, kualitas pelayanan dan kebutuhan nasabah berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT BPRS Amanah Insan Cita
- Ho₄ : Kualitas produk murabahah, kualitas pelayanan dan kebutuhan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT BPRS Amanah Insan Cita *ceteris paribus*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah melalui pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian dengan menggunakan data-data yang berwujud angka-angka tertentu, yang dapat dioperasikan secara matematis.¹ Peneliti memilih metode penelitian kuantitatif karena data-data yang diperoleh dari lapangan dikelola dengan menggunakan angka-angka.

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung dari sumbernya. Data sekunder biasanya telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan diduplikasikan kepada masyarakat pengguna data.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun tempat penelitian yang akan dilakukan pada PT. BPRS Amanah Insan Cita. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2016 sampai dengan April 2017. Perincian dapat dilihat pada table III. 1 berikut ini.

¹Azhar Juliandi dan Irfan, "*Meteorologi Penelitian Kuantitatif*", (Bandung: Cita Pustaka Media Printis, 2013), h. 66

Tabel III. 1
Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan/Tahun																			
		Des/2016				Jan/2017				Feb/2017				Mar/2017				Apr/2017			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■	■																	
2	Penulisan Proposal				■	■	■	■	■												
3	Seminar Proposal									■	■	■	■								
4	Pengumpulan Data													■	■	■	■				
5	Bimbingan Skripsi																	■	■	■	■
6	Penyelesaian Skripsi																	■	■	■	■
7	Sidang Meja Hijau																				■

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekelompok elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan. Elemen dapat dianalogikan sebagai unit analisis, sepanjang pengumpulan data untuk penelitian yang dilakukan hanya kepada responden.² Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pembiayaan murabahah PT BPRS Amanah Insan Cita yang berjumlah ± 250 nasabah.

Sampel adalah sebagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi.³ Sampel terdiri dari bagian populasi terjangkau yang dapat dipergunakan sebagai subjek penelitian melalui sampling.

²Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 123

³Notoatmodjo, 2005

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁴ Untuk menentukan besarnya sampel apabila subjek kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya penelitian populasi. Jika subjeknya lebih besar dapat diambil antara 20-25 %.⁵

Rumus yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah :

$$n = 25\% \times N$$

Keterangan :

n = besar sampel

N = besar populasi

Jadi, berdasarkan jumlah populasi dari PT. BPRS Amanah Insan Cita sampel (20%) yang akan diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = 20\% \times 250 = 50$$

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang didapat dari sumber baik dari individu maupun perseorangan. Data primer diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara dan questioner yang merupakan daftar pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara tertulis. Pada penelitian ini data diambil dengan mewawancarai bagian yang terkait langsung dengan penelitian.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu usaha untuk melakukan pendekatan sejauh mana variable berpengaruh terhadap variable lain untuk mempermudah dalam membahas penelitian ini. Adapun definisi operasional adalah sebagai berikut: permintaan pembiayaan *murabahah* adalah suatu hal atau aktifitas baik ada maupun

⁴Arikunto, 2010

⁵Arikunto, 2002

tidak ada yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan pembiayaan murabahah pada bank syariah PT. BPRS Amanah Insan Cita.

Adapun tabel indikator dari permintaan pembiayaan murabahah adalah:

Tabel III. 2
Indikator Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item
1	Kualitas Produk	1. Kinerja (<i>performance</i>)	1
		2. Keistimewaan tambahan (<i>features</i>)	1
		3. Keandalan (<i>reliability</i>)	1
		4. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>)	1
		5. Daya tahan (<i>durability</i>)	1
		6. Estetika (<i>esthetic</i>)	1
2	Kualitas Pelayanan	1. Reliabilitas (<i>reliability</i>)	1
		2. Daya tangkap (<i>responsiveness</i>)	1
		3. Asuransi (<i>assurance</i>)	1
		4. Berwujud (<i>tangible</i>)	1
		5. Empati (<i>empathy</i>)	1
3	Kebutuhan Nasabah	1. Objek	1
		2. Kegunaan	2

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi Dokumentasi: dengan menelaah buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.
2. Questioner (angket), yaitu daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lengkap mengenai suatu

masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup yang berisi alternatif jawaban sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai. Questioner (angket) menggunakan skala Likert yaitu total *score* dari item-item pertanyaan yang sudah divalidasi. Penelitian ini menggunakan skala penelitian sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju (SS) dengan bobot nilai 5
- b. Setuju (S) dengan bobot nilai 4
- c. Kurang Setuju (KS) dengan bobot nilai 3
- d. Tidak Setuju (TS) dengan bobot nilai 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan bobot nilai 1

G. Teknik Analisa Data

Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Untuk menguji ketiga variabel independen, yaitu kualitas produk *murabahah*, kualitas pelayanan, dan kebutuhan nasabah secara terpisah (*persial*) dan bersama-sama (*simultan*) terhadap variabel dependen (permintaan pembiayaan *murabahah*) dapat dilihat dari uji signifikansi nilai t dan f dari persamaan regresi.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Normalitas dilakukan pada masing-masing variabel untuk mengetahui apakah variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahuinya peneliti melakukan uji statistic Kolmogroff-Smornov (K-S). Apabila nilai sig atau signifikan atau probabilitas $> 0,05$ maka distribusi data normal dan dapat digunakan regresi berganda. Namun apabila nilai sig atau signifikan atau probabilitas $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi variabel independen, Uji Multikolinearitas dilakukan dengan cara menghitung nilai tolerance dan VIF (Varian Inflation Factor). Jika nilai tolerance di

bawah 0,10 dan VIF di atas 10, hal tersebut mengindikasikan adanya fenomena multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residul satu pengamatan lain. Jika varian dari residulnya tetap maka Heteroskedastisitas, dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah Heteroskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk melihat gejala Heteroskedastisitas dalam sekumpulan data dari variabel penelitian dapat dilihat dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residulnya (SRESID) seluruh analisis statistik dalam penilaian (*statistical package for social science*).

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linier dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$PPM = \alpha + \beta_1 KPM + \beta_2 KP + \beta_3 KN + \varepsilon$$

Keterangan:

PPM : Permintaan Pembiayaan Murabahah

KPM : Kualitas Produk Murabahah

KP : Kualitas Pelayanan

KN : Kebutuhan Nasabah

α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

ε : eror term

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji T Statistic

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Dengan taraf signifikan yang ditetapkan variabel tetap adalah sebesar 0,05% dengan derajat kebebasan $df=(n-k-1)$, dimana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Perumusan yang digunakan adalah: $H_0 : \beta_1, \beta_2, = 0$, artinya X_1 dan X_2 secara parsial berpengaruh terhadap Y.

b. Uji F Statistic

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel secara simultan. Dengan taraf signifikan yang ditetapkan adalah 0,05%. Bila signifikan $F_{hitung} < F_{table}$ maka hipotesis ditolak. Perumusan yang digunakan adalah:

$H_0 : \beta_1, \beta_2, = 0$, artinya X_1 maka X_2 secara simultan tidak berpengaruh terhadap Y

$H_a : \beta_1, \beta_2, \neq 0$, artinya X_1 dan X_2 secara simultan berpengaruh terhadap Y

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan ini berfungsi untuk mengetahui presentase besarnya pengaruh variabel dependen yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi dalam presentase (%) dengan rumus sebagai berikut:

$$D = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

D = Determinasi

R = Nilai Korelasi Berganda

100% = Presentase Kontribusi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, angket disebar kepada responden yang berjumlah 50 orang dan angket telah kembali keseluruhannya. Beberapa karakteristik responden yang diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan periode pembayaran. Dalam hal ini, penulis akan menguraikan satu persatu tentang karakteristik responden dengan bantuan program SPSS versi 18, yaitu sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, dapat diidentifikasi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV. 1
Jenis Kelamin
Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	31	62.0	62.0	62.0
Perempuan	19	38.0	38.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Kuesioner, Data Diolah Penulis, SPSS 18, 2017

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 31 orang atau 62% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 19 orang atau 38%.

b. Usia

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, dapat diidentifikasi karakteristik responden berdasarkan usia seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV. 2

Usia

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 25-30	2	4.0	4.0	4.0
31-35	24	48.0	48.0	52.0
36-40	16	32.0	32.0	84.0
41-50	8	16.0	16.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Kuesioner, Data Diolah Penulis, SPSS 18, 2017

Dari tabel di atas, menunjukkan dalam hal usia. Responden yang memiliki usia 25-30 tahun sebanyak 2 orang, responden yang memiliki usia 31-35 tahun sebanyak 24 orang, responden yang memiliki usia 36-40 tahun sebanyak 16 orang, dan responden yang memiliki usai 41-50 sebanyak 8 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki usia 31-35 lebih dominan dengan 48%, sedangkan untuk usia 25-30 tahun, 36-40 tahun, dan 41-50 masing-masing 4%, 32%, dan 16%.

c. Pendidikan

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, dapat diidentifikasi karakteristik responden berdasarkan pendidikan seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV. 3
Pendidikan
Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	32	64.0	64.0	64.0
S1/S2	18	36.0	36.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Kuesioner, Data Diolah Penulis, SPSS 18, 2017

Dari tabel di atas, menunjukkan dalam hal pendidikan responden yang tingkat pendidikan SMA sebanyak 32 orang dan pendidikan S1/S2 sebanyak 18 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang tingkat pendidikan SMA lebih dominan dengan persentase 64%, sedangkan untuk tingkat pendidikan S1/S2 persentasenya 36%.

d. Pekerjaan

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, dapat diidentifikasi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV. 4
Pekerjaan
Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS/TNI/POLRI	2	4.0	4.0	4.0
Pedagang	18	36.0	36.0	40.0
Lainya	30	60.0	60.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Kuesioner, Data Diolah Penulis, SPSS 18, 2017

Dari tabel di atas, menunjukkan hal dalam pekerjaan. Responden yang memiliki pekerjaan PNS/TNI/POLRI sebanyak 2 orang, Pedagang sebanyak 18 orang, dan lainnya sebanyak 30 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden

yang memiliki pekerjaan sebagai lainnya lebih dominan dengan persentase 60%, sedangkan untuk pekerjaan PNS/TNI/POLRI dan Pedagang masing-masing persentasenya sebanyak 4%, dan 36%.

e. Periode Pembayaran

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, dapat diidentifikasi karakteristik responden berdasarkan periode pembayaran seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV. 5
Periode Pembayaran
Pembayaran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bulanan	50	100.0	100.0	100.0

Sumber: Kuesioner, Data Diolah Penulis, SPSS 18, 2017

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa dalam masa periode pembayaran seluruh responden memilih masa periode pembayaran bulanan dengan persentase 100%.

2. Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengelolaan data dalam bentuk angket atau koesioner berupa beberapa pertanyaan untuk masing-masing variabel, dimana 7 pertanyaan untuk variabel X_1 , 5 pertanyaan untuk variabel X_2 , 4 pertanyaan untuk variabel X_3 , dan 5 pertanyaan untuk variabel Y. Kuesioner yang disebar kepada 50 responden pada PT. BPRS Amanah Insan Cita, yaitu menggunakan Skala Likert. Berikut ini adalah tabel Skala Likert.

Tabel IV. 6
Skala Likert

Pernyataan	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

a. Permintaan Pembiayaan Murabahah

Tanggapan responden terhadap variabel Y (permintaan pembiayaan *murabahah*) pada PT. BPRS Amanah Insan Cita, sebagaimana terdapat pada tabel VI. 7 berikut ini.

Tabel IV. 7

Tanggapan Responden tentang Permintaan Pembiayaan Murabahah

Item	Pernyataan	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya memilih pembiayaan murabahah karena kualitas produk murabahah berdampak baik bagi usaha nasabah.	-	-	50	100	-	-	-	-	-	-	50	100
2	Saya memilih pembiayaan murabahah karena kualitas produk murabahah sangat membantu dalam hal memberikan dana dan tidak mempersulit nasabah.	2	4	48	96	-	-	-	-	-	-	50	100
3	Saya memilih pembiayaan murabahah karena margin dan waktu jatuh tempo pembayaran angsuran dapat disepakati bersama.	32	64	17	34	1	2	-	-	-	-	50	100
4	Saya memilih pembiayaan murabahah karena pelayanan dari karyawan sangat baik dalam melayani dan memberikan informasi kepada nasabah.	1	2	46	92	3	6	-	-	-	-	50	100
5	Saya memilih pembiayaan murabahah karena pembiayaan	3	6	8	16	36	72	2	4	1	2	50	100

	murabahah sesuai dengan kebutuhan nasabah.													
	Total	7,5	15,2	33,8	67,6	8	16	0,4	0,8	0,2	0,4	50	100	

Berdasarkan dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa permintaan pembiayaan *murabahah* tidak terlepas dari faktor kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kebutuhan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari total frekuensi dari kelima item pernyataan tentang variabel Y (permintaan pembiayaan *murabahah*) pada PT. BPRS Amanah Insan Cita dengan menjawab setuju, yaitu sebesar 33,8 dengan persentase 67,6%.

b. Kualitas Produk

Tanggapan responden terhadap variabel X_1 (kualitas produk) pada PT. BPRS Amanah Insan Cita, sebagaimana terdapat pada tabel IV. 8 berikut ini.

Tabel IV. 8

Tanggapan Responden tentang Kualitas Produk

Item	Pernyataan	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya memilih produk murabahah karena marjinnnya tidak memberatkan.	2	4	47	94	1	2	-	-	-	-	50	100
2	Saya memilih produk murabahah karena fungsi dari produk murabahah sesuai dengan harapan saya.	1	2	48	96	1	2	-	-	-	-	50	100
3	Saya memilih produk murabahah karena memiliki keistimewaan lebih baik dibandingkan dengan produk lain, yaitu lebih mudah memahaminya.	3	6	43	86	4	8	-	-	-	-	50	100
4	Saya memilih produk murabahah karena produk murabahah sederhana tetapi dapat diandalkan.	-	-	46	92	4	8	-	-	-	-	50	100
5	Saya memilih produk murabahah karena sesuai dengan spesifikasinya sesuai dengan kebutuhan saya.	3	6	42	84	3	6	2	4	-	-	50	100

6	Saya memilih produk murabahah karena waktu dalam pengambilan pembiayaan dapat disesuaikan dengan kemampuan membayar angsuran.	23	46	27	54	-	-	-	-	-	-	50	100
7	Produk murabahah memiliki daya tarik tersendiri yang dapat membedakannya dengan produk lain.	2	4	44	88	4	8	-	-	-	-	50	100
	Total	4,9	9,71	42,4	84,86	2,4	4,86	0,3	0,57	-	-	50	100

Berdasarkan dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk pada PT. BPRS Amanah Insan Cita sudah sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari total frekuensi dari ketujuh item pernyataan tentang X_1 (kualitas produk) pada PT. BPRS Amanah Insan Cita yang menjawab setuju, yaitu sebesar 42,4 dengan persentase 84,86%, yang menjawab sangat setuju yaitu sebesar 4,9 dengan persentase 9,71%, yang menjawab kurang setuju yaitu sebesar 2,4 dengan persentase 4,86%, dan yang menjawab tidak setuju yaitu sebesar 0,3 dengan persentase 0,57%.

c. Kualitas Pelayanan

Tanggapan responden terhadap variabel X_2 (kualitas pelayanan) pada PT. BPRS Amanah Insan Cita, sebagaimana terdapat pada tabel IV. 9 berikut ini.

Tabel IV. 9

Tanggapan Responden tentang Kualitas Pelayanan

Item	Pernyataan	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi sangat tepat.	15	30	34	68	1	2	-	-	-	-	50	100
2	Kesigapan karyawan dalam menangani kebutuhan nasabah sangat baik.	5	10	44	88	1	2	-	-	-	-	50	100
3	Jaminan (asuransi) yang diberikan dapat dipercaya.	34	68	16	32	-	-	-	-	-	-	50	100

4	Perhatian karyawan dalam memahami keinginan nasabah sangat baik.	9	18	39	78	2	4	-	-	-	-	50	100
5	Bukti fisik yang diberikan oleh perusahaan sangat jelas dan meyakinkan nasabah.	1	2	34	68	14	28	1	2	-	-	50	100
	Total	12,8	25,6	33,4	66,8	3,6	7,2	0,2	0,4	-	-	50	100

Berdasarkan dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada PT. BPRS Amanah Insan Cita dalam menangani nasabah sudah sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari total frekuensi dari ketujuh item pernyataan tentang variabel X_2 (Kualitas Pelayanan) pada PT. BPRS Amanah Insan Cita yang menjawab setuju, yaitu sebesar 33,4 dengan persentase 66,8%, yang menjawab sangat setuju yaitu sebesar 12,8 dengan persentase 25,6%, yang menjawab kurang setuju yaitu sebesar 3,6 dengan persentase 7,2%, dan yang menjawab tidak setuju yaitu sebesar 0,2 dengan persentase 0,4%.

d. Kebutuhan Nasabah

Tanggapan responden terhadap variabel X_3 (kebutuhan nasabah) pada PT. BPRS Amanah Insan Cita, sebagaimana terdapat pada tabel IV. 10 berikut ini.

Tabel IV. 10

Tanggapan Responden tentang Kebutuhan Nasabah

Item	Pernyataan	SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya mengajukan pembiayaan murabahah untuk mencukupi modal kerja.	17	34	19	38	3	6	11	22	-	-	50	100
2	Saya mengajukan pembiayaan murabahah untuk modal kerja.	16	32	21	42	8	16	5	10	-	-	50	100
3	Dengan pembiayaan murabahah usaha saya semakin lancar.	22	44	28	56	-	-	-	-	-	-	50	100
4	Saya melakukan pembiayaan murabahah untuk membantu memenuhi kebutuhan hidup.	12	24	16	32	9	18	13	26	-	-	50	100
	Total	16,7	33,5	21	42	5	10	7,3	14,5	-	-	50	100

Berdasarkan dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tingginya tingkat Permintaan Pembiayaan *Murabahah* pada PT. BPRS Amanah Insan Cita juga meliputi faktor dari kebutuhan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari total frekuensi dari keempat item pernyataan tentang variabel X_3 (kebutuhan nasabah) pada PT. BPRS Amanah Insan Cita yang menjawab setuju yaitu sebesar 21 dengan persentase 42%, yang menjawab sangat setuju yaitu sebesar 16,7 dengan persentase 33,5%, yang menjawab kurang setuju yaitu sebesar 5 dengan persentase 10%, dan yang menjawab tidak setuju yaitu sebesar 7,3 dengan persentase 14,5%.

3. Analisi Data

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati data distribusi normal, yaitu distribusi data dengan bentuk lonceng (*bell shaped*). Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residul mengikuti distribusi normal. Data yang baik adalah data yang mempunyai distribusi normal. Uji normalitas data diperoleh dengan melihat grafik histogram dengan normal kurva yang disajikan dalam output SPSS.

Hasil pengujian normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test adalah sebagai berikut:

1. Ditolak H_0 jika probabilitas yang dihitung \geq probabilitas ditetapkan sebesar 0,05 (Sig. 2-tailed $\geq \alpha_{0,05}$) atau data berdistribusi dengan tidak normal.
2. Diterima H_0 jika probabilitas yang dihitung \leq probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig. 2-tailed $\leq \alpha_{0,005}$) atau data berdistribusi normal.

Tabel IV. 11
Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan	Kebutuhan Nasabah	Permintaan Pembiayaan Murabahah
N		50	50	50	50
Normal	Mean	28.2600	20.8800	15.7800	19.8200
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.38225	1.17178	2.15984	.94091
Most Extreme	Absolute	.285	.201	.155	.284
Differences	Positive	.216	.199	.155	.284
	Negative	-.285	-.201	-.141	-.256
Kolmogorov-Smirnov Z		2.018	1.420	1.097	2.009
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001	.035	.180	.001

a. Test distribution is Normal.

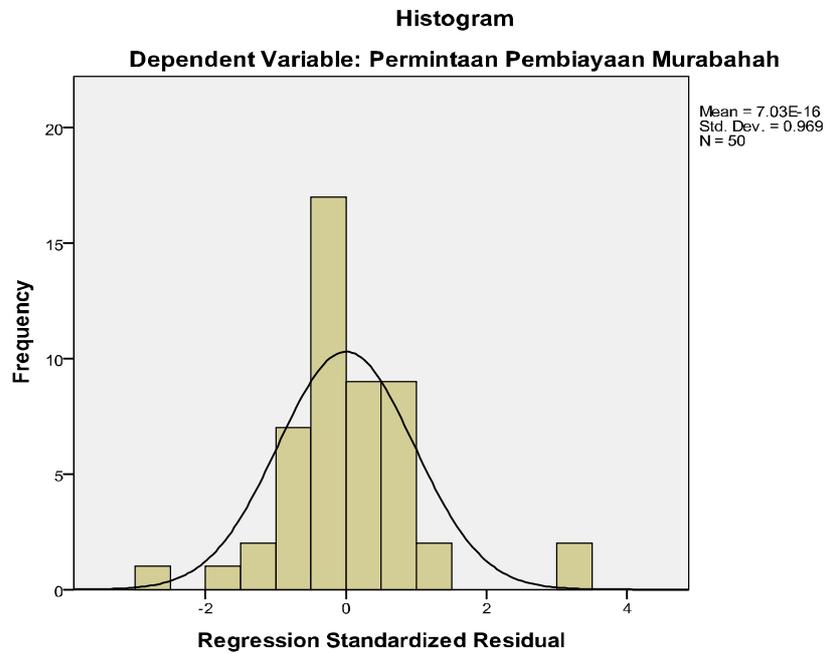
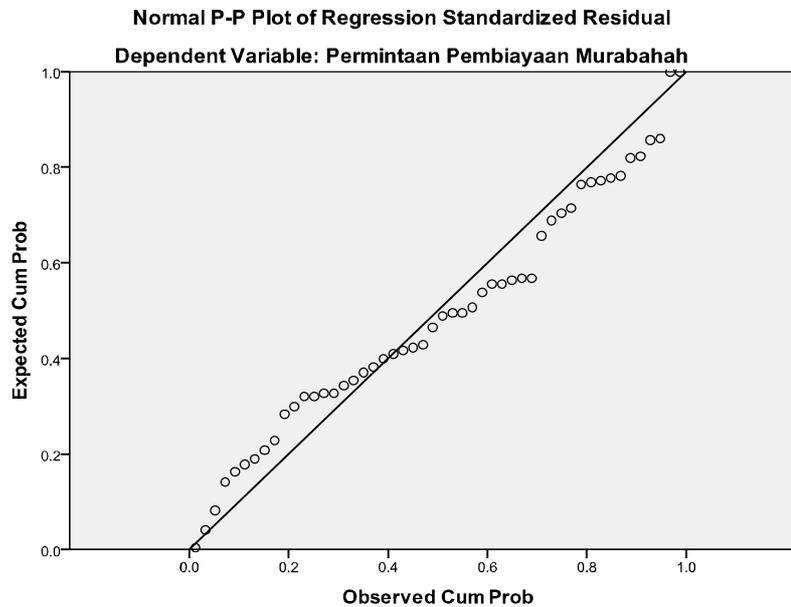
b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa data telah terdistribusi secara normal. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Dimana signifikan kualitas produk 0,001, kualitas pelayanan 0,035, kebutuhan nasabah 0,180, dan permintaan pembiayaan murabahah 0,001 > 0,05 level signifikan (α) sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* di atas juga didukung oleh hasil analisis grafiknya histogram maupun grafik normal probability plot-nya seperti gambar IV. 1 dan gambar VI. 2.

Dengan cara membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal, dari grafik histogram menunjukkan dsitribusi data mengikuti garis diagonal yang tidak melenceng (*skewness*) ke kiri maupun ke kanan atau normal.

Demikian pula dengan hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik plot terlihat dalam gambar IV. 2, terlihat titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mendekati sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi terdistribusi secara normal.

Gambar VI. 1**Histogram****Gambar IV. 2****Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

2) Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas adalah dengan melihat besaran kolerasi antar variabel independen dan besarnya tingkat kolinearitas yang masih dapat ditolerir dasar pengambilan keputusannya yaitu:

1. Nilai *tolerance* > 0,10 VIF < 10, ini menunjukkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas, artinya tidak terjadi ketidaksamaan varians dari residul dari suatu pengamatan yang lain. Model yang baik ialah tidak terjadi heterokedastisitas.

Berikut ini adalah merupakan hasil pengujian multikolinearitas ialah sebagai berikut:

Tabel VI. 12
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.568	3.086		5.045	.000		
Kualitas Produk	.040	.095	.058	.416	.679	.930	1.075
Kualitas Pelayanan	.027	.118	.033	.228	.821	.854	1.171
Kebutuhan Nasabah	.163	.062	.374	2.623	.012	.900	1.111

a. Dependent Variable: Permintaan Pembiayaan Murabahah

Hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan variabel independen memiliki nilai *tolerance* > 0,10 yaitu untuk kualitas produk sebesar 0,930, kualitas pelayanan sebesar 0,854, dan kebutuhan nasabah sebesar 0,900 yang berarti tidak terjadi kolerasi antara variabel independen. Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan hal yang sama dimana variabel independen memiliki nilai VIF

kurang 10 yaitu untuk kualitas produk sebesar 1,075, kualitas pelayanan sebesar 1,171, dan kebutuhan nasabah sebesar 1,111.

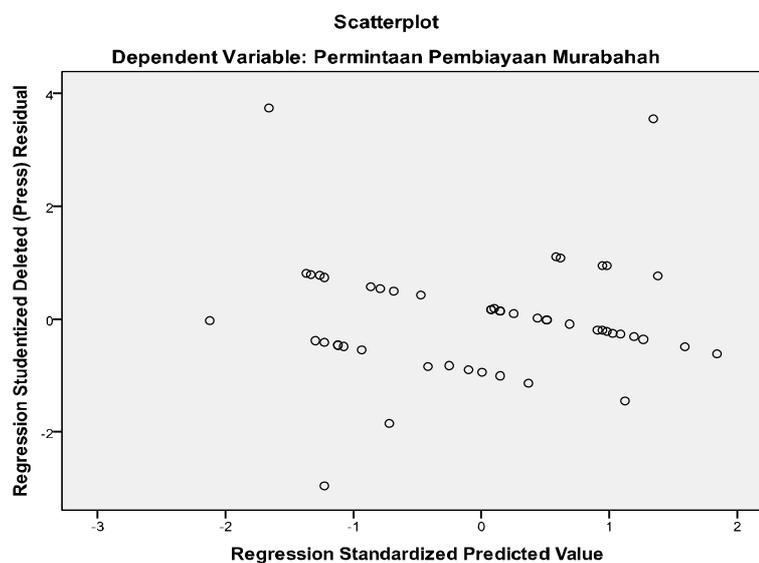
3) Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah dengan memiliki *scatterplot* yang dihasilkan dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika ada plot tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, menyebarkan kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas atau kata nilai jika varians dari residul satu pengamatan ke pengamatan lain tidak sama atau tidak tetap.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas atau dengan kata lain tetap atau sama.

Berikut ini merupakan grafik *scatterplot* untuk menganalisis data apakah terjadi heteroskedastisitas atau terjadi homoskedastisitas dengan mengamati penyebaran titik pada gambar IV. 3.

Gambar IV. 3
Scatterplot



Dari grafik *scatterplot* di atas dapat terlihat bahwa terdapat titik-titik yang menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menetralkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen. Bila dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X) persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$PPM = \alpha + \beta_1 KP + \beta_2 KP + \beta_3 KN + \varepsilon$$

Keterangan:

PPM : Permintaan Pembiayaan Murabahah

KPM : Kualitas Produk

KP : Kualitas Pelayanan

KN : Kebutuhan Nasabah

α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

ε : eror term

Berikut hasil analisis dari uji model:

Tabel IV. 16

Uji Model

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.568	3.086		5.045	.000
Kualitas Produk	.040	.095	.058	.416	.679
Kualitas Pelayanan	.027	.118	.033	.228	.821
Kebutuhan Nasabah	.163	.062	.374	2.623	.012

a. Dependent Variable: Permintaan Pembiayaan Murabahah

Persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$PPM = \alpha + \beta_1 KP + \beta_2 KP + \beta_3 KN + \varepsilon$$

$$PPM = 15,568 + 0,040 + 0,027 + 0,163 + 0$$

Hasil dari analisis di atas menunjukkan bahwa besarnya nilai α yang dihasilkan adalah sebesar 15.568, sedangkan koefisien regresi untuk kualitas produk sebesar 0,040, kualitas pelayanan sebesar 0,027, dan kebutuhan nasabah sebesar 0,163.

Adapun yang dimaksud dari persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

1. Nilai α yang merupakan konstanta menunjukkan bahwa apabila variabel X_1 , variabel X_2 , dan variabel X_3 konstanta (tetap), maka permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita mengalami peningkatan sebesar Rp 15.568 juta.
2. Nilai koefisien dari X_1 adalah sebesar 0,027 dengan signifikan 0,679 merupakan nilai koefisien regresi variabel kualitas produk. Hal ini merupakan bahwa apabila nilai kualitas produk mengalami peningkatan, maka permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita mengalami peningkatan sebesar 4%.
3. Nilai koefisien dari X_2 adalah sebesar 0,040 dengan signifikan 0,821 merupakan nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan. Hal ini merupakan bahwa apabila nilai kualitas pelayanan mengalami peningkatan, maka permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita mengalami peningkatan sebesar 2,7%.
4. Nilai koefisien dari X_3 adalah sebesar 0,163 dengan signifikan 0,012 merupakan nilai koefisien regresi variabel kebutuhan nasabah. Hal ini merupakan bahwa apabila nilai kebutuhan nasabah mengalami peningkatan, maka permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita mengalami peningkatan sebesar 16,3%.

c. Pengujian Hipotesis

1) Uji t (Uji Parsial)

Uji t statistik (parsial) statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh jatuh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel independen. Uji ini menandai bahwa variabel independen adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan kebutuhan nasabah, sedangkan variabel dependen adalah permintaan pembiayaan murabahah. Dalam model ini apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kebutuhan nasabah berpengaruh terhadap permintaan pembiayaan murabahah.

Tabel IV. 13

Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.568	3.086		5.045	.000		
	Kualitas Produk	.040	.095	.058	.416	.679	.930	1.075
	Kualitas Pelayanan	.027	.118	.033	.228	.821	.854	1.171
	Kebutuhan Nasabah	.163	.062	.374	2.623	.012	.900	1.111

a. Dependent Variable: Permintaan Pembiayaan Murabahah

Dari hasil perhitungan dapat diketahui uji parsial adalah sebagai berikut:

1. Untuk variabel X_1 (kualitas produk) diperoleh t_{hitung} sebesar 0,679 dengan signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,679 > 0,05$), sedangkan t_{tabel} dengan $df=n-k = 50-4 = 46$ adalah sebesar 2,013, maka diperoleh $t_{hitung} (0,679) < t_{tabel} (2,013)$ berarti kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita.

2. Untuk variabel X_2 (kualitas pelayanan) diperoleh t_{hitung} sebesar 0,821 dengan signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,821 > 0,05$), sedangkan t_{tabel} dengan $df = n - k = 50 - 4 = 46$ adalah sebesar 2,013, maka diperoleh t_{hitung} ($0,228$) $< t_{tabel}$ ($2,013$) berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita.
3. Untuk variabel X_3 (kebutuhan nasabah) diperoleh t_{hitung} sebesar 0,012 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,012 < 0,05$), sedangkan t_{tabel} dengan $df = n - k = 50 - 4 = 46$ sebesar 2,013, maka diperoleh t_{hitung} ($2,623$) $> t_{tabel}$ ($2,013$). Ini berarti bahwa kebutuhan nasabah berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan pada PT. BPRS Amanah Insan Cita.

2) Uji Hipotesis (Uji F)

Uji hipotesis secara simultan (uji F) antara variabel bebas dalam hal ini kualitas produk, kualitas pelayanan, kebutuhan nasabah dan variabel terikatnya adalah permintaan pembiayaan murabahah. Hasil analisis uji F dapat dilihat pada tabel IV. 8 berikut ini:

Tabel IV. 14

Uji Hipotesis

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.887	3	2.296	2.894	.045 ^a
	Residual	36.493	46	.793		
	Total	43.380	49			

a. Predictors: (Constant), Kebutuhan Nasabah, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Permintaan Pembiayaan Murabahah

Uji F menghasilkan F_{hitung} sebesar 2,894 dengan nilai signifikan 0,045. Dengan df pembilang $k - 1 = 4 - 1 = 3$ df penyebut $n - k - 1 = 50 - 4 - 1 = 45$, jadi nilai $df = 2,81$. Nilai F_{hitung} ($2,894$) $> F_{tabel}$ ($2,81$) dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai 0,05 atau $0,045 < 0,05$. Maka H_a diterima dan H_o ditolak jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan variabel kualitas produk,

kualitas pelayanan, dan kebutuhan nasabah secara bersama-sama terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita.

3) Koefisien Determinasi (*squer R²*)

Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjalankan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Tabel IV. 15
Koefisien Determinasi (*squer R²*)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.398 ^a	.159	.104	.89069	2.247

a. Predictors: (Constant), Kebutuhan Nasabah, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Permintaan Pembiayaan Murabahah

Berdasarkan hasil regresi di atas diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,159 yang menunjukkan bahwa model yang dibuat untuk memprediksi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kebutuhan nasabah mampu menjelaskan permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita yaitu sebesar 15,9%, jadi sisanya ($100\% - 15,9\% = 84,1\%$) dipengaruhi oleh variabel yang lain.

B. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil perhitungan uji parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita. Sedangkan untuk variabel kebutuhan nasabah berpengaruh signifikan terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa, “Ha diterima dan Ho ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kebutuhan nasabah secara bersama-sama terhadap permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita”.

Sementara hasil regresi diperoleh koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa model yang dibuat untuk memprediksi pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kebutuhan nasabah mampu menjelaskan permintaan pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita yaitu sebesar 15,9%, jadi sisanya ($100\% - 15,9\% = 84,1\%$) dipengaruhi oleh variabel yang lain.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian, pengelolaan data dan pembahasan pada BAB IV dapat ditarik kesimpulan, yaitu berdasarkan dari hasil perhitungan uji parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Pembiayaan Murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita. Sedangkan untuk variabel kebutuhan nasabah berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Pembiayaan pada PT. BPRS Amanah Insan Cita.

Sementara itu hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa, “Ha diterima dan Ho ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kebutuhan nasabah secara bersama-sama terhadap Permintaan Pembiayaan Murabahah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita”.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1. PT. BPRS Amanah Insan Cita harus lebih memperhatikan nasabah dalam kualitas produk yang diberikan, kualitas pelayan agar nasabah tau calon nasabah lebih mudah dalam melakukan transaksi di bank tersebut. Karena penyaluran pembiayaan dan lainnya terutama pada pembiayaan murabahah yang dapat membantu kebutuhan nasabah.
2. PT. BPRS Amanah Insan Cita agar lebih giat lagi dalam memberikan sosialisasi yaitu upaya-upaya pembinaan nasabah atau calon nasabah melalui proses analisa, evaluasi, komunikasi, dan interaksi secara langsung maupun tidak langsung guna untuk meningkatkan penyaluran pembiayaan dan lainnya terutama pada pembiayaan *murabahah*
3. PT. BPRS Amanah Insan Cita lebih giat melakukan ekspansi bisnis dan membuat strategi pembiayaan sehingga banyak pihak yang tertarik untuk menggunakan fasilitas pembiayaan di bank tersebut.

4. Untuk meningkatkan kinerja karyawan pada PT. BPRS Amanah Insan Cita sebaiknya pihak perusahaan lebih meningkatkan kedisiplinan kerja kepada karyawan, sehingga karyawan akan lebih efektif dalam kerja. Memberikan motivasi, memperhatikan dan mengarahkan cara kerja karyawan sehingga karyawan dapat mengikuti prosedur kerja yang ada dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Bayan, Al-Qur'an dan Terjemahan (*Transliterasi Arab Latin*).
- Abdullah, Saced. "*Bank islam dan bunga*". Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013.
- A Dawsk Hasheite, al-Dawski 'ala Sharhil-Kabir, Al-Qurthubi, Dalam Adiwarman Karim, "*Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*", Cetakan III, Jakarta: PT. rajagrafindo Persada, 2006.
- Anshori, Abdul Ghofur dkk. "*Kapita Selekt Perbankan Syariah Di Indonesia*". Yogyakarta: UII Press, 2008.
- Antonio, Muhammad Syafi,I "*Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*". Cetakan 12, Jakarta : Tazkia Institute, 2008.
- Asmuni, Siti Mujiatun, "*Bisnis Syariah*". Perdana Publishing, Medan: 2013.
- Bahuti, Al. Kasyaful-Qunan"An Matin Al-Aqna, III, Dalam Adiwarman Karim, "*Bank Islam: Analisis Fiqih Keuangan*", Cetakan III, Rajagrafindo Persada, 2006.
- Hamid, Abdul. "*Buku Panduan Penulisan Skripsi*". FEIS UIN Press, Jakarta, 2007.
- Harahap S. Sofyan Dkk. "*Akuntansi Perbankan Syariah*", Ed, CetIV , Jakarta: LPFE Usakti, 2010.
- Ismail. "*Perbankan Syariah*". Jakarta: Kencana, 2011.
- Karim, Adiwarman A. "*Bank Islam; Analisis Fiqih Dan Keuangan*", Edisi ketiga. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2008.
- Kasani, Al Bada'us-Sana' Fi Tartibisy-Syarara'I Syarah Tuhfatul-Fuqaha Lil-Samarqandi, DALAM Adiwarman Karim, "*Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan*". Cetakan III, Jakrta : PT. Rajagrafindo Persada, 2006.
- Kasmir. "*Dasar-Dasar Perbankan*". Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006.
- Kasmir. "*Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*". Edisi Revisi, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Lupiyoadi, Rambat, A. Hamdhani. "*Manajemen Pemasaran Jasa*". Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Mustofa, Imam. "*Fiqih Mu'amalah*". Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2016.

- Nasution, Chaeruddin. *“Manajemen Kredit Bank Syariah: Kajian Ekonomi Dan Keuangan”*. Jakarta, 2005.
- Nurhayati, Sri. *“Akuntansi Syariah Di Indonesia”*, Edisi II. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Perwaningsi, Anik. *“ Penentuan Rotasi Yang Sesuai Dalam Analisis Faktor Dan Analisis Prorustes”* Universitas Airlangga , Surabaya, 2008.
- Ramli, Hasbi. *“Analisis Pembiayaan Dan Income Statement Pada Lembaga Keuangan Syariah”*. Dirjen Perbankan Syariah BI , Jakarta, 2004.
- Rivai, Vietzhal dkk. *“Bank and Financial Intitution Management”*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007.
- Rivai, Vietzhal, Andria Pertama Veithzal. *“Islamic Financial Management: Teori, Konsep, dan Aplikasi Panduan Praktis Untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi dan Mahasiswa”*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Rivai, Vietzhal. *“Islamic Banking”*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Rivai, Vietzhal dkk. *“Islam Financial Management”* . Jilid I, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Sarwono, Jonathan. *“Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS”*. Penerbit ANDI, Yogyakarta, 2006.
- Siamat, Dahlan *“Management Lembaga Keuangan”*. Ed III, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2004
- Soematra, Andri. *“Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah”*. Cetakan I, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Sugiono. *“Metode Penelitian Kuliatitatif, Kuantitatif dan R & D, Alfabeta”*. Bandung, 2011.
- Syafei, Rachmad. *“Fiqih Muammalah”*. Bandung: Pustaka Setia, 2010.
- Syarbini, Al-Mughini Al-Muhtaj ‘Ala Ma’Ani Alfad Al-Minjahi, Dalam Adiwarman Karim, *“Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan”*. Cetakan III, Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2006.
- Umam, Khotibul. *“Perbankan Syariah”*. Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2016.
- Wiroso. *“Jual Beli Murabahah”* . Yogyakarta: UII Press, 2004.

Yusuf, Muhammad & Wiroso. "*Bisnis Syariah*". Ed. I, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007.

Sumber Website:

<http://skripsi-manajemen.blogspot.co.id/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html>

<http://www.kajianpustaka.com/2013/04/kualitas-pelayanan-pelanggan.html>

<http://zonapembelajar.blogspot.co.id/2015/05/faktor-faktor-dan-hal-hal-yang.html>

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Data Pribadi

Nama : Riko Ananda
Tempat/Tanggal Lahir : Sinabang, 02 September 1995
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Alamat : Jl. Sei Bulutu, NO. 53, Setia Budi, Medan
Kewarganegaraan : Indonesia
Status Keluarga : Anak Ketiga dari 5 bersaudara
No. HP : 081263381781

II. Data Orang Tua

Ayah : Kabirudin, S.Pdi
Ibu : Juliati, S.E
Alamat : Jl. Suka Maju Dusun Mawar, Kabupaten Simeulue

III. Riwayat Pendidikan

1. TK Pertiwi Simeulue Timur pada tahun 2002
2. SDN 05 Simeulue Timur pada tahun 2002-2008
3. SMPN 02 Simeulue Timur pada tahun 2008-2011
4. SMAN 01 Simeulue Timur pada tahun 2011-2013
5. Pada tahun 2013 tercatat sebagai mahasiswa Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya perbuat sebenarnya dengan rasa tanggung jawab.

Medan, April 2017

Riko Ananda