

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) di Indonesia, memberikan solusi kepada masyarakat untuk mencukupi kekurangan keuangan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup, seperti kebutuhan konsumtif maupun produktif, yaitu membeli peralatan rumah tangga, kendaraan, tempat tinggal, pembuatan usaha mikro, modal untuk usaha dan lain-lain. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan pada data Statistik Perbankan Syariah (SPS) Agustus tahun 2017, bahwa jumlah dana masyarakat yang berminat melakukan pembiayaan *murabahah* lebih besar dibandingkan dengan pembiayaan lainnya, yaitu *musyarakah*, *istishna*, dan *ijarah*.

Tabel 1.1.
Kegiatan Usaha Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah – SPS 2017
(Miliar Rp)

Indikator	2017					
	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
5. Pembiayaan Bagi Hasil	95.920	97.062	100.082	106.734	107.933	108.916
a. <u>Pembiayaan Bagi Hasil Kepada Pihak Ketiga Bukan Bank</u>	94.902	96.025	98.951	105.541	106.777	107.788
1. <i>Mudharabah</i>	14.505	14.316	14.751	15.778	15.643	16.059
2. <i>Musyarakah</i>	80.397	81.709	84.200	89.763	91.134	91.729
3. <u>Pembiayaan Bagi Hasil Lainnya</u>	-	-	-	-	-	-
6. Piutang	146.558	147.299	149.024	151.184	149.032	150.566
a. <u>Piutang Kepada Pihak Bukan Bank</u>	146.512	147.249	148.959	151.092	148.947	150.482
1. <i>Murabahah</i>	140.611	141.274	142.988	145.004	143.036	144.329
2. <i>Qard</i>	4.973	5.026	4.998	5.082	4.878	5.094
3. <i>Istishna'</i>	929	948	972	1.006	1.033	1.060
7. Pembiayaan Sewa (<i>ijarah</i>) termasuk Piutang Sewa	9.123	9.018	8.926	8.688	8.614	8.935
a. <u>Pembiayaan Sewa (<i>ijarah</i>) termasuk piutang sewa Pihak Ketiga Bukan Bank</u>	9.122	9.017	8.922	8.684	8.610	8.931

Sumber: OJK – Statistik Perbankan Syariah (*Sharia Banking Statistics*) 2017 Agustus

Pada tabel 1.1. menunjukkan bahwa pembiayaan *murabahah* di bulan Maret sampai Agustus tahun 2017 memiliki jumlah dana paling besar dibandingkan dengan pembiayaan lainnya. Maka terbukti, bahwa jumlah masyarakat yang berminat melakukan pembiayaan *murabahah* lebih banyak dibandingkan dengan pembiayaan lainnya. Contohnya, di bulan Agustus tahun 2017 jumlah dana pembiayaan *murabahah* kepada pihak ketiga bukan bank, di BUS dan UUS sebanyak 144.329 M sedangkan jumlah peminat pembiayaan *musyarakah* kepada pihak ketiga bukan bank sebanyak 91.729 M, *isthisna'* sebanyak 1.060 M dan *Ijarah* sebanyak 8.931 M.

Berdasarkan observasi, meskipun lembaga keuangan syariah telah memberikan solusi tersebut, tidak jarang dari masyarakat masih memilih untuk meminjam dana ke perorangan seperti rentenir dari pada melalui lembaga keuangan syariah karena sebagian masyarakat mengatakan bahwa administrasi di LKS cukup susah, harus adanya jaminan, dan pencairannya tidak bisa dilakukan secara langsung tidak seperti yang dilakukan oleh rentenir. Direktur Pemasar Bank Pembangunan Daerah (BPD) DIY Bambang Giri Dwi Kuncoro mengungkapkan, masih adanya masyarakat yang mengakses pinjaman dari rentenir dikarenakan prosesnya cepat dan persyaratan mudah, meski di sisi lain bunga yang ditetapkan cukup tinggi. Pihaknya mengakui, satu keunggulan rentenir yang sampai saat ini tidak bisa diikuti kalangan bank umum adalah sistem kerja mereka 24 jam. “Misalnya, saat pasar kulakan buka jam 3.00 WIB, rentenir sudah ada di

situ. Kalau bank (umum) tidak bisa”, katanya pada Solopos.com, Selasa (22/11/2016).

Sayangnya, masyarakat yang akan memilih pembiayaan *murabahah* tidak semua mengerti apa itu pembiayaan *murabahah* sehingga membuat mereka ragu untuk memutuskan melakukan pembiayaan *murabahah*, dan tidak semua mampu memenuhi persyaratan pembiayaan *murabahah* tersebut. Keterbatasan masyarakat dalam memutuskan pemilihan suatu produk pembiayaan, dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu (Kotler, 2007) yaitu faktor budaya, dilihat dari cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan barang atau jasa. Faktor sosial, menurut Engel (2006) mengacu pada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku berdasarkan posisi ekonomi mereka di dalam pasar. Faktor pribadi, atau internal didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Faktor psikologis seperti sikap dan kepercayaan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen.

Keraguan dan ketidakmampuan pemenuhan persyaratan administrasi pembiayaan *murabahah* pada seorang konsumen dalam memutuskan melakukan pembiayaan *murabahah* atau tidak, didasari oleh keadaan internal konsumen tersebut. Dimana keadaan internal konsumen atau faktor pribadi konsumen merupakan hal yang dominan sebagai pendorong untuk melakukan keputusan pembelian barang/jasa terutama keputusan melakukan pembiayaan, seperti pada hasil penelitian terdahulu

oleh Aeni Wahyuni berjudul “Pengaruh budaya, psikologis dan pribadi terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* pada BMT Bina Ummat Mandiri Tambang”, yang menunjukkan bahwa faktor pribadi adalah faktor paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* pada BMT Bina Ummat Mandiri Tambang (2013: 101). Seorang konsumen akan melakukan pembelian suatu produk atau barang karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi, baik kebutuhan yang bersifat mendesak maupun tidak. Oleh sebab itu, konsumen akan mencari bantuan untuk mengurangi beban biaya dalam memenuhi kebutuhannya dengan memilih melakukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah tertentu. Kebutuhan tersebut dapat dibagi menjadi tiga kategori yaitu, kebutuhan primer, sekunder dan tersier/mewah. Apabila kebutuhan konsumen tidak terpenuhi maka ia akan menunjukkan perilaku kecewa, tetapi sebaliknya bila kebutuhannya terpenuhi, konsumen akan memperlihatkan perilaku gembira sebagai *manifestasi* rasa puasnya (Setiadi Nugroho J, 2010).

Menurut ahli ekonomi klasik pendapatan ditentukan oleh kemampuan faktor-faktor produksi dalam menghasilkan barang dan jasa. Semakin besar kemampuan faktor-faktor produksi menghasilkan barang dan jasa, maka akan semakin besar pula pendapatan yang diciptakan. Pendapatan seseorang dapat dibagi mejadi dua bentuk, yaitu pendapatan berupa uang dan berupa barang (Mulyanto S dan Hans Ever, 1982: 92). Jika dikaitkan dengan keputusan konsumen terhadap suatu produk, seperti

pembiayaan, tinggi rendahnya pendapatan seseorang dapat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian seseorang (Wahyu Retno Maryati, hal. 6).

Menurut Engel (2006), pengetahuan konsumen dibagi menjadi tiga aspek, yaitu pertama pengetahuan produk, yang merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Masyarakat atau nasabah perlu menyadari akan kategori atau merek produk, terminologi produk, dan ciri-ciri suatu produk yang ia butuhkan, terutama pada produk pembiayaan. Kedua pengetahuan pembelian, yaitu mengetahui informasi mengenai dimana produk pembiayaan tersebut didapatkan dan kapan harus terjadi. Terakhir pengetahuan pemakaian, mencakup informasi mengenai bagaimana produk pembiayaan dapat digunakan atau dimanfaatkan. Pengetahuan pemakaian konsumen dianggap penting karena, pada dasarnya konsumen akan lebih kecil melakukan pembelian terhadap suatu produk jika tidak memiliki informasi yang cukup, tentang bagaimana cara menggunakan produk tersebut, atau tentang dimana suatu produk tersebut didapatkan.

Persepsi merupakan suatu proses dimana individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan *stimuli* menjadi suatu yang bermakna (Suryani, 2012: 97). Seseorang akan memutuskan pembelian suatu barang dapat dilihat dari sisi kualitas atau nilainya. Salah satunya persepsi terhadap kualitas produk, konsumen akan mempersepsikan produk tersebut memiliki kualitas rendah apabila produk tersebut

berkualitas rendah. Maka, keputusan konsumen untuk membeli suatu barang tersebut dipengaruhi oleh persepsi konsumen itu sendiri, bukan berdasarkan realitasnya, begitu juga dalam memilih pembiayaan di suatu lembaga keuangan syariah.

BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*) merupakan lembaga keuangan syariah yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah Islam. Prinsip operasinya didasarkan atas prinsip bagi hasil, jual beli dan titipan (*wadiah*). BMT bertujuan untuk mewujudkan kehidupan keluarga dan masyarakat di sekitar BMT yang selamat, damai, dan sejahtera.

Baitul Maal wa Tamwil Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (BMT UMY) adalah koperasi syariah yang didirikan pada tahun 2011 dan telah memperoleh Badan Hukum Nomor 6/BH/KPTS/XV/VII/2011, dengan keistimewaan sebagai berikut:

Keunggulan BMT UMY

Aman	Berada dibawah naungan Amal usaha Muhammadiyah yang berpengalaman dan kredibel.
Bermanfaat	Penyaluran dana untuk membiayai sektor UMKM dan UKM dengan pelayanan yang cepat, mudah dan sederhana.
Menguntungkan	Memberikan bagi hasil yang kompetitif
Terpercaya	Lahir dalam komunitas akademisi yang mengedepankan profesionalisme kerja dengan SDI yang berkualitas
Berkah	Prinsip Operasional berdasarkan syari'ah

Gambar 1.1. Keunggulan BMT UMY. Sumber <http://bmtumy.com/profil/keunggulan-bmt>

Sedangkan dalam bentuk simpanan, BMT UMY memberikan layanan jempot bolah kepada mitra/nasabah dan untuk pembiayaan kolektif, jaminan yang digunakan khusus dosen UMY berupa SK dan untuk umum tetap menggunakan jaminan berupa BPKB atau sertifikat, juga mendapatkan *special margin* yang mana angsurannya akan dipotong oleh bendahara lembaga secara kolektif (<http://bmtumy.com/profil/keunggulan-bmt>). Hal yang membedakan antara BMT yang ada di Jogjakarta dengan BMT UMY adalah penerapan “Transaksi sesuai Syar’i” yang merupakan komitmen dan identitas BMT UMY dalam bermuamalah sesuai dengan aturan islam, dan tidak akan memberikan dalam bentuk *fresh money* untuk akad murabahah, tapi benar-benar memberikan barang (brosur RAT ke VI, 2016 : 8). Seperti pada salah satu kutipan kesan dan pesan nasabah BMT UMY, Bapak Fauzuli yang mengatakan bahwa, “Insyaallah transaksi di BMT UMY sudah sesuai syar’i, hati lebih tenang karena bisa terbebas dari riba. Saya berharap BMT UMY bisa menjadi solusi dan pioner lembaga keuangan syari’ah non riba di Jogja” (brosur RAT ke VI, 2016 : 10). BMT UMY menawarkan beberapa jenis produk pembiayaan, seperti Jual Beli *Murabahah*, Kerjasama *Musyarakah*, dan Pesan Bangun (*istishna*).

Permintaan nasabah terhadap produk pembiayaan *murabahah* terbukti paling tinggi dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya.

Produk Pembiayaan BMT UMY	September 2017
<i>Murabahah</i>	397
<i>Musyarakah</i>	5
<i>Istishna</i>	11

Tabel 1.2. Jumlah nasabah pembiayaan di BMT UMY bulan September 2017. Sumber dari HRD BMT UMY

Pada tabel 1.2. menunjukkan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* sebanyak 397 orang di BMT UMY pada bulan September 2017 paling banyak dibandingkan dengan jumlah nasabah pembiayaan *musyarakah* sebanyak 5 orang dan pembiayaan *istishna* sebanyak 11 orang. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kebutuhan masyarakat dalam melakukan transaksi peminjaman atau pembiayaan *murabahah* pada BMT UMY sangat tinggi dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya. Menurut Ulama' Syafi'iyah dan Hanabilah, *murabahah* merupakan suatu akad jual beli yang dilakukan seseorang dengan berdasarkan pada harga beli penjual ditambah keuntungan dengan syarat harus sepengetahuan kedua belah pihak (M. Yazid Afandi, 2009: 85).

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk mengetahui apa sajakah yang mempengaruhi konsumen atau nasabah dalam memutuskan melakukan pembiayaan *murabahah* sehingga nasabah tersebut tidak lagi ragu untuk melakukan pembiayaan *murabahah* dan juga dapat memenuhi syarat-syarat pengajuan pembiayaan *myurabahah*.

Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai faktor pribadi yang terdiri dari indikator kebutuhan, pendapatan,

pengetahuan dan persepsi nasabah dalam pengambilan keputusan pemilihan produk pembiayaan, terutama produk pembiayaan *murabahah* pada salah satu lembaga keuangan syariah di Yogyakarta, dengan memilih studi kasus di BMT UMY. Maka, peneliti mengambil judul **“Pengaruh Faktor Pribadi Nasabah Terhadap Pengambilan Keputusan Produk Pembiayaan *Murabahah* Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus pada BMT UMY)”**, untuk diteliti. Peneliti membatasi indikator yang mempengaruhi nasabah dalam pemutusan pemilihan produk pembiayaan *murabahah* pada beberapa variabel yaitu, Kebutuhan, Pendapatan, Pengetahuan, dan Persepsi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka masalah yang dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

1. Apakah kebutuhan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT UMY ?
2. Apakah pendapatan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT UMY ?
3. Apakah pengetahuan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT UMY ?
4. Apakah persepsi mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT UMY ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bahwa kebutuhan nasabah berpengaruh dalam pengambilan keputusan produk pembiayaan *murabahah* di BMT UMY.
2. Mengetahui bahwa pendapatan nasabah berpengaruh dalam pengambilan keputusan produk pembiayaan *murabahah* di BMT UMY.
3. Mengetahui bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh dalam pengambilan keputusan produk pembiayaan *murabahah* di BMT UMY.
4. Mengetahui bahwa persepsi nasabah berpengaruh dalam pengambilan keputusan produk pembiayaan *murabahah* di BMT UMY.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi peneliti dan dapat menjadi bahan informasi atau referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya terutama dalam bidang Lembaga Keuangan Syariah.
2. Bagi pihak Lembaga Keuangan Syariah khususnya BMT UMY, penelitian ini berguna sebagai masukan mengenai pengaruh faktor

pribadi nasabah terhadap pengambilan keputusan produk pembiayaan *murabahah*. Sehingga BMT UMY dapat mempertimbangkan penyusunan strategi pemasaran dan kebijakan-kebijakan selanjutnya.

3. Melalui hasil penelitian ini, diharapkan masyarakat atau pun pembaca mampu lebih bijak dalam mempertimbangkan keputusan pemilihan penggunaan produk pembiayaan *murabahah*.