

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
ANGGOTA DALAM MENGAMBIL PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA
KSPPS BMT KHONSA CILACAP**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
RETNO MURNIATI
NIM. 1522202110

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Retno Murniati
NIM : 1522202110
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota dalam Mengambil Pembiayaan *Murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 17 Oktober 2019

Saya yang menyatakan,



Retno Murniati
NIM. 1522202110



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
ANGGOTA DALAM MENGAMBIL PEMBIAYAAN *MURĀBĀHĀH* PADA
KSPPS BMT KHONSA CILACAP**

Yang disusun oleh Saudari **Retno Murniati NIM. 1522202110** Jurusan/Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu**, tanggal **13 November 2019** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh **Sidang Penguji Skripsi**

Ketua Sidang/Penguji


Ain Solikhin, M. Ag.
NIP. 197208052001121002

Sekretaris Sidang/Penguji

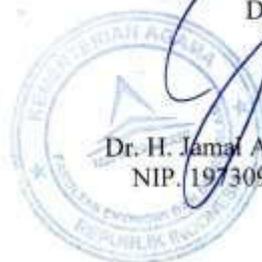

H. Slamet Akhmadi, M.S.I.
NIDN.-2111027901

Pembimbing/Penguji


Sofia Yustiani Suryandari, M.Si.
NIP. 197807162009012006

Purwokerto, 21 November 2019
Mengetahui/Mengesahkan
Dekan


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 197309212002121004



NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto
Di-
Purwokerto

Assalamu'alaikumm Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Retno Murniati NIM. 1522202110 yang berjudul:

**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota
dalam Mengambil Pembiayaan *Murabahah* pada KSPPS BMT
Khonsa Cilacap**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu Perbankan Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 17 Oktober 2019

Pembimbing,



Sofia Yustiani Suryandari, M.Si
NIP. 197807162009012006

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(QS. Ar-Rad: 11)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari satu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah: 6-8)

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN ANGGOTA DALAM MENGAMBIL PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA KSPPS BMT KHONSA CILACAP

RETNO MURNIATI

NIM. 1522202110

E-mail: retno0murniati@gmail.com

Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor sosial, faktor produk dan faktor promosi terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap secara parsial. Dan untuk mengetahui pengaruh faktor sosial, faktor produk dan faktor promosi terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap secara simultan.

Responden dalam penelitian ini adalah anggota pembiayaan *murabahah* KSPPS BMT Khonsa Cilacap. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Jumlah sampel diambil dari rumus Slovin. Pengambilan sampel pada penelitian ini dengan teknik *Non Probability Sampling* dengan cara *purposive sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket) dengan membagikan pada anggota pembiayaan *murabahah* KSPPS BMT Khonsa Cilacap. Metode analisis data menggunakan analisis regresi ordinal dan korelasi *rank spearman*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap. Sedangkan secara parsial variabel faktor sosial dan faktor produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah*, sedangkan variabel faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah*. Dari uji determinasi diketahui bahwa 40,7% terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap dapat dijelaskan oleh faktor sosial, faktor produk dan faktor promosi. Sedangkan sisanya sebesar 59,3% dipengaruhi faktor lain yang dalam hal ini tidak menjadi bahan penelitian penulis.

Kata kunci: Faktor sosial, faktor produk, faktor promosi, pembiayaan *murabahah*, keputusan anggota

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING CUSTOMER DECISIONS TO TAKE *MURABAHA* FINANCING IN KSPPS BMT KHONSA CILACAP

RETNO MURNIATI

NIM. 1522202110

E-mail: retno0murniati@gmail.com

*Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business
Islamic State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of social factor, product factor and promotion factor on customer decisions in taking *murabaha* financing at KSPPS BMT Khonsa Cilacap partially. And to find out the influence of social factor, product factor and promotion factor on customer decisions in taking *murabaha* financing at KSPPS BMT Khonsa Cilacap simultaneously.

Respondents in this study were *murabaha* financing customers KSPPS BMT Khonsa Cilacap. The sample used in this study was 97 respondents. The number of samples taken from the Slovin formula. Sampling in this study with Non Probability Sampling techniques by purposive sampling. This type of research is field research. Data sources are primary data and secondary data. Data collection techniques using a questionnaire by distributing to customers *murabaha* KSPPS BMT Khonsa Cilacap. Data analysis method uses ordinal regression analysis and Spearman Rank correlation.

The results showed that the independent variables simultaneously affected the customer's decision to take *murabaha* financing at KSPPS BMT Khonsa Cilacap. Whereas partially the social factor and product factor did not significantly influence the customer's decision to take *murabaha* financing, while the promotion factor significantly influenced the customer's decision to take *murabaha* financing. From the determination test it is known that 40.7% of the customer's decision to take *murabaha* financing on KSPPS BMT Khonsa Cilacap can be explained by social factor, product factor and promotion factor. While the remaining 59.3% was affected by other factor which in this case were not subject to the author's research.

Keywords: Social Factor, Product Factor, Promotion Factor, Murabaha Financing, Decision Customer

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|--------------------|-----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | ba' | B | Be |
| ت | ta' | T | Te |
| ث | ša | ša | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | ḥ | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | kha' | Kh | ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | žal | ž | ze (dengan titik di atas) |
| ر | ra' | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | es dan ye |
| ص | šad | š | es (dengan titik di bawah) |
| ض | ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭa' | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | ž'a' | ž | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | 'ain | ' | koma terbalik di atas |

| | | | |
|---|--------|---|----------|
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | fa' | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Qi |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | 'el |
| م | Mim | M | 'em |
| ن | Nun | N | 'en |
| و | Waw | W | W |
| ه | ha' | H | Ha |
| ء | Hamzah | , | Apostrof |
| ي | ya' | Y | Ye |

Konsonan Rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

| | | |
|--------|---------|---------------------|
| متعددة | Ditulis | <i>muta'addidah</i> |
| عدة | Ditulis | <i>'iddah</i> |

Ta' Marbuṭah* di akhir kata bila dimatikan tulis *h

| | | |
|------|---------|---------------|
| حكمة | Ditulis | <i>ḥikmah</i> |
| جزية | Ditulis | <i>Jizyah</i> |

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

1. Bila diikuti dengan dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

| | | |
|----------------|---------|---------------------------|
| كرامة الأولياء | Ditulis | <i>karāmah al-auliya'</i> |
|----------------|---------|---------------------------|

2. Bila *ta' marbuṭah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *ḍammah* ditulis dengan *t*.

| | | |
|------------|---------|-----------------------|
| زكاة الفطر | Ditulis | <i>zakaat al-fiṭr</i> |
|------------|---------|-----------------------|

Vokal Pendek

| | | | |
|----|---------------|---------|---|
| ◌َ | <i>fathah</i> | Ditulis | A |
| ◌ِ | <i>Kasrah</i> | Ditulis | I |
| ◌ُ | <i>ḍammah</i> | Ditulis | U |

Vokal Panjang

| | | | |
|----|---------------------------|---------|-------------------|
| 1. | <i>fathah + alif</i> | Ditulis | ā |
| | جاهلية | Ditulis | <i>jāhiliyyah</i> |
| 2. | <i>fathah + ya' mati</i> | Ditulis | ā |
| | تنسى | Ditulis | <i>tansā</i> |
| 3. | <i>kasrah + ya' mati</i> | Ditulis | ī |
| | كريم | Ditulis | <i>karīm</i> |
| 4. | <i>ḍammah + wāwu mati</i> | Ditulis | ū |
| | فروض | Ditulis | <i>furūḍ</i> |

Vokal Rangkap

| | | | |
|----|--------------------|---------|----------|
| 1. | Fathah + ya' mati | Ditulis | Ai |
| | بينكم | Ditulis | Bainakum |
| 2. | Fathah + wawu mati | Ditulis | Au |
| | قول | Ditulis | Qaul |

Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

| | | |
|------------|---------|-----------------|
| أأنتم | Ditulis | a'antum |
| أأعدت | Ditulis | u'iddat |
| أأتن شكرتم | Ditulis | la'in syakartum |

Kata Sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*.

| | | |
|--------|---------|------------------|
| القرآن | Ditulis | <i>al-Qur'ān</i> |
| القياس | Ditulis | <i>al-Qiyās</i> |

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

| | | |
|--------|---------|------------------|
| السماء | Ditulis | <i>as-Samā'</i> |
| الشمس | Ditulis | <i>asy-Syams</i> |

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

| | | |
|------------|---------|----------------------|
| ذوى الفروض | Ditulis | <i>zawī al-furūd</i> |
| اهل السنة | Ditulis | <i>ahl as-Sunnah</i> |

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan kehidupan, hidayah dan kesempatan untuk terus belajar.
2. Ayah dan Ibuku tercinta, Bapak Sumaryono dan Ibu Dwi Marsiwi, yang selalu mencurahkan seluruh perhatian, motivasi, kasih sayang dan pengorbanan yang tak dapat tergantikan oleh apapun, serta doa terbaik yang tak pernah putus. Semoga Allah swt membalas kebaikan bapak dan ibu dengan kebahagiaan serta senantiasa dilindungi dan diberi kesehatan serta umur panjang.
3. Kakakku tercinta, Indah Rahmawati, S.E yang selalu memberikan semangat, motivasi dan doa. Semoga kita semua menjadi orang yang lebih baik, berguna bagi orang tua, agama, bangsa dan negara.
4. Semua guru-guruku yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang tak bisa ku hitung berapa banyak barakah dan doanya.
5. Kawan-kawan seperjuangan Jurusan Perbankan Syariah C angkatan 2015, terima kasih atas kebersamaan kita dalam suka maupun duka semoga tak akan pernah terlupakan.
6. Semua orang yang selalu menanyakan kapan skripsi selesai dan kapan wisuda.
7. Semua yang turut mendukung dalam pengerjaan skripsi ini.

KATA PENGANTAR



Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabatnya dan *tabi'i*. semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak semoga kita mendapat syafa'atnya di hari penantian.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M. Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafrani. SP., M.Si Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Sofia Yustiani Suryandari M.Si pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan Ibu.

8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Bapak Siam Duchoni S.E selaku Manajer HR, Bapak Hilda Eko Ades selaku Manajer Bisnis, Muhammad Soimun selaku Kepala Cabang Cilacap Barat, Bapak Kusnan selaku Marketing Lending, Bapak Subhan, Bapak Rofik, Bapak Robi Herdiansah, Bapak Suwarno Abi Jais dan Ibu Anis Setiani selaku Kolektor, dan segenap karyawan KSPPS BMT Khonsa Cilacap, terima kasih atas informasi, data, referensi dan seluruh bantuannya.
11. Ayah dan Ibuku Tercinta, Bapak Sumaryono dan Ibu Dwi Marsiwi, yang selalu mencurahkan seluruh kasih sayang, perhatian, dan pengorbanan yang tak dapat tergantikan oleh siapapun, serta doa terbaik yang tak pernah putus. Semoga Allah SWT membalas kebaikan bapak dan ibu dengan kebahagiaan serta senantiasa dilindungi dan diberi kesehatan serta umur panjang.
12. Terima kasih kepada kakakku tersayang, Indah Rahmawati S.E yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT dalam mencapai segala hal dan kesuksesan di dunia dan akhirat.
13. Kawan-kawan seperjuangan Jurusan Perbankan Syariah C angkatan 2015, terima kasih atas kebersamaan kita dalam suka maupun duka semoga tak akan pernah terlupakan.
14. Sahabat-sahabatku Tercinta (Ayasi, Tina, Suci, Widia), terima kasih sudah saling mengingatkan, memberikan dukungan dan motivasi dalam proses mengerjakan skripsi.
15. Teman-teman kost Musawah (Indri, Intan, Basit dan Khajar), terima kasih telah memberikan semangat, motivasi, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta terima kasih sudah menjadi tempat keluh kesah penulis selama proses mengerjakan skripsi.

16. Terima kasih kepada Arrizqi Fotocopy yang telah membantu dalam mengedit skripsi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

17. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik serta saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini bisa bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Aamiin.

Purwokerto, 17 Oktober 2019



Retno Murniati
NIM. 1522202110

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN | ii |
| PENGESAHAN | iii |
| NOTA DINAS PEMBIMBING..... | iv |
| MOTTO | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI | viii |
| PERSEMBAHAN..... | xii |
| KATA PENGANTAR..... | xiii |
| DAFTAR ISI..... | xvi |
| DAFTAR TABEL..... | xix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xxi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Definisi Operasional | 5 |
| C. Rumusan Masalah | 8 |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 8 |
| E. Sistematika Pembahasan | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. BMT (<i>Baitul Maal wat Tamwil</i>) | 11 |
| 1. Pengertian BMT (<i>Baitul Maal wat Tamwil</i>) | 11 |
| 2. Badan Hukum BMT | 12 |
| 3. Visi BMT | 12 |
| 4. Misi BMT | 13 |
| 5. Tujuan BMT | 13 |
| 6. Fungsi BMT | 14 |
| 7. Asas dan Landasan BMT | 14 |

| | |
|--|----|
| 8. Ciri-ciri Utama BMT | 15 |
| 9. Ciri-ciri Khusus BMT | 15 |
| B. Pembiayaan <i>Murabahah</i> | 17 |
| 1. Pengertian Pembiayaan <i>Murabahah</i> | 17 |
| 2. Rukun dan Syarat Pembiayaan <i>Murabahah</i> | 18 |
| 3. Ketentuan Jual Beli <i>Murabahah</i> | 19 |
| C. Keputusan Anggota dalam Mengambil Pembiayaan | 21 |
| 1. Pengertian Keputusan | 21 |
| 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota | 22 |
| D. Penelitian Terdahulu | 28 |
| E. Kerangka Berpikir | 38 |
| F. Hipotesis Penelitian | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| A. Jenis Penelitian | 40 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 40 |
| C. Jenis dan Sumber Data | 40 |
| D. Populasi dan Sampel Penelitian | 41 |
| E. Variabel dan Indikator Penelitian | 42 |
| 1. Variabel Penelitian | 42 |
| 2. Indikator Penelitian | 43 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 44 |
| G. Instrumen Penelitian | 46 |
| H. Teknik Analisis Data | 47 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum KSPPS BMT Khonsa Cialcap | 49 |
| 1. Sejarah KSPPS BMT Khonsa Cilacap | 49 |
| 2. Visi dan Misi KSPPS BMT Khonsa Cilacap | 50 |
| 3. Struktur Organisasi KSPPS BMT Khonsa Cilacap | 51 |
| 4. Produk-produk KSPPS BMT Khonsa Cilacap | 52 |
| B. Gambaran Umum Responden | 56 |
| C. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 59 |

| | |
|---|----|
| 1. Uji Validitas | 59 |
| 2. Uji Reliabilitas | 62 |
| D. Hasil Uji Analisis Data | 62 |
| 1. Hasil Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i> | 62 |
| 2. Hasil Uji Regresi Ordinal | 65 |
| a. Uji Simultan | 67 |
| b. Uji Determinasi | 67 |
| c. Uji Parsial | 68 |
| E. Pembahasan | 69 |
| 1. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Pembiayaan <i>Murabahah</i> pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap | 69 |
| 2. Pengaruh Faktor Produk terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Pembiayaan <i>Murabahah</i> pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap | 71 |
| 3. Pengaruh Faktor Promosi terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Pembiayaan <i>Murabahah</i> pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap | 72 |
| 4. Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Produk dan Faktor Promosi terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Pembiayaan <i>Murabahah</i> pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap | 74 |
| BAB V PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 75 |
| B. Saran | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Data Jumlah Anggota Pembiayaan KSPPS BMT Khonsa Cilacap | 2 |
| Tabel 1.2 Data Jumlah Penyaluran Pembiayaan KSPPS BMT Khonsa Cilacap | 3 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 30 |
| Tabel 3.1 Indikator Penelitian | 43 |
| Tabel 3.2 Pedoman Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi | 48 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 56 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur | 56 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | 57 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 58 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan | 58 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Faktor Sosial (X1) | 59 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Faktor Produk (X2) | 60 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Faktor Promosi (X3) | 60 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Anggota dalam Mengambil Pembiayaan <i>Murabahah</i> (Y) | 61 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas | 62 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Rank Spearman</i> Faktor Sosial dengan Keputusan Anggota | 63 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Rank Spearman</i> Faktor Produk dengan Keputusan Anggota | 64 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Rank Spearman</i> Faktor Promosi dengan Keputusan Anggota | 64 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Ordinal | 65 |
| Tabel 4.15 <i>Case Processing Summary</i> | 66 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan Regresi Ordinal | 67 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi Regresi Ordinal | 67 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial Regresi Ordinal | 68 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian | 28 |
| Gambar 2.2 Kerangka Berpikir | 38 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi KSPPS BMT Khonsa Cilacap | 51 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Dokumen Foto
- Lampiran 3 Surat Permohonan Izin Observasi Pendahuluan
- Lampiran 4 Surat Permohonan Ijin Riset Individual
- Lampiran 5 Hasil Output Distribusi Frekuensi
- Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas
- Lampiran 7 Hasil Output Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Hasil Output Uji Korelasi *Rank Spearman*
- Lampiran 9 Hasil Output Uji Regresi Ordinal
- Lampiran 10 Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 11 Surat Pernyataan Kesiapan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 12 Surat Keterangan Mengikuti Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 13 Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
- Lampiran 14 Rekomendasi Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 15 Surat Keterangan Lulus Seminar
- Lampiran 16 Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 17 Blanko/ Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 18 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 19 Sertifikat Bahasa Arab
- Lampiran 20 Sertifikat Bahasa Inggris
- Lampiran 21 Sertifikat BTA PPI
- Lampiran 22 Sertifikat Aplikom
- Lampiran 23 Sertifikat PPL
- Lampiran 24 Sertifikat PMBM
- Lampiran 25 Sertifikat KKN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia perbankan mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya lembaga-lembaga keuangan syariah yang bermunculan, dimana lembaga-lembaga keuangan ini dirasa dapat memenuhi kebutuhan masyarakat muslim. Salah satu lembaga keuangan syariah yang telah dikenal oleh masyarakat luas yaitu *Baitul Maal wat Tamwil* atau biasa disebut dengan BMT. *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro berbasis syariah (Islam) yang mempunyai peran penting dalam memberdayakan ekonomi umat, khususnya bagi kalangan usaha kecil dan menengah.¹ Sebagai lembaga keuangan, BMT memiliki fungsi sebagai lembaga *intermediet* yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat.

KSPPS BMT Khonsa Cilacap merupakan lembaga keuangan syariah terbesar di daerah Cilacap yang beralamat di Jalan Tentara Pelajar No. 156 Tritih Wetan Jeruk Legi Cilacap. KSPPS BMT Khonsa Cilacap yang berdiri sejak tahun 1999 dan sudah memiliki 9 kantor cabang yang tersebar di beberapa daerah Cilacap dan sekitarnya. KSPPS BMT Khonsa Cilacap hadir di tengah-tengah masyarakat untuk memperbaiki perekonomian masyarakat yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pengelola, anggota, masyarakat dan pemerintah. Banyak produk yang ditawarkan oleh KSPPS BMT Khonsa Cilacap seperti produk penghimpunan dana dan produk penyaluran dana. Produk penghimpunan dana berupa produk simpanan yang menggunakan akad *wadi'ah* dan *mudharabah*, sedangkan untuk produk penyaluran dana berupa produk pembiayaan dengan menggunakan akad *murabahah*, *ijarah* dan *musyarakah*.

¹ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Baitul_Maal_wa_Tamwil diakses pada Kamis, 14 Maret 2019 pukul 18.50 WIB.

Dalam hal penyaluran dana, KSPPS BMT Khonsa Cilacap lebih mengedepankan pembiayaan *murabahah*, dengan alasan bahwa pembiayaan *murabahah* risikonya lebih kecil dibandingkan dengan pembiayaan yang lain karena pihak BMT telah membuat kesepakatan terlebih dahulu dengan anggota BMT baik dari segi pembayaran maupun jumlah *margin* yang ditetapkan oleh BMT, serta pengembalian yang telah ditentukan sejak awal yang memudahkan BMT dalam memprediksi keuntungan yang akan diperoleh.² Selain itu, pembiayaan *murabahah* juga cukup diminati oleh masyarakat, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1
Data Jumlah Anggota Pembiayaan KSPPS BMT Khonsa Cilacap

| No. | Tahun | Jumlah Anggota Pembiayaan | | |
|---------------|-------|---------------------------|--------------|------------|
| | | Murabahah | Ijarah | Musyarakah |
| 1. | 2014 | 784 | 454 | 44 |
| 2. | 2015 | 773 | 554 | 48 |
| 3. | 2016 | 734 | 698 | 57 |
| 4. | 2017 | 704 | 754 | 57 |
| 5. | 2018 | 766 | 749 | 57 |
| Jumlah | | 3.761 | 3.209 | 263 |

Sumber : KSPPS BMT Khonsa Cilacap, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah anggota pembiayaan *murabahah* merupakan yang paling besar dibandingkan dengan pembiayaan lain, yaitu sebanyak 3.761 anggota. Hal ini menunjukkan bahwa pembiayaan *murabahah* cukup diminati oleh masyarakat, dimana semakin banyak anggota mengindikasikan bahwa minat masyarakat untuk menjadi anggota di sebuah lembaga keuangan tersebut semakin tinggi. Dan sebaliknya, semakin sedikit jumlah anggota suatu lembaga keuangan, maka minat masyarakat pun rendah.³ Selain itu, jumlah penyaluran pembiayaan *murabahah* di KSPPS BMT Khonsa Cilacap lebih tinggi dibandingkan dengan pembiayaan yang lain dan selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

² Wawancara dengan Bapak Kusnan selaku Marketing *Landing* KSPPS BMT Khonsa Cilacap pada hari Selasa, 12 Maret 2019 pukul 15.00 WIB.

³ Subroto, Skripsi, “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Ishlah Cabang Arjawinangun*”, (Cirebon: IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2013).

Tabel 1.2
Data Jumlah Penyaluran Pembiayaan KSPSS BMT Khonsa Cilacap

| No. | Tahun | Jumlah Penyaluran Pembiayaan | | |
|---------------|-------|------------------------------|-----------------------|----------------------|
| | | Murabahah | Ijarah | Musarakah |
| 1. | 2014 | 7.217.879.042 | 4.953.551.550 | 776.793.260 |
| 2. | 2015 | 8.117.100.983 | 5.402.106.678 | 380.226.500 |
| 3. | 2016 | 10.729.839.118 | 4.257.851.507 | 351.128.833 |
| 4. | 2017 | 12.241.881.411 | 3.426.740.406 | 340.153.405 |
| 5. | 2018 | 14.590.840.794 | 3.637.006.652 | 2.092.026.305 |
| Jumlah | | 52.897.541.348 | 21.677.256.793 | 3.940.328.303 |

Sumber : KSPSS BMT Khonsa Cilacap, 2019

Data di atas menunjukkan bahwa penyaluran pembiayaan *murabahah* selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2014 jumlah penyaluran pembiayaan *murabahah* sebanyak Rp 7.217.879.042, tahun 2015 sebanyak Rp 8.117.100.983, tahun 2016 sebanyak Rp 10.729.839.118, tahun 2017 sebanyak Rp 12.241.881.411 dan tahun 2018 sebanyak Rp 14.590.840.794.

Konsumen adalah objek luar bagian terpenting bagi setiap perusahaan/ lembaga. Perilaku konsumen menjadi perhatian tersendiri bagi perumus strategi pemasaran setiap perusahaan/ lembaga.⁴ Perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya.⁵ Agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan yang lain, KSPSS BMT Khonsa Cilacap harus memperhatikan perilaku anggota yang melakukan kegiatan penyimpanan maupun pembiayaan. Pada umumnya anggota yang melakukan pembiayaan akan memilih lembaga keuangan yang memberikan kemudahan dan sesuai dengan kebutuhannya, dimana dalam mengambil pembiayaan tersebut anggota

⁴ Hotniar Siringoringo, “Peran Bauran Pemasaran terhadap Perilaku Pembelian Konsumen”, (Jurnal Ekonomi dan Bisnis No. 3 Jilid 9 Tahun 2004), hlm. 125.

⁵ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 83-84.

akan mempertimbangkan berbagai faktor sebelum akhirnya memutuskan untuk mengambil pembiayaan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Kusnan selaku Marketing *Landing* KSPPS BMT Khonsa Cilacap, terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap. Faktor tersebut antara lain faktor sosial. Faktor sosial merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang terbentuk dan berasal dari lingkungan sekitar. Umumnya, anggota KSPPS BMT Khonsa Cilacap memutuskan untuk mengambil pembiayaan *murabahah* karena mendapat informasi mengenai pembiayaan *murabahah* dan dorongan dari pihak keluarga, teman maupun rekan kerja.

Faktor lain yang menjadi pertimbangan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap yaitu faktor produk. Produk pembiayaan *murabahah* ini memiliki teknis atau prosedur yang dianggap lebih mudah dan tidak berbelit-belit jika dibandingkan dengan pembiayaan lainnya, serta persyaratan yang dilakukan juga cukup ringan dan mudah, serta angsuran yang bersifat tetap sampai jangka waktu selesai.

Selain itu, promosi juga menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap. Dengan dilakukannya promosi maka akan membuat suatu perusahaan menjadi dikenal oleh anggota, dan membuat anggota lebih mudah dalam memutuskan untuk mengambil pembiayaan *murabahah*. Promosi yang dilakukan oleh KSPPS BMT Khonsa Cilacap yaitu dengan menyebarkan brosur kepada masyarakat mengenai produk-produk yang ada di BMT dan menjelaskannya secara detail. Penyebaran brosur ini dilakukan secara bersama-sama oleh seluruh karyawan KSPPS BMT Khonsa Cilacap. Selain itu, KSPPS BMT Khonsa Cilacap juga mendatangi langsung rumah calon anggota dan memperkenalkan produk-produk yang dimiliki oleh BMT kepada calon anggota tersebut.⁶

⁶ Wawancara dengan Bapak Kusnan selaku Marketing *Landing* KSPPS BMT Khonsa Cilacap pada hari Selasa, 12 Maret 2019 pukul 15.00 WIB.

Adapun penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan dari penelitian terdahulu diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Dian Friantoro, berdasarkan penelitian tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil pembiayaan yaitu faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi.⁷ Ulfi Rahma Yanti berdasarkan hasil penelitian tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil pembiayaan yaitu karena faktor produk, promosi, lokasi, biaya, kualitas pelayanan, dan syariah.⁸ Damayanti Maysaroh berdasarkan hasil penelitian tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu faktor sosial, pribadi, budaya, psikologis, lokasi, produk, pelayanan, fasilitas dan promosi.⁹

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota dalam Mengambil Pembiayaan *Murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap”**.

B. Definisi Operasional

1. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus-menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal. Menurut Kotler perilaku seorang konsumen akan dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status.¹⁰

⁷ Dian Friantoro, Skripsi, “*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial dan Pribadi terhadap keputusan anggota dalam Mengambil Kredit pada KP-RI Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang*”, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).

⁸ Ulfi Rahma Yanti, Skripsi, “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk Mendapatkan Pembiayaan Murabahah di BMT Al Hijrah Salo Kabupaten Kampar*”, (Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2015).

⁹ Damayanti Maysaroh, Skripsi, “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*”, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014).

¹⁰ Yunita Sawitri, dkk, “*Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Faktor Sosial dan Faktor Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio (Studi pada Yamaha Agung Motor Semarang)*”, (Diponegoro Journal of Social and Politic Tahun 2013), hlm. 4.

a. Kelompok acuan

Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku konsumen tersebut. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap konsumen dinamakan kelompok keanggotaan. Beberapa kelompok keanggotaan merupakan merupakan kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja yang berinteraksi dengan konsumen secara terus-menerus dan informal.

Selain itu, terdapat kelompok sekunder seperti kelompok keagamaan, profesi dan asosiasi perdagangan yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin.

b. Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi acuan primer yang paling berpengaruh. Kehidupan pembeli dapat dibedakan menjadi dua keluarga yaitu kelompok orientasi terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang.

Dari orang tua seseorang mendapatkan orientasi atas agama, politik, dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri, dan cinta. Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga prokreasi yaitu pasangan dan sejumlah anak seseorang.

Perusahaan tertarik pada peran dan pengaruh relatif dari suami, istri, dan anak-anak dalam membeli beragam produk dan jasa yang dikonsumsinya.

c. Peran dan status

Konsumen berpartisipasi ke dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, misalnya keluarga, klub, organisasi. Kedudukan konsumen dalam kelompok tersebut ditentukan berdasarkan peran dan statusnya. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh pelanggan. Masing-masing peran mengharapkan status. Konsumen

orang memilih produk yang dapat mengkomunikasikan peran dan status mereka di masyarakat.¹¹

2. Faktor Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan/ semua kebutuhan.¹²

3. Faktor Promosi

Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasi dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran.¹³ Menurut Bell (dalam Tjiptono, 1997: 118), promosi adalah semua kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Dalam promosi terdapat empat kegiatan utama antara lain periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*) dan penjualan pribadi (*personal selling*).¹⁴

4. Keputusan Anggota

Menurut Kotler (2002:234) keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternative, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Keputusan merupakan bagian atau salah satu elemen penting dari perilaku anggota/nasabah di samping kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomis. Perspektif pemecahan masalah mencakup semua jenis perilaku

¹¹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 83-84.

¹² Sabillah Azhar Ramadlanayah, dkk, “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan untuk Menjadi Nasabah pada PT. BNI Syariah KCP Sidoarjo*”, (Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 2 Tahun 2016), hlm. 95.

¹³ Junaidi, dkk, “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Akad Murabahah (Studi Kasus pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Idi Rayeuk)*”, (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Vol. 1 No. 1 Tahun 2017), hlm. 11.

¹⁴ Yunita Sawitri, dkk, “*Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Faktor Sosial dan Faktor Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio (Studi pada Yamaha Agung Motor Semarang)*”, (Diponegoro Journal of Social and Politic Tahun 2013), hlm. 3.

pemenuhan kebutuhan dan jajaran luas dari faktor-faktor yang memotivasi dan mempengaruhi keputusan nasabah.¹⁵

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap?
2. Apakah faktor produk berpengaruh positif terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap?
3. Apakah faktor promosi berpengaruh positif terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap?
4. Apakah faktor sosial, faktor produk, dan faktor promosi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap
- b. Untuk mengetahui pengaruh faktor produk terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap

¹⁵ Sufitrayati dan Fanny Nailufar, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kota Banda Aceh”, (Jurnal Ihtiyath Vol. 2 No. 1 September 2018), hlm. 6.

- c. Untuk mengetahui pengaruh faktor promosi terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap
- d. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial, faktor produk, dan faktor promosi terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sarana untuk memperkaya ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya yang berkaitan dengan produk pembiayaan *murabahah*, serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Sebagai gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah*.

2) Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan masukan untuk menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah*.

3) Bagi FEBI IAIN Purwokerto

Sebagai salah satu bahan referensi untuk FEBI IAIN Purwokerto dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi gambaran secara umum mengenai penelitian yang dilakukan, sehingga pembaca dapat dengan mudah memahami arah

pembahasan penelitian ini. Bab ini berisi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi landasan teoritis dari penelitian. Pada bagian ini dikemukakan teori-teori yang telah diuji kebenarannya yang berkaitan dengan obyek formal penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini berisi metode yang digunakan penulis dalam penelitian, yaitu jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini menguraikan tentang penyajian dan analisis data yang meliputi profil, sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, serta analisis data tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota dalam Mengambil Pembiayaan *Murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap.

BAB V Penutup

Bab ini berisi simpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Pada bagian simpulan berisi ringkasan dari semua pembahasan dan memberikan saran untuk meningkatkan kualitas dalam pembelajaran berikutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan pada bab IV diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji regresi ordinal dapat dilihat pengaruh secara parsial pada *parameter estimates*. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai sig. variabel faktor sosial sebesar sig. 0,790 lebih besar dari 0,1 maka faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai sig. variabel faktor produk sebesar 0,355 lebih besar dari 0,1 maka faktor produk tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap.
3. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai sig. variabel faktor promosi sebesar 0,06 lebih kecil dari 0,1 maka faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap.
4. Dengan melihat *Model Fitting Information* menunjukkan bahwa nilai *Chi Square* sebesar 42.173 dengan nilai sig. 0,000. Nilai sig. hasil analisis menunjukkan Sig. $0,001 \leq 0,1$ maka terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara faktor sosial, faktor produk dan faktor promosi terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap. Pada model regresi ordinal ini signifikan, karena nilai sig. $0,000 < 0,1$. Ini berarti model regresi ordinal ini cocok digunakan pada penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas maka diajukan beberapa saran yang bertujuan untuk kebaikan KSPPS BMT Khonsa Cilacap, sebagai berikut:

1. Faktor sosial yang tidak mempengaruhi keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* perlu dipertahankan, karena anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* berdasarkan kemauannya sendiri, tidak dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.
2. KSPPS BMT Khonsa Cilacap harus lebih memperhatikan produk pembiayaan *murabahah* yang dimilikinya dengan mempercepat proses pencairan (realisasi) pembiayaan sehingga masyarakat akan memutuskan untuk mengambil pembiayaan *murabahah* di KSPPS BMT Khonsa Cilacap.
3. Bagi KSPPS BMT Khonsa Cilacap diharapkan lebih meningkatkan dan mempertahankan promosi yang telah dilakukan kepada para anggota, sebab melihat hasil pembahasan dan kesimpulan menunjukkan adanya kontribusi dari promosi terhadap keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah*.
4. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT Khonsa Cilacap. Penambahan variabel, indikator baru, dan faktor-faktor lain selain faktor sosial, faktor produk dan faktor promosi agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam mengambil pembiayaan *murabahah* di lembaga keuangan syariah seperti BMT.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, Yustinus Riyan dan Imroatul Khasanah. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa (Studi pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong)*. Diponegoro Journal of Management Volume 5 Nomor 2 September 2016.
- Afrida, Yenti. 2016. *Analisis Pembiayaan Murabahah di Perbankan Syariah*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 1 Nomor 2 Juli-Desember 2016.
- Afrina, Marza. 2017. Skripsi. *Analisa Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Syariah Bukopin (Studi Kasus pada Bank Syariah Bukopin Kantor Pusat Jakarta)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Andespa, Roni. 2007. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*. Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Volume 2 Nomor 1 Januari-Juni 2007.
- Asral dan Djumarno. 2017. *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Perumahan Greenhill Residences Jati Asih Bekasi*. Jurnal SWOT Volume VII No. 1 Januari 2017.
- Budiyanto, Ikhsan. 2015. Skripsi. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BPRS BDS Yogyakarta*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Daniel, Moehar. 2005. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Daud, Denny 2013. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan pada PT. Bess Finance Manado*. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4 Desember 2013.
- Djunaedi. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kualitas Produk terhadap Citra Bank dan Keputusan Menabung di BNI Syariah Kota Kediri*. Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen Vol. 3 No. 2 September 2016.
- Fahrudin, Muhammad Fajar dan Emma Yulianti. 2015. *Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya*. Journal of Business and Banking Volume 5 Nomor 1 Mei-Oktober 2015.
- Friantoro, Dian. 2016. Skripsi. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial dan Pribadi terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Kredit pada KP-RI Bina*

- Mandiri Kabupaten Pandeglang*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Huda, Nurul dkk, 2016. *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis*. Jakarta: Amzah.
- Isna, Alizar dan Warto, 2013. *Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Sosial: Dilengkap dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal*. Purwokerto: STAIN Press.
- Janwari, Yadi. 2015. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Lestari, Hesty Yulinda Purna dan Rizal Hari Magnadi. 2017. *Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah untuk Mengambil Pembiayaan pada BMT Al Halim Temanggung*. Diponegoro Journal of Management Volume 6 Nomor I Tahun 2017.
- Maysaroh, Damayanti. 2017. Skripsi. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Manap, H. Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset: Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Moleong, Lexi J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mukti, Sari Widya. 2017. Skripsi. *Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan Ba'i Bitsaman Ajil di BMT Pahlawan Tulungagung*.
- Munawaroh. 2017. Skripsi. *Analisis Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Keputusan terhadap Produk Pembiayaan (Studi pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.
- Muzayyanah, Muhimatul. 2018. Skripsi. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung di BPRS Buana Mitra Perwira Cabang Banjarnegara*.
- Nurlatifah, Syifa Zakia dan R. Masykur. 2017. *Pengaruh Strategi Pemasaran Word of Mouth (WOM) dan Produk Pembiayaan Syariah terhadap Minat dan Keputusan menjadi Anggota (Nasabah) pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung*. Jurnal Manajemen Indonesia Vol. 17 No. 3 Desember 2017.

- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Ramadlanayah, Sabillah Azhar dkk. 2016. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan untuk Menjadi Nasabah pada PT. BNI Syariah KCP Sidoarjo*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 2 Tahun 2016.
- Ramadhan, Dimas Suhendra Syarif. 2017. Skripsi. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Aqabah Pusri Palembang*. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Santoso, Daniel Teguh Tri dan Endang Purwanti. 2013. *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Produk Operator Selluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang*. Among Makarti Vol. 6 No. 12, Desember 2013.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2011. *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sawitri, Yunita, dkk. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Faktor Sosial dan Faktor Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio (Studi pada Yamaha Agung Motor Semarang)*. Diponegoro Journal of Social and Politic Tahun 2013.
- Siringoringo, Hotniar. 2004. *Peran Bauran Pemasaran terhadap Perilaku Pembelian Konsumen*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis No.3 Jilid 9 Tahun 2004.
- Subroto. 2013. Skripsi. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Ishlah Cabang Arjawinangun*. Cirebon: IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Sudarsono, Heri. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi Edisi 2*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sufitrayati dan Fanny Nailufar. 2018. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kota Banda Aceh*. Jurnal Ihtiyath Vol. 2 No. 1 September 2018.
- Sukandarrumidi. 2012. *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank Edisi Revisi*. Yogyakarta: Liberty.
- Supriyanto, dkk. 2018. *Pengaruh Promosi dan Layanan terhadap Keputusan Nasabah Kredit Usaha Mikro di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Tugumulyo Musi Rawas*. Jurnal Media Ekonomi Vol. 23 No. 2 Agustus 2018.
- Surani, Sri. 2017. Tesis. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Pembiayaan pada PT. BPRS Insan Masani Kartasura Sukoharjo*.
- Tajudin, Makhdaleva Hanura dan Ade Sofyan Mulazid. 2017. *Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok*. Jurnal Ekonomi Islam Volume 8 No. 1 Januari-Juni 2017.
- Tambunan, Monang Ranto dan Inggrita Gusti Sari Nasution. 2013. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank BCA Kota Medan (Studi Kasus Etnis Cina)*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 1 No. 3 Februari 2013.
- Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah. 2011. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.
- Tanzeh, Ahmad . 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: ANDI.
- Umar, Husein. 2008. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Jakarta: Raya Grafindo Persada.
- Wardani, Ana Kusuma. 2017. Skripsi. *Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Budaya, dan Faktor Kepribadian terhadap Keputusan Nasabah Memilih Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Baitul Maal wat Tamwil Berkah Trenggalek)*. Tulungagung: IAIN Tulungagung.
- Widodo, Hertantodkk, 1999. *PAS (Pedoman Akuntansi Syariah): Panduan Praktis Operasional Baitul Maal wat Tamwil (BMT)*. Bandung: Mizan.
- Wiroso. 2005. *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.

Yanti, Ulfi Rahma. 2015. Skripsi. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk Mendapatkan Pembiayaan Murabahah di BMT Al Hijrah Salo Kabupaten Kampar Pekanbaru*: UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.

Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Yusuf, A Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenanda Media Group.

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Baitul_Maal_wa_Tamwil

<https://perpuskampus.com/pengertian-dan-jenis-nasabah/>