

**PENGARUH PERSEPSI PEMBIAYAAN *MURABAHAH* DAN  
MARGIN TERHADAP PENGAMBILAN PEMBIAYAAN  
*MURABAHAH* DI BAITUTTAMWIL TAMZIS CABANG  
PRAMBANAN**

*The Influence of Murabahah Funding Perception and Margin Toward  
Interpretation Murabahah Funding in Baituttamwil TAMZIS  
Prambanan*

**Skripsi**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh  
ULUL ALBAB  
13423100

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2018**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ulul Albab  
NIM : 13423100  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Pembiayaan *Murabahah* dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS Cabang Prambanan

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Jika ada pendapat atau karya orang lain yang dirujuk dalam penelitian ini, telah dituliskan sumbernya dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 23 Desember 2017



Ulul Albab



# UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gd. K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Yogyakarta  
Telp. (0274) 898462, Fax. 898463, E-Mail: fiai@uii.ac.id

## PENGESAHAN


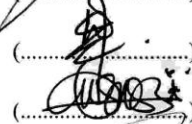


Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 7 Februari 2018  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Pembiayaan Murabahah dan Margin terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah di Baituttamwil Tamzis Cabang Prambanan  
Disusun oleh : ULUL ALBAB  
Nomor Mahasiswa : 13423100

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

### TIM PENGUJI:

Ketua : Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag  
Penguji I : Soya Sobaya, SEI, MM  
Penguji II : Tulasm, SE, MEI  
Pembimbing : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

  
.....  
  
.....  
  
.....  
  
.....



Yogyakarta, 13 Februari 2018

Dekan,

  
Dr. H. Famyiz Mukharrom, MA

- Syari'ah/Ahwal Al-Syakhshiyah, Akreditasi A berdasarkan SK No. 112/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2015
- Pendidikan Agama Islam, Akreditasi A berdasarkan SK No. 502/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2015
- Ekonomi Islam, Akreditasi B berdasarkan SK No. 372/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2014

## REKOMENDASI PEMBIMBING

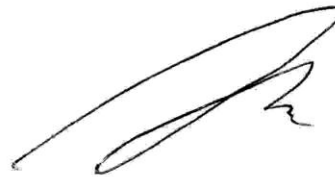
Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama : Ulul Albab  
NIM : 13423100  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Pembiayaan *Murabahah* dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS Cabang Prambanan

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 23 Desember 2017

Dosen Pembimbing



Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

## NOTA DINAS

Yogyakarta, 23 Desember 2017

Hal : SKRIPSI  
Kepada : Yth. **Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam**  
Universitas Islam Indonesia  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb,*

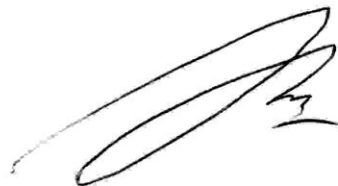
Berdasarkan surat keputusan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 1276/Dek/60/DAS/FIAI/IV/2017 tanggal 04 April 2017 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara:

Nama : Ulul Albab  
NIM : 13423100  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Tahun Akademik : 2016-2017  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Pembiayaan Murabahah dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah di *Baituttamwil* TAMZIS Cabang Prambanan

Setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya,akhirnya kami menganggap skripsi yang telah disusun memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqosah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat ini dapat diujikan dan bersama ini kami lampirkan 4 (empat) eksemplar skripsi dimaksud.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb,*

Dosen Pembimbing



Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

## HALAMAN PERSEMBAHAN



“Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang”

Alhamdulillahirobbilalamin, karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua yang sangat saya sayangi dan cintai, yang selalu memberikan kasih sayang penuh, mendukung dalam keadaan apapun, dan selalu mendoakan di setiap waktu demi keselamatan, kesehatan serta kesuksesan saya. Mereka adalah sosok malaikat tanpa sayap yang dikirimkan Allah untuk merawat dan mendidik. Mereka adalah penyemangat serta pemberi motivasi dalam hidup saya. Terima kasih banyak pak, buk atas segala kasih sayang yang kalian curahkan, segala perjuanganmu selama ini tidak bisa digantikan dengan apapun, tanpa kalian aku tidak akan bisa memberikan persembahan karya tulis ini.

Keluarga serta sahabat-sahabat ku yang telah memberikan doa serta dukungan baik moril maupun materil sampai detik ini. Terima kasih untuk semuanya.

Terakhir, saya persembahkan untuk almamaterku tercinta Universitas Islam Indonesia yang mana telah memberikan kesempatan saya untuk menimba ilmu dan pengalaman ini yang insya Allah bermanfaat di dunia maupun di akhirat.

# HALAMAN MOTTO

The more you give, the more you get

-anonymous

Jangan tanyakan apa yang negaramu dapat berikan  
kepadamu, tapi tanyakan apa yang dapat kamu berikan pada  
negaramu

-John. F. Kennedy

**ABSTRAK**  
**PENGARUH PERSEPSI PEMBIAYAAN *MURABAHAH* DAN  
MARGIN TERHADAP PENGAMBILAN PEMBIAYAAN  
*MURABAHAH* DI *BAITUTTAMWIL* TAMZIS CABANG  
PRAMBANAN**

**ULUL ALBAB**  
**13423100**

Perkembangan dari perbankan syariah juga menyentuh pada sektor perkoprasian yang memunculkan BMT. BMT ini berusaha memberikan bantuan dana kepada pedagang yang masih mengalami kesulitan mendapatkan kredit dari bank. Seiring berjalannya waktu dijumpai banyaknya keluhan dari nasabah mengenai pelayanan yang kurang memuaskan Berkaitan dengan permasalahan yang ada dikarenakan adanya ambivalensi antara konsep syariah pengelolaan BMT dengan operasionalisasi di lapangan. Terdapat ketidakcocokan dari garis syariah yang telah disepakati. Hal ini menyebabkan kurangnya kepercayaan dari para nasabah ataupun masyarakat calon nasabah. Di lain pihak, pembinaan terhadap nasabah BMT juga merupakan hal yang signifikan terhadap keberlangsungan BMT. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi pembiayaan *murabahah* dan margin terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan baik secara parsial maupun secara simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan populasi berupa nasabah yang sudah melakukan pembiayaan *murabahah* di *baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan dan sampel dari penelitian ini berjumlah 60 nasabah yang mengambil pembiayaan *murabahah* di *baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan. Sampel diambil dengan menggunakan teknik sampling yaitu probability dan *nonprobability*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan analisis statistik regresi berganda dengan alat bantuan IBM SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Persepsi pembiayaan *murabahah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan. Berdasarkan hasil analisis pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_{a1}$  diterima. (2) margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,032 ( $0,032 < 0,05$ ). Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_{a2}$  diterima. (3) Secara simultan, persepsi pembiayaan *murabahah* dan margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai sebesar 25,939 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena  $\text{sig } F_{\text{hitung}} < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_{a3}$  diterima.

**Kata kunci : Persepsi, Pembiayaan, *Murabahah*, Margin**



## ABSTRACT

### ***The Influence of Murabahah Funding Perception and Margin Toward Interpretation Murabahah Funding in Baituttamwil TAMZIS Prambanan***

**ULUL ALBAB  
13423100**

*The development from shariah banking also touch cooperative sector wich appeareing BMT. BMT give a donation funds to trader which hard have a funding from Bank. In a row of time there so many lamination from customer about less services and related to the problem caused by ambivaliance from syariah concept and management BMT range operational. There be found un aggrement from syariah line that agreed. This caused lesstrusted from the customer or society aspirant costumer. In other side, fonding of customer BMT also significant thing to BMT occur. This research aim to know the murabahah funding perception and margin toward decission interpretation murabahah funding in baituttamwil Tamzis Prambanan parcial or simultant. The method of this research is kuantitative research which use population from customer of murabahah fundiing in baituttamwil Tamzis prambanan. The sample of this research taken by probabilit and non probability sampling. The data collected by questioner. The analysis by deskriptive analysis and statistic analysis double regression by IBM SPSS 21. The result from this research indicated that : (1) murabahah funding perception has poitive influence and significant toward decission of taking murabahah funding in baituttamwil tamzis prambanan. Based on result of testing analysis the number of signuficant reach the number of probability in the amount of 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). That result preove that  $H_{a1}$  Approved. (2) margin has positive influence and significant toward decission of taking murabahah funding in baituttamwil Tamzis prmbanan. Based on result of testing analysis the number of significant in amount of 0,032 ( $0,032 < 0,05$ ) that result prove that  $H_{a2}$  approved. (3) based on stimulant, the perception og murabahah funding and margin has positive and significant influence about the decission of taking murabahah funding in baituttamwil tamzis prambanan based on the analisys result in amount of 25,939 and probability 0,000. Because  $\text{sig } F_{hitung} < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ), then  $H_{a3}$  approved.*

***Keyword : murabahah, funding, perception, margin***

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، وَعَلَى آلِهِ  
وَأَصْحَابِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ، أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah segala puji bagi Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak baik berupa moril maupun materil. Sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan dengan cukup baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingim menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Nandang Sutrisno, SH, MH, LLM, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. H. M. Tamyiz Mukarrom, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam.
3. Ibu Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia,
4. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan, masukan, solusi, saran-saran, dan motivasi, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Alm. KH. Aly As'ad yang telah banyak mengajarkan agama

6. Kedua orang tua, Bapak Khasani dan Ibu Khusniyah yang telah menjadi seorang orang tua yang sangat hebat, orang tua yang telah menuntun anak-anaknya ke jalan yang benar dengan nasihat-nasihatnya. Serta telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang yang mengajarkan kami tentang kesabaran, kelembutan, dan ketangguhan dalam menghadapi setiap ujian. Serta selalu membanjiri kami dengan doa-doa kalian.
7. Segenap karyawan *baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan yang telah membantu penuh dalam penelitian sehingga dapat terselesaikan.
8. Teman-teman Ekonomi Islam terkhususnya angkatan 2013 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu disini.
9. Semua dosen dan staf Program Studi Pendidikan Agama Islam serta Staf Pengajaran Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
10. Semua pihak yang turut membantu, baik terlibat langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL.....                            | i    |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....              | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                       | iii  |
| REKOMENDASI PEMBIMBING .....                  | iv   |
| NOTA DINAS .....                              | v    |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                     | vi   |
| HALAMAN MOTTO .....                           | vii  |
| ABSTRAK .....                                 | viii |
| ABSTRACT .....                                | ix   |
| KATA PENGANTAR .....                          | x    |
| DAFTAR ISI.....                               | xii  |
| DAFTAR TABEL.....                             | xv   |
| DAFTAR GAMBAR .....                           | xvi  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                       | 1    |
| A. Latar Belakang.....                        | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....                       | 6    |
| C. Tujuan Penelitian .....                    | 7    |
| D. Manfaat Penelitian .....                   | 7    |
| E. Sistematika Penulisan .....                | 8    |
| BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI..... | 10   |
| A. Telaah Pustaka .....                       | 10   |
| B. Landasan Teori .....                       | 19   |

|   |    |
|---|----|
| 1. Baitul Maal Wat Tamwil .....                             | 19 |
| 2. Perilaku Konsumen .....                                  | 27 |
| C. Hipotesis .....  | 39 |
| D. Kerangka Penelitian .....                                | 39 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                              | 42 |
| A. Desain Penelitian .....                                  | 42 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....                        | 42 |
| C. Subyek Penelitian dan Obyek Penelitian.....              | 42 |
| D. Populasi dan Sampel.....                                 | 42 |
| E. Sumber Data .....  | 43 |
| F. Teknik Pengumpulan Data .....                            | 44 |
| G. Variabel Penelitian.....                                 | 44 |
| H. Instrumen Penelitian .....                               | 45 |
| I. Uji Instrumen Penelitian .....                           | 46 |
| J. Analisis Data.....                                       | 49 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....                    | 54 |
| A. Profil <i>Baituttamwil</i> TAMZIS Cabang Prambanan ..... | 54 |
| 1. Sejarah .....  | 54 |
| 2. Visi Misi .....  | 55 |
| 3. Produk Pembiayaan .....                                  | 56 |
| B. Analisis Data.....                                       | 59 |
| 1. Karakteristik Responden .....                            | 59 |
| 2. Analisis Deskripsi Variabel.....                         | 69 |
| 3. Uji Asumsi Klasik .....                                  | 70 |
| 4. Analisis Regresi Berganda .....                          | 73 |

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| C. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 76 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....     | 82 |
| A. Kesimpulan.....                  | 82 |
| B. Saran .....                      | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                | 84 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN.....              | 88 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan sekarang ..... | 14 |
| Tabel 3.2 Contoh Pengukuran Kesioner .....                     | 46 |
| Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen.....                             | 46 |
| Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Persepsi .....                   | 47 |
| Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Pembiayaan .....                 | 47 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Reliabilitas .....               | 48 |
| Tabel 4.7 Deskriptif Variabel.....                             | 69 |
| Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi.....           | 70 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas .....                    | 71 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                 | 71 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas .....                          | 73 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda .....                    | 74 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 4.1 Diagram hubungan antar variabel .....   | 40 |
| Gambar 4.2 Karakteristik jenis kelamin.....  | 60 |
| Gambar 4.3 Karakteristik jenis agama .....   | 60 |
| Gambar 4.4 Karakteristik jenis usia .....  | 61 |
| Gambar 4.5 Karakteristik jenis pekerjaan .....   | 62 |
| Gambar 4.6 Karakteristik jenis pendidikan .....  | 62 |
| Gambar 4.7 Karakteristik jenis pendapatan .....  | 63 |
| Gambar 4.8 Karakteristik sudah pernah menjadi nasabah di <i>baituttamwil</i><br>TAMZIS ..... | 64 |
| Gambar 4.9 Karakteristik berapa kali pembiayaan .....  | 64 |
| Gambar 4.10 Karakteristik pembiayaan yang diambil.....                                       | 65 |
| Gambar 4.11 Karakteristik berdasarkan uang yang dipinjam.....                                | 66 |
| Gambar 4.12 Karakteristik tujuan pembiayaan.....   | 66 |
| Gambar 4.13 Karakteristik pembiayaan ditempat lain.....                                      | 67 |
| Gambar 4.14 Karakteristik prioritas.....   | 67 |
| Gambar 4.15 Karakteristik periode pembayaran .....   | 68 |
| Gambar 4.16 Karakteristik besar margin .....   | 69 |
| Gambar 4.17 Hasil plot Uji Normalitas .....  | 71 |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Islam mempunyai tujuan untuk membentuk masyarakat dengan aturan sosial yang kuat. Dalam aturan itu, setiap individu diikat oleh persaudaraan dan kasih sayang seperti halnya satu keluarga. Sebuah persaudaraan yang universal dan tak diikat batas geografis.

Dalam kegiatan ekonomi, Islam mendorong praktek bagi hasil serta mengharamkan riba. Keduanya sama-sama memberi keuntungan bagi pemilik dana, namun keduanya mempunyai perbedaan yang sangat nyata. Ada beberapa pendapat dalam menjelaskan riba, namun secara umum terdapat benang merah yang menegaskan bahwa riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual-beli maupun pinjam meminjam secara bathil atau bertentangan dengan prinsip muamalat dalam Islam. (Antonio, 2000).

Kerangka kegiatan muamalat secara garis besar dapat dibagi kedalam tiga bagian besar, politik, sosial dan ekonomi. Dari ekonomi dapat diambil tiga turunan lagi, yaitu: konsumsi, simpanan, dan investasi. Berbeda dengan sistem lainnya, Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat, tidak berlebihan tidak juga keterlaluhan.

Terbitnya undang-undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan secara implisit telah membuka peluang kegiatan usaha perbankan syariah walaupun masih dengan menggunakan istilah bank bagi hasil. Dasar operasional bank bagi hasil secara rinci dijabarkan dalam peraturan pemerintah nomor. 72 tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Ketentuan per undang-undangan tersebut telah dijadikan sebagai dasar hukum beroperasinya bank syariah di Indonesia yang menandai dimulainya pada era sistem perbankan ganda (*dual banking system*) di Indonesia.

Pada tahun 1998, dikeluarkan undang-undang nomor. 10 tahun 1998 sebagai amandemen dari undang-undang nomor. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang memberikan landasan hukum yang lebih kuat bagi keberadaan sistem perbankan syariah. Berdasarkan undang-undang tersebut, bank konvensional diperbolehkan untuk melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah melalui pembukaan UUS (Unit Usaha Syariah) yang menandai era *dual system* banking di Indonesia. Pada tahun 1999 dikeluarkan undang-undang nomor. 23 tahun 2004 tentang Bank Indonesia yang memberikan kewenangan kepada Bank Indonesia untuk dapat pula menjalankan tugasnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. (Syariah, 2006)

Lembaga-lembaga keuangan Islam, akan diterima apabila dapat memenuhi tuntutan objektif yang berlandaskan efisiensi. Dan akan bertahan juga berkembang jika mampu menawarkan keserba praktisan dan kelebihan praktisan bagi umat dalam urusan keuangan, baik untuk menyimpan maupun untuk meminjam. Lembaga-lembaga keuangan pun harus mampu memberikan kepada calon nasabahnya dalam mendapatkan kredit atau pembiayaan berserta segala konsekuensinya, serta dalam menyediakan imbalan bagi simpanan yang ditiptkan ummat yang menjadi nasabahnya.

Dalam konteks posisinya ditengah-tengah masyarakat, lembaga keuangan Islam pada dasarnya sama dengan lembaga keuangan konvensional dalam arti bahwa ia juga merupakan lembaga perantara. Perbedaan antara lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan Islam terletak pada produk-produk dan layanan jasa yang ditawarkan serta legalitas keagamaan.

Seperti halnya lembaga keuangan konvensional, kehadiran lembaga keuangan Islam hendaknya atas dasar kebutuhan masyarakat dan tuntunan perekonomian. Kredibilitas dan profesionalitas, yang merupakan syarat kelangsungan dan perkembangan lembaga keuangan konvensional, juga menjadi syarat bagi kelangsungan dan perkembangan lembaga keuangan Islam. (Antonio, 2006)

Perkembangan dari perbankan syariah juga menyentuh pada sektor perkoperasian yang memunculkan *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT). BMT merupakan sebuah lembaga nonbank yang berbentuk koperasi berbasis syariah. BMT ini berusaha memberikan bantuan dana kepada pedagang maupun usaha mikro yang masih mengalami kesulitan untuk mendapatkan kredit dari bank. Walaupun dana yang dipinjamkan masih berskala rendah, tetapi cukup membantu karena pembayarannya bisa dilakukan dengan diangsur tanpa memberatkan nasabah. Keberadaan BMT ini mampu berkontribusi sebagai salah satu lembaga pembiayaan untuk usaha mikro melalui pinjaman tanpa menggunakan bunga atau riba, sehingga masyarakat kecil dapat meningkatkan usahanya tanpa takut dengan bunga yang tinggi. (Setiyarini, 2012)

Masalah yang dihadapi BMT dikarenakan munculnya BMT tidak diimbangi dengan faktor-faktor pendukung yang dapat meningkatkan BMT untuk terus berkembang dan berjalan dengan baik. Banyak BMT yang tenggelam dan bubar disebabkan oleh adanya manajemen yang kurang profesional, pengelola yang tidak amanah, sumber daya manusia yang kurang bekerja secara profesional, tidak memberikan kepercayaan masyarakat, kesulitan modal dan sebagainya. Hal ini berakibat citra BMT di masyarakat menjadi jelek.

Berkaitan dengan permasalahan yang ada dikarenakan adanya ambivalensi antara konsep syariah pengelolaan BMT dengan operasionalisasi di lapangan. Terdapat ketidakcocokan dari garis syariah yang telah disepakati. Hal ini menyebabkan kurangnya kepercayaan dari para nasabah ataupun masyarakat calon nasabah. Di lain pihak, pembinaan terhadap nasabah BMT juga merupakan hal yang signifikan terhadap keberlangsungan BMT. Hal ini berkaitan dengan kelancaran pembayaran uang modal dan bagi hasil dari nasabah. Kemacetan pembayaran modal atau kerugian yang dialami nasabah mempunyai dampak terhadap kesehatan BMT. Kompleksitas persoalan yang ada di sebagian lembaga keuangan

syariah tersebut menimbulkan dampak terhadap kepercayaan masyarakat terhadap BMT. (Mu'allim, 2013)

Penetapan keuntungan margin yang masih belum dipahami secara penuh oleh nasabah menjadi masalah yang krusial yang terdapat di *Baituttamwil* TAMZIS. Masih terdapatnya nasabah *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan yang beranggapan bahwa margin yang ditetapkan sama dengan bunga di koperasi konvensional bahkan ada yang kurang memahami tentang margin. Padahal jika dilihat lebih lanjut berbeda, karena margin ditetapkan berdasarkan kemampuan nasabah. Selain itu nasabah juga tidak dikenakan denda ketika terlambat dalam membayar angsuran seperti di lembaga keuangan konvensional.

Dalam memilih pembiayaan ada dasar yang menjadi sebab nasabah memilih pembiayaan seperti motivasi, promosi, maupun persepsi. Persepsi merupakan suatu proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi dan pengalaman pengalaman yang ada dan kemudian menafsirkannya untuk menciptakan keseluruhan gambaran yang berarti. Persepsi nasabah ini merupakan tanggapan terhadap pembiayaan *murabahah* yang ditawarkan oleh BMT, yang nantinya akan menjadi dasar keputusan mengajukan pembiayaan *murabahah*. (Setiyarini, 2012)

Pembiayaan *Murabahah* merupakan salah satu produk penyaluran dana yang cukup digemari di BMT. Karakteristik pembiayaan *murabahah* yang profitable, mudah dalam penerapan dan dengan risiko yang ringan untuk diperhitungkan. Sistem bagi hasil yang menjadi salah satu hal yang menarik di BMT.

Penentuan Margin juga menjadi salah satu hal yang menjadi perhatian nasabah. Margin adalah keuntungan yang diperoleh BMT atas hasil transaksi pembiayaan dengan pihak nasabahnya. Perlakuan yang berbeda dengan bunga bank membuat nasabah memiliki ketertarikan tersendiri. Margin diperoleh melalui akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang berdasarkan pada prinsip keadilan. Penetapan bagi hasil dan

Margin ini dapat tergantung dari jenis barang, pembandingan, reputasi mitra dan alat ukur yang digunakan. (Setiyarini, 2012)

*Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menyelenggarakan simpan pinjam maupun pembiayaan untuk masyarakat dengan menggunakan *murabahah*. *Baituttamwil* TAMZIS didirikan sejak tahun 1992 dan sampai saat ini sudah mempunyai 30 cabang di pulau Jawa. Dengan adanya cabang yang tersebar dekat dengan pasar tradisional memudahkan masyarakat khususnya pedagang untuk mengambil pembiayaan *murabahah*. Kebutuhan pembiayaan ini cukup diminati, karena proses pengajuan pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS sangatlah mudah dan proses pencairannya tidak membutuhkan waktu yang lama.

Kegiatan operasional BMT sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah tingkat margin. Tingkat margin BMT mempunyai peranan yang signifikan dalam mempengaruhi masyarakat dalam menyimpan maupun meminjam dana di BMT. Berapapun tingkat margin yang ditawarkan akan mempengaruhi minat nasabah. Pada dasarnya ketertarikan nasabah atau masyarakat yang ingin melakukan kegiatan pembiayaan di BMT karena mereka mengharapkan margin pembiayaan yang rendah. BMT dengan tingkat margin pembiayaan yang lebih besar kemungkinan kurang diminati oleh calon nasabah. Pada nasabah yang mengajukan pembiayaan, margin yang lebih rendah lebih diminati.

Dalam jurnalnya Alima Setiyarini yang berjudul Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di BMT Bumi Sekar Madani (2012), menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi nasabah dan margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di BMT Sekar Madani.

Selain itu penelitian mengenai margin juga pernah dilakukan oleh Aisyah Nur Aini dengan judul Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* (2015). dengan hasil

adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah*.

Kedua faktor tersebut saling berhubungan dan berpengaruh satu sama lain, sehingga harus diupayakan untuk menghasilkan suatu kebijakan pemasaran yang mengarah kepada layanan efektif dan kepuasan pelanggan. Dalam bauran pemasaran terdapat variabel-variabel yang saling mendukung satu dengan yang lainnya, yang kemudian oleh perusahaan digabungkan untuk memperoleh tanggapan-tanggapan yang diinginkan di dalam pasar sasaran. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah memilih pembiayaan *murabahah* diantaranya persepsi dan margin.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif dan membandingkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aisyah Nur Aini (2015) dan Alima Setyarini (2012). Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Pembiayaan *Murabahah* dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS BINA UTAMA cabang Prambanan”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Persepsi Pembiayaan *Murabahah* Terhadap Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan?
2. Bagaimana Pengaruh Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan?
3. Bagaimana Pengaruh Persepsi Pembiayaan *Murabahah* dan Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh persepsi pembiayaan *murabahah* dan margin terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan?
2. Mengetahui pengaruh margin terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan?
3. Mengetahui pengaruh persepsi pembiayaan *murabahah* dan margin terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan?

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi manfaat antara lain:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang koperasi jasa keuangan syariah khususnya berkaitan dengan pengaruh persepsi pembiayaan *murabahah* dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan serta menambah khasanah kepustakaan khususnya di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

2. Secara Praktis

- a. Bagi BMT

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan BMT untuk meningkatkan mutu dan pelayanan yang diberikannya sebagai pertimbangan untuk menetapkan kebijakan.

- b. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi media penerapan ilmu yang didapat penulis di perkuliahan ke dalam kehidupan praktis.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan pada dasarnya berisi uraian secara logis tentang tahap-tahap pembahasan yang dilakukan. Adapun di dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu sebagai berikut :

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan, merupakan bagian yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah yang diambil, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, hipotesis, serta sistematika pembahasan.

### **2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Telaah Pustaka pada sub bab telaah pustaka ini diuraikan penelitian-penelitian dan kajian-kajian terdahulu serta perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, teori-teori yang relevan dengan permasalahan penelitian, seperti teori *baitul maal wat tamwil*, margin, perilaku konsumen kerangka berfikir, pada sub bab kerangka berfikir, terdapat gambaran sistematis dalam bentuk bagan dari permasalahan yang akan penulis diteliti. Hipotesis, Pada sub bab hipotesis, terdapat jawaban sementara atas permasalahan penelitian penulis

### **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan diuraikan tatacara pelaksanaan penelitian untuk mencari jawaban atas permasalahan penelitian yang telah ditetapkan. Tatacara pelaksanaan penelitian pada sub bab ini meliputi desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi konseptual variabel dan definisi operasional variabel, instrumen penelitian yang digunakan, dan teknik analisis data, uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

### **4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan diuraikan tentang analisis data dan pembahasan, pada bab ini berisi tentang analisis terhadap data yang didapatkan dan pembahasan menyeluruh atas penelitian yang dilakukan, peneliti akan menguraikan tentang pengaruh persepsi nasabah dan margin



terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan.

#### 5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab bagian Kesimpulan dan Saran, pada bab ini berisi kesimpulan yang merupakan pernyataan singkat dan akurat yang disajikan dari hasil pembahasan yang menjawab permasalahan dan tujuan penelitian yang telah disusun. Dan saran yang disampaikan untuk kepentingan pengembangan riset selanjutnya serta perbaikan terhadap hal-hal yang ditemukan sehubungan dengan hasil penelitian yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

#### **A. Telaah Pustaka**

Berdasarkan pada pencarian literatur yang dilakuakn penulis, penulis tidak menemukan penelitian atau jurnal tentang dengan penelitian yang penulis lakukan. Tetapi disini penulis menemukan literatur pendukung yang relevan untuk dijadikan obyek penelitian. Ada beberapa peneliti terdahulu yang sudah dilakukan berkaitan dengan pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, etika bisnis islam dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah terdapat 10 peneliti, yakni :

Jurnal **Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di BMT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo (2015)** tulisan Aisyah Nur Aini, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel margin (X) terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* (Y) di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru-Sidoarjo. Ha ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi X sebesar 0,985, nilai korelasi regresi (R) 0,989, koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,977 dan nilai F hitung > F tabel pada taraf signifikansi 5% yaitu sebesar 3,790 > 1,662. Adapun besarnya pengaruh variabel tingkat margin (X) secara simultan terhadap variabel keputusan pengambilan pembiayaan *Murabahah* (Y) dapat dilihat dari nilai Adjusted R Square (R<sup>2</sup>) sebesar 0,977 atau 97,7%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel tingkat margin memberikan kontribusi besar terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di BMT UGT Sidogiri Cabang Waru Sidoarjo. Sedangkan 2,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

Dalam jurnal yang berjudul **Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan *Murabahah* BPRS Al-Salam (2009)**, hasil dari penelitian Dede Nurdiansyah, menyebutkan perubahan BPR menjadi BPRS Al Salam tidak mengubah cara pandang dan pemahaman nasabah dengan lembaga

keuangan yang menyalurkan pembiayaan, karena mengikuti regulasi yang diatur oleh Peraturan Bank Indonesia (PBI) dan Fatwa MUI sebagai lembaga yang mengatur dan mengawasi produk syariah. Konversi BPRS Al Salaam merubah sistem bunga yang digunakan untuk pembiayaan dengan istilah margin, sehingga fungsi BPRS Al Salaam untuk pembiayaan *murabahah* adalah sebagai penjual. Pengetahuan dan antusiasme nasabah dipengaruhi oleh informasi yang diberikan BPRS Al Salaam lewat media informasi, baik media cetak maupun elektronik sebanyak 38.8% selain pengaruh teman dan kerabat yang telah lebih dahulu melakukan pembiayaan di BPRS Al Salaam. Informasi yang diberikan BPRS Al Salaam memberikan pengaruh yang besar terhadap pemahaman nasabahnya, sehingga media informasi baik cetak maupun elektronik terbukti efektif untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang bank yang beroperasi dengan prinsip syariah.

Jurnal penelitian Sri Giyanti (2016) dan Teguh Suropto (2016) yang berjudul **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT (Studi Kasus Pada BMT Artha Barokah Yogyakarta)** menjelaskan bahwa sikap nasabah berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku nasabah. Motivasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku nasabah. Kelas Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah, secara serentak, Sikap Nasabah, Motivasi, dan Kelas Sosial bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah.

Dalam jurnalnya Rokhmat Subagito, S.E., M.EI. yang berjudul **Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan di BMT Sahara Tulungagung (2016)**, menghasilkan kesimpulan bahwa: pertama, ketiga faktor yakni citra produsen, citra konsumen dan citra produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan di BMT Sahara; kedua, secara simultan atau bersama-sama ketiga faktor yakni citra

produsen, citra konsumen dan citra produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan di BMT Sahara. Dari ketiga faktor yang digunakan untuk mengetahui keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan masa depan, faktor citra produk merupakan indikator yang berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan di BMT Sahara.

Zuardi (2013) Menjelaskan dalam jurnalnya yang berjudul **Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Pembiayaan Bagi Hasil di Bank Jabar Syariah Kota Cirebon**. Persepsi masyarakat khususnya nasabah terhadap sistem pembiayaan bagi hasil di Bank Jabar Syariah Kota Cirebon memiliki nilai yang sangat baik terhadap perkembangan sistem pembiayaan bagi hasil.

Jurnal yang berjudul **Perilaku Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Kopwan Syari'ah (2010)** yang ditulis oleh Muladi Wibowo, menjelaskan bahwa faktor sistem bagi hasil, persyaratan administrasi, sistem operasional syariah, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah. Keterpengaruh tersebut dapat dijelaskan bahwa nasabah dapat menerima kriteria yang dilakukan oleh Koperasi Wanita Syariah Saraswati Kabupaten Karanganyar dari faktor sistem bagi hasil, operasional syariah melalui kejujuran, keterbukaan dan adanya faktor promosi yang aktif dan gencar dilakukan oleh pihak koperasi dalam menyebarkan atau mensosialisasikan informasi terkait dengan penawaran produk koperasi kepada calon nasabah. Sedangkan kualitas layanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah, hal ini dapat dijelaskan bahwa nasabah tidak terlalu memprioritaskan pada aspek kualitas layanan karena dalam hal keberadaan kantor, fasilitas dan proses dianggap sudah memenuhi standar, hanya saja terkait dalam penanganan komplain dan pemberian informasi dari SDM Koperasi Wanita Syari'ah Saraswati Kabupaten Karanganyar, masih sangat terbatas terutama dalam hal skill dan jumlah SDM yang menangani layanan

tersebut. Sehingga faktor inilah yang membuat calon nasabah menjadi khawatir bila terjadi masalah.

**Analisis Prilaku dalam Pembiayaan di Bank Syariah Mandiri (2014)** Diah Wahyuningsih, dkk, menjelaskan bahwa persepsi masyarakat tentang bank syari'ah ditinjau dari tingkat pengetahuan dan pemahaman sebagian besar responden masih belum begitu padahm mengenai konsep bank syari'ah secara umum. Tingkat pemahaman nasabah hanya sebatas pada penggunaan system bunga pada bank konvensional dan bagi hasil pada bank syari'ah. Sedangkan arti mendalam tentang perbedaan riba dan nisbah itu sendiri masih belum dimengerti. Persepsi yang dangkal tentang bank syari'ah menimbulkan spekulasi yang tinggi pada diri nasabah untuk mengambil suatu keputusan nasabah masih sangat bias dipengaruhi oleh adanya persaingan baik antar bank syari'ah maupun antara bank syari'ah dan bank konvensional. Alasan-alasan yang mendasari nasabah dalam pengambilan pembiayaan syari'ah adalah antara lain sebagai berikut: faktor keimanan/kepercayaan, faktor keuntungan (tinggi rendahnya nisbah pembiayaan dan fleksibilitas jangka waktu pembayaran), faktor pelayanan (kemudahan dan kecepatan proses pembiayaan). Pandangan nasabah tentang perbedaa riba dan nisbah masih begitu rendah. Berdasarkan studi lapang konsep riba dan nisbah lebih banyak dipahami oleh kalangan akademis yang berhubungan dengan konsep perbankan syari'ah. Bank Syari'ah Mandiri Bangkalan dinilai oleh sebagian besar responden dan informan telah memberikan pelayanan yang cepat dan mudah serta menetapkan nisbah yang ringan. Sehingga mendorong nasaah untuk mengajukan pembiayaan di masa yang akan datang.

**Jurnal Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah (2010)** karya Wiwiek Rabiatul Adawiyah menjelaskan bahwa ada tujuh faktor yang menjadi yang menjadi kreteria seleksi konsumen terhadap bank syariah di Purwokerto antara lain: faktor persepsi, faktor proses, faktor bukti fisik, faktor harga, faktor orang,

faktor social, faktor lokasi. Faktor yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam memilih bank syariah adalah faktor persepsi dengan variance sebesar 32,056 persen. Untuk perankingan kriteria seleksi berdasarkan nilai mean, faktor yang paling diperhitungkan adalah faktor keramahan personel bank dengan nilai mean 8,42. Pengetahuan konsumen terhadap bank syariah masih terbatas, sebagian besar responden hanya mengetahui tentang riba dan syariah. Sedangkan istilah-istilah dalam perbankan syariah seperti *ijarah*, *mudharabah*, *musyarakah*, dan *murabahah* masih belum diketahui dan dimengerti oleh konsumen. Alasan utama konsumen menabung di bank syariah adalah karena kombinasi dari alasan agama dan alasan keuntungan. Sebagian besar konsumen sangat setuju apabila bank syariah membuka di seluruh Indonesia, banyak konsumen yang akan menggunakan jasa perbankan tersebut, apabila ada suatu kasus, bank syariah memberitahukan bahwa investasi dan tabungan tidak menghasilkan laba dalam beberapa tahun, yang dilakukan sebagian besar nasabah adalah tetap menabung ditempat yang sama atau bank syariah yang lain, karena menabung di bank yang bukan syariah sangat bertentangan dengan prinsip islam. Konsumen sangat setuju dengan pengabulan pinjaman tanpa bunga yang dilakukan oleh bank syariah merupakan salah satu bentuk kontribusi pihak bank untuk membantu masyarakat secara adil dan efisien. Sebagian besar konsumen setuju dengan pernyataan bahwa penetapan bunga di awal pinjaman untuk proyek investasi, konstruksi rumah, pembelian mobil dan pembiayaan di hapuskan, seperti pada prinsip bagi hasil antara bank dan peminjam, lebih menguntungkan.

**Tabel 2.1**  
**Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang**  
**Dilakukan Penulis**

| No | Nama Penulis             | Hasil                              | Perbedaan / Persamaan                           |
|----|--------------------------|------------------------------------|---|
| 1. | (Aini, 2015)<br>Pengaruh | Berpengaruh positif dan signifikan | Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang |

|    |  |   |  |
|----|--|---|--|
|    | Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan <i>Murabahah</i> di BMT Sidogiri      | antara variabel margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan <i>murabahah</i>   | dilakukan oleh Aisyah adalah: penelitian ini hanya menggunakan variabel margin saja sedangkan pada penelitian ini penulis menambahkan satu variabel baru yaitu persepsi pembiayaan.                                      |
| 2. | (Nurdiansyah, 2009) Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan <i>Murabahah</i> BPRS Al-Salam | Persepsi nasabah terhadap produk pembiayaan <i>murabahah</i> secara keseluruhan sangat baik   | Perbedaan dipenelitian ini dengan penelitiannya Nurdiansyah yaitu pada penelitian ini penulis menambahkan variabel baru yaitu mengenai margin  |
| 3. | (Sri Giyanti, 2016) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah                           | sikap nasabah berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku nasabah. Motivasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku nasabah. Kelas Sosial berpengaruh | Perbedaan penelitian ini yaitu di penelitian ini banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan produk diantaranya sikap, motivasi, kelas sosial sedangkan di penelitian ini adanya variabel persepsi pembiayaan dan margin |

|    |  |   |   |
|----|--|---|---|
|    | dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT (Studi Kasus Pada BMT Artha Barokah Yogyakarta a)                       | positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah, secara serentak, Sikap Nasabah, Motivasi, dan Kelas Sosial bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah. |   |
| 4. | (Rokhmat Subagiyo, 2016) Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan di BMT Sahara | faktor yakni citra produsen, citra konsumen dan citra produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan di BMT Sahara             | Perbedaan penelitian ini yaitu variabel yang dipakai hanya brand image sedangkan dipenelitian ini terdapat adanya dua variabel yaitu persepsi pembiayaan dan margin |



|    |  |  |  |
|----|--|--|--|
|    | Tulungagung  |  |  |
| 5. | (Zuardi, 2013)<br>Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Pembiayaan Bagi Hasil di Bank Syariah Kota Cirebon      | Persepsi masyarakat khususnya nasabah terhadap sistem pembiayaan bagi hasil di Bank Jabar Syariah Kota Cirebon memiliki nilai yang sangat baik terhadap perkembangan sistem pembiayaan bagi hasil. | Perbedaan penelitian ini yaitu dipenelitian ini hanya ada satu variabel yaitu persepsi sedangkan dipenelitian ini adanya tambahan variabel margin  |
| 6. | (Wibowo W., 2010)<br>Perilaku Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Kopwan Syari'ah | faktor sistem bagi hasil, persyaratan administrasi, sistem operasional syariah, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah  | Perbedaan penelitian ini yaitu adanya faktor bagi hasil, persyaratan administrasi, sistem operasional syariah dan promosi. Sedangkan dipenelitian ini adanya variabel persepsi pembiayaan dan margin |

|    |  |  |  |
|----|--|--|--|
| 7. | (Wahyuni ngsih, 2014) Analisis Prilaku dalam Pembiayaan di Bank Syariah Mandiri                | persepsi masyarakat tentang bank syariah ditinjau dari tingkat pengetahuan dan pemahaman sebagian besar responden masih belum begitu padam mengenai konsep bank syariah secara umum  | Perbedaan yang ada yaitu dipenelitian ini persepsi yang digunakan yaitu dari faktor pengetahuan dan pemahaman sedangkan dipenelitian ini adanya faktor lain dan adanya variabel margin   |
| 8. | (Adawiya h, 2010) Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah | tujuh faktor yang menjadi yang menjadi kriteria seleksi konsumen terhadap bank syariah di Purwokerto antara lain: faktor persepsi, faktor proses, faktor bukti fisik, faktor harga, faktor orang, faktor social, faktor lokasi. Pengetahuan konsumen terhadap bank syariah masih | Perbedaan dalam penelitian ini yaitu adanya faktor persepsi, faktor proses, faktor bukti fisik, faktor harga, faktor orang, faktor social, faktor lokasi. Sedangkan di penelitian ini hanya menggunakan variabel persepsi pembiayaan dan margin. |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | terbatas, sebagian besar responden hanya mengetahui tentang riba dan syariah |  |
|--|--|--|--|

Sumber : Data sekunder diolah (2017)

## B. Landasarn Teori

### 1. Baitul Maal Wat Tamwil

#### a. Pengertian Baitul Maal Wat Tamwil

BMT adalah organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Peran BMT akan terlihat pada definisi *baitul maal*, sedangkan peran bisnis BMT terlihat pada definisi *baitul tamwil* sebagai lembaga sosial, *baitul maal* memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan lembaga amil zakat, oleh karenanya, *baitul maal* ini harus didorong agar mampu berperan secara profesional menjadi lembaga amil zakat yang mapan. Fungsi tersebut paling tidak upaya pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah, wakaf dan sumber-sumber dana sosial yang lain. Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usaha ini seperti usaha perbankan yaitu menghimpun dana anggota dan calon anggota serta menyalurkan kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. (Ridwan, 2004)

#### b. Tujuan

Didirikannya BMT bertujuan untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Pengertian tersebut di atas dapat dipahami bahwa BMT berorientasi pada peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat. Dengan sendirinya, tidak dapat dibenarkan jika para anggota dan masyarakat menjadi sangat tergantung pada

BMT. Dengan menjadi anggota BMT, masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup melalui peningkatan usahanya.

Sifat usaha BMT berorientasi pada bisnis dimaksudkan supaya pengelolaan BMT dapat di jalankan secara professional, sehingga mencapai tingkat efisiensi tertinggi. Aspek bisnis BMT menjadi kunci sukses mengembangkan BMT, dari sinilah BMT akan mampu memberikan bagi hasil yang kompetitif kepada para deposannya serta mampu meningkatkan kesejahteraan para pengelolanya sejajar dengan lembaga lain. (Ridwan, 2004)

c. Fungsi *Baitul Maal Wat Tamwil*

Dalam rangka mencapai tujuannya, BMT memiliki fungsi sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan potensi ekonomi anggota, kelompok anggota muamalat dan daerah kerjanya.
- 2) Meningkatkan kualitas SDM anggota dan menjadikan lebih professional dan Islami sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global.
- 3) Menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.
- 4) Menjadi perantara keuangan antara *agniya* sebagai *shahibul maal* dengan dhuafa sebagai *mudharib*, terutama untuk dana-dana sosial seperti zakat, infaq, sedekah, wakaf, hibah dll.
- 5) Menjadi perantara keuangan, antara pemilik dana, baik sebagai pemodal maupun penyimpan dengan pengguna dana untuk pengembangan usaha produktif. (Ridwan, 2004)

d. Produk Pembiayaan *Baitul Maal Wat Tamwil*

Menurut pemanfaatannya, pembiayaan BMT dapat dibagi menjadi dua yakni pembiayaan investasi dan pembiayaan modal kerja.

1) Pembiayaan investasi

Pembiayaan yang digunakan untuk pemenuhan barang-barang permodalan (*capital goods*) serta fasilitas-fasilitas lain yang erat hubungannya dengan hal tersebut.

2) Pembiayaan modal kerja

Pembiayaan yang ditunjukan untuk pemenuhan, peningkatan produksi, dalam arti yang luas dan menyangkut semua sektor ekonomi, perdagangan dalam arti yang luas maupun penyediaan jasa.

Sedangkan menurut sifatnya, pembiayaan juga dibagi menjadi dua, yaitu pembiayaan produktif dan konsumtif.

1) Pembiayaan produktif

Yaitu pembiayaan yang ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti yang sangat luas seperti pemenuhan kebutuhan modal untuk meningkatkan volume penjualan dan produksi, pertanian, perkebunan maupun jasa.

2) Pembiayaan konsumtif

Yaitu pembiayaan yang ditunjukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, baik yang digunakan sesaat maupun dalam jangka waktu relative panjang. (Ridwan, 2004)

e. Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Jual Beli

1) *Ba'i As Salam*

Jual beli salam merupakan pembelian barang yang dananya dibayarkan di muka, sedangkan barang diserahkan kemudian. Untuk menghindari terjadinya manipulasi pada barang, maka antara BMT dengan anggota harus sepakat mengenai jenis barang, mutu produk, standar harga, jangka waktu, tempat penyerahan serta keuntungan. Kondisi ini biasanya terjadi untuk produk-produk pertanian. Dalam sistem pertanian ini, BMT membeli hasil panen petani dengan harga yang telah ditentukan berdasarkan asumsi-asumsi. Setelah panen, BMT akan

menerima barangnya, karena BMT tidak berhajat akan barang tersebut, maka BMT akan menjual kembali hasil panenya kepada pihak lain.

2) *Ba'i Al-istista'*

Merupakan kontrak jual beli barang dengan pesanan. Pembeli memesan barang kepada produsen barang, namun produsen berusaha melalui orang lain untuk membuat atau membeli barang tersebut sesuai dengan spesifik yang telah ditetapkan.

3) *Ijarah Muntahi Bit Tamlik*

Merupakan akad perpaduan antara sewa dengan jual beli. Yakni sewa-menyewa yang diakhiri dengan pembelian karena terjadi pemindahan hak. BMT sebagai penyedia barang pada hakikatnya tidak berhajat pada barang tersebut, sehingga angsuran dari nasabah bias dihitung sebagai biaya pembelian, dan di akhir waktu setelah lunas barang menjadi milik anggota/nasabah.

4) Jual Beli *Murabahah*

a) Pengertian Pembiayaan *Murabahah*

*Murabahah* didefinisikan oleh para *fuqaha* sebagai penjualan barang seharga biaya/harga pokok barang tersebut ditambah *mar-up* atau margin keuntungan yang disepakati, dalam beberapa kitab fiqh *murabahah* merupakan salah satu dari bentuk jual beli yang bersifat amanah, di mana jual beli ini berbeda dengan jual beli *musawwamah* (tawar menawar). *Murabahah* terlaksana antara penjual dan pembeli berdasarkan harga barang, harga asli pembelian penjual yang diketahui oleh pembeli dan keuntungan penjual pun diberitahukan kepada pembeli, sedangkan *musawwamah* adalah transaksi yang terlaksana antara penjual dengan pembeli dengan suatu harga tanpa melihat harga asli barang.

Muhamad Hossein, *murabahah* adalah beli barang dengan harga asal ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Dalam hal ini penjual harus memberitahukan harga pokok produk yang ia jual dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahan.

Terminologi jual-beli adalah pemindahan hak/barang/harta kepada pihak lain dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya. Terdapat beberapa bentuk akad jual-beli dan akad yang sering digunakan oleh bank syariah dalam melakukan pembiayaan kepada nasabahnya yang salah satunya adalah *murabahah*.

dengan demikian yang dimaksud dengan pembiayaan *murabahah* adalah akad perjanjian penyediaan barang berdasarkan jual-beli di mana BMT membiayai atau membelikan kebutuhan barang atau investasi nasabah dan menjual kembali kepada nasabah ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Pembayaran nasabah dilakukan secara mencicil/angsur dalam jangka waktu yang ditentukan.

b) Akad Pembiayaan *Murabahah*

Ahmad Azhar Basyir memberikan definisi bahwa akad adalah suatu perikatan antara ijab dan Kabul dengan cara yang dibenarkan syara' yang menetapkan adanya akibat-akibat hukum pada obyeknya.

Prof. Hasbi Ash Shiddieqy menyebutkan akad sebagai perikatan antara ijab dan Kabul dengan cara yang dibenarkan syara' yang menetapkan keridhaan antara kedua belah pihak.

Pasal 1313 kitab undang-undang hukum perdata (KUHPerdata) menyebutkan, "perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih"

Pengertian akad juga dapat dijumpai dalam peraturan Bank Indonesia No, 10/16/PBI2008 tentang perubahan atas PBI No.9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah. Pada ketentuan pasal 1 angka (7) dikemukakan bahwa, “akad adalah kesepakatan tertulis antara bank syariah atau unit usaha syariah dan pihak lain yang memuat adanya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak sesuai dengan prinsip syariah sebagaimana dimaksud dalam undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa akad adalah perjanjian yang menimbulkan kewajiban berprestasi pada salah satu pihak dan hak bagi pihak lain atas prestasi tersebut secara timbal balik. BMT sebagai lembaga intermediasi keuangan dengan kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan senantiasa mendasarkan pada perjanjian, sehingga hukum perjanjian islam yang ruki dan syaratnya telah diatur dalam al-quran, hadits, ijma’, dan qiyas menjadi relevan dan penting dalam operasional perbankan syariah.

Dengan demikian dalam hal ini yang dimaksud akad pembiayaan *murabahah* adalah akad perjanjian barang berdasarkan jual-beli di mana bank membiayai atau membelikan kebutuhan barang atau investasi nasabah dan menjual kembali kepada nasabah ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Pembayaran nasabah dilakukan secara mencicil/mengangsur dalam jangka waktu yang ditentukan. (Prabowo, 2012)

c) Jenis Pembiayaan *Murabahah*



Menurut Sri Nurhayati dan Wasilah (2011: 173), terdapat dua jenis *murabahah* yaitu:

- (1) *Murabahah* dengan pesanan,  
yaitu penjual melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari pembeli.
- (2) *Murabahah* tanpa pesanan,  
*Murabahah* jenis ini bersifat tidak mengikat. (Sri Nurhayati, 2011)

d) Syarat Pembiayaan *Murabahah*

Dalam Ahmad Sumiyanto (2008: 156), syarat-syarat umum dalam pengajuan pembiayaan *murabahah* adalah sebagai berikut:

- (1) BMT memberitahu biaya modal (harga pokok) kepada anggota.
- (2) Kontrak pertama harus sah sesuai rukun yang ditetapkan.
- (3) Kontrak harus bebas dari riba.
- (4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli jika terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- (5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang. (Sumiyanto, 2008)

f. Margin

1) Pengertian Margin

Menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah No: 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004 tentang Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, “Margin adalah keuntungan yang diperoleh koperasi atas hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya”.

Sementara itu, menurut Adiwarmanto Karim (2008: 280), “Margin adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun,

perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan margin secara bulanan maka ditetapkan 12 bulan. Pada umumnya, nasabah melakukan pembayaran secara angsuran. (Karim, 2008)

Di sisi lain, menurut Ahmad Sumiyanto (2008: 160), “Margin merupakan penyeimbang dari modal kerja atau investasi yang dimanfaatkan oleh mitra”. Margin digunakan agar terjadinya keadilan dalam memperoleh keuntungan baik pihak mitra maupun pihak lembaga. (Sumiyanto, 2008)

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Margin adalah persentase tertentu yang ditetapkan (harian, bulanan, dan tahunan) agar tercapai keadilan dalam memperoleh keuntungan baik bagi pihak lembaga maupun nasabah.

## 2) Penentuan Margin

Dalam Ahmad Sumiyanto (2008: 161), penentuan margin dan bagi hasil dalam sistem syariah sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor di bawah ini:

### a) Jenis Barang

Selisih harga jual atau margin terhadap barang yang kompetitif di pasaran relatif lebih rendah dibanding investasi, sehingga BMT memperhatikan faktor tersebut sebagai ajang kompetitif. Ada pembandingan Yaitu penentu harga barang sebanding dengan aktivitas transaksi yang dilakukan BMT terhadap suplayer.

### b) Reputasi

Mitra pada pembiayaan sebelumnya. Reputasi mitra dilihat dari kelancaran angsuran, perkembangan dan prospek usaha, loyalitas serta tujuan usaha.

### c) Alat Ukur

Pada bagian akhir BMT melakukan perhitungan berdasarkan rumus harga jual sebagai alat ukur atau sandaran menentukan harga, namun kompetisi harga di pasaran menjadi hal penting bagi BMT sehingga membutuhkan strategi khusus. Yang perlu diperhatikan bahwa BMT tidak menetapkan harga jual bagi anggota pemilik dana namun hanya melakukan perkiraan biaya dana sehingga harga jual menjadi fleksibel dan bersaing. (Sumiyanto, 2008)

### 3) Metode Penentuan Margin

#### a) *Mark-up Pricing*

Penentuan tingkat harga dengan memarkup biaya produksi komoditas yang bersangkutan.

#### b) *Target Return Pricing*

Harga jual produk yang bertujuan mendapatkan tingkat return atas besarnya modal yang diinvestasikan. Dalam hal ini perusahaan akan menentukan berapa return yang akan diharapkan atas modal yang diinvestasikan

#### c) *Received-Value Pricing*

Penentuan harga dengan tidak menggunakan variabel harga sebagai harga jual. Harga jual didasarkan pada harga produk pesaing dimana perusahaan melakukan penambahan atau perbaikan unit untuk meningkatkan kepuasan pembeli.

#### d) *Value Pricing*

Kebijakan harga yang kompetitif atas barang yang berkualitas tinggi. (Muhammad, 2005)

## 2. Perilaku Konsumen

### a. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (1995) pemahaman terhadap perilaku konsumen mencakup terhadap tindakan yang langsung yang dilakukan konsumen dalam mendapatkan,

mengonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Sedangkan Loundon dan Bitta (1995) menjelaskan perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan dan kegiatan yang dilakukan konsumen secara fisik dalam pengevaluasian, perolehan penggunaan atau mendapatkan barang dan jasa. Jadi di dalam menganalisis perilaku konsumen tidak hanya menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan kegiatan saat pembelian, akan tetapi juga meliputi proses pengambilan keputusan yang menyertai pembelian.

Maka terlihat bahwa memahami perilaku konsumen bukanlah suatu pekerjaan yang mudah karena banyaknya variabel yang mempengaruhi dan variabel-variabel tersebut saling berinteraksi. Perilaku konsumen merupakan proses yang kompleks dan multi dimensional. (Suryani, 2008)

#### b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

##### 1) Faktor Kebudayaan

###### a) Budaya

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya.

###### b) Sub-Budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub-budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, keagamaan, ras, area geografis.

##### 2) Faktor Sosial

###### a) Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

b) Keluarga

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

c) Peran dan Status

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

3) Faktor Pribadi

a) Umur dan Tahapan dalam siklus kehidupan

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologi. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

b) Pekerjaan

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

c) Keadaan Ekonomi

Terdiri dari pendapatan yang didapat untuk dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

d) Gaya Hidup

Pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

e) Kepribadian dan Konsep Diri

Karakteristik psikologi yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relative konsisten. Kepribadian dapat merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisa perilaku konsumen.

4) Faktor-Faktor Psikologi

a) Motivasi

Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, haus, tidak nyaman. Sedangkan kebutuhan-kebutuhan lain bersifat psikogenik yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

b) Persepsi

(1) Pengertian Persepsi

Proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya tiga proses persepsi yaitu: perhatian, gangguan dan mengingat kembali yang selektif. Berarti bahwa para pemasar harus bekerja keras agar pesan yang disampaikan diterima. (J.Setiadi, 2003)

Menurut Kotler (2006: 174), "Persepsi adalah proses dimana orang memilih, mengatur, dan

menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia berarti". (Kotler, 2006)

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan persepsi merupakan suatu proses yang melalui indera kemudian seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi dan pengalaman-pengalaman yang ada dan kemudian menafsirkannya untuk menciptakan keseluruhan gambaran yang berarti.

## (2) Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Penjelasan lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi datang dari Robbins. Dia menjelaskan faktor-faktor yang dapat membentuk atau yang dapat memutarbalikkan persepsi seseorang adalah pertama, pelaku persepsi (*perceiver*). Bila seseorang individu memandang pada suatu target dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, penafsiran itu sarat dipengaruhi oleh karakteristik-karakteristik pribadi dari perilaku persepsi individual tersebut. Di antara karakteristik pribadi yang lebih relevan mempengaruhi pelaku persepsi adalah sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu, dan pengharapan (ekspektasi).

Kedua, target, karakteristik-karakteristik dalam target yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Gerakan, bunyi, ukuran, dan atribut-atribut lain dari target membentuk cara kita memandangnya. Karena target tidak dipandang dalam keadaan terpencil, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi, seperti

kecenderungan kita untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau yang mirip.

Ketiga, situasi merupakan konteks di mana kita melihat objek-objek atau peristiwa-peristiwa. Unsur-unsur dalam lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi manusia. (StephenP, 2001)

Ada beberapa karakteristik yang mempengaruhi persepsi yaitu:

(a) Membedakan stimulus

satu hal yang sangat penting bagi pemasar adalah mengetahui bagaimana nasabah bisa membedakan perbedaan antara dua stimuli atau lebih. Apakah nasabah merasakan perbedaan merek berdasarkan rasa, perabaan, harga dari bentuk kemasan produk agar berbeda dari yang lainnya.

(b) Tingkat ambang batas (*threshold level*)

kemampuan nasabah untuk mendeteksi perbedaan dalam suara, cahaya, bau atau stimuli yang lainnya. Ditentukan oleh tingkat ambang batasnya. Ada dua jenis *threshold* yaitu, *Absolute threshold* dan *Differential threshold*.

(c) Persepsi bawah sadar (*subliminal Perception*)

pemasar (bank) selalu berusaha menciptakan pesan diatas tingkat ambang batas kesadaran konsumen. Para peneliti menemukan bahwa nasabah(konsumen) sebenarnya mampu memberikan respon atas informasi ataupun pesan yang datang pada bawah sadarnya. Artinya, ketika nasabah dirangsang oleh suatu pesan, sebenarnya nasabah tidak menyadari akan keberadaan pesan tersebut, namun alam bawah sadarnya mampu menangkapnya. Dengan demikian



stimulus (pesan) tersebut dibawah tingkat ambang batas kesadaran nasabah.

(d) Tingkat adaptasi

suatu konsep yang berkaitan erat dengan ambang batas absolut adalah adaptasi. Hal ini terjadi ketika nasabah sudah merasa terbiasa dan kemudian tidak mampu lagi, maka ketika itu juga ambang batas absolutnya berubah. Tingkat adaptasi terjadi ketika konsumen tidak lagi memperhatikan stimulus yang berulang-ulang.

(e) Generalisasi stimulus,

terjadi ketika nasabah melihat dua stimulus atau lebih yang mempunyai kesamaan (mempunyai hubungan yang dekat), dan saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya, oleh karena itu dapat disubstitusikan. (StephenP, 2001).

(3) Pembiayaan *Murabahah*

*Murabahah* didefinisikan oleh para *fuqaha* sebagai penjualan barang seharga biaya/harga pokok barang tersebut ditambah mar-up atau marginkeuntungan yang disepakati, dalam beberapa kitab fiqh *murabahah* merupakan salah satu dari bentuk jual beli yang bersifat amanah, di mana jual beli ini berbeda dengan jual beli *musawwamah* (tawar menawar). *Murabahah* terlaksana antara penjual dan pembeli berdasarkan harga barang, harga asli pembelian penjual yang diketahui oleh pembeli dan keuntungan penjual pun diberitahukan kepada pembeli, sedangkan *musawwamah* adalah transaksi yang terlaksana antara penjual dengan pembeli dengan suatu harga tanpa melihat harga asli barang.

Menurut Muhamad Hossein, *Murabahah* adalah beli barang dengan harga asal ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Dalam hal ini penjual harus memberitahukan harga pokok produk yang ia jual dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahan.

Terminology jual-beli adalah pemindahan hak, barang dan harta kepada pihak lain dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya. Terdapat beberapa bentuk akad jual-beli dan akad yang sering digunakan oleh bank syariah dalam melakukan pembiayaan kepada nasabahnya yang salah satunya adalah pembiayaan *murabahah*.

Dengan demikian yang dimaksud dengan pembiayaan *murabahah* adalah akad perjanjian penyediaan barang berdasarkan jual-beli di mana bank membiayai atau membelikan kebutuhan barang atau investasi nasabah dan menjual kembali kepada nasabah ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Pembayaran nasabah dilakukan secara mencicil/angsur dalam jangka waktu yang ditentukan.

#### (4) Persepsi Pembiayaan *Murabahah*

merupakan suatu proses yang melalui indera kemudian seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi dan pengalaman-pengalaman yang ada mengenai aktifitas penyaluran dana kepada orang yang membutuhkan dana dan kemudian menafsirkannya untuk menciptakan keseluruhan gambaran yang berarti.

#### c. Perilaku Konsumen Muslim

Konsumsi Islam senantiasa memperhatikan halal-haram, komitmen dan konsekuen dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum

syariat yang mengatur konsumsi agar tercapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak *mudharat* baik bagi dirinya maupun orang lain. (Pujiyono, 2006). Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasar syariat Islam, memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai hari kiamat dan kehidupan dasar yang menjadi pondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi. Terdapat tiga nilai yang menjadi dasar perilaku konsumen muslim, yaitu:

- 1) Keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi. Konsumsi untuk ibadah merupakan *future consumption*, sedangkan konsumsi duniawi adalah *present consumption*.
- 2) Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah SWT. Merupakan kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan.
- 3) Kedudukan harta adalah merupakan anugrah Allah SWT. dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dihindari secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar. (Wigati, 2011)

Sesungguhnya Islam tidak mempersulit jalan hidup seseorang konsumen. Jika seseorang mendapatkan penghasilan dan setelah dihitung dan hanya mampu memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarganya saja, maka tak ada keharusan untuk membelanjakan untuk konsumsi sosial. Sedangkan apabila pendapatannya melebihi konsumsi tidak ada alasan baginya untuk tidak mengeluarkan kebutuhan konsumsi sosial.

Pendapatan dan penghasilan yang diperoleh dengan cara yang halal akan digunakan untuk menutupi kebutuhan individu dan keluarga dengan jalan yang halal pula, yang secara langsung menguntungkan pasar mulai dari produsen hingga pedagang. Setiap uang yang dibelanjakan konsumen menjadi *revenue* bagi pengusaha sebagai bentuk pertukaran antara barang dan uang. Konsumen mendapatkan kepuasan dari barang yang di beli dan pengusaha mendapatkan keuntungan dari barang yang dijualnya. Konsumen memerlukan barang untuk kelangsungan hidupnya, secara langsung membutuhkan produsen dan pedagang. Sedangkan pengusaha memerlukan konsumen agar dia dapat melanjutkan produksi sekaligus pula menghidupkan diri dan keluarga dari keuntungan barang yang dijualnya. Tidak jarang, dalam satu segi konsumen bisa berperan sebagai produsen dan produsen bisa berperan sebagai konsumen.

Dalam perspektif ekonomi Islam ada penyeimbang dalam kehidupannya, yang tidak ditemukan dalam ekonomi konvensional. Penyeimbang dalam ekonomi Islam ini di paparkan secara jelas dan berulang-ulang dalam al-Qur'an agar menyalurkan sebagian hartanya dalam bentuk zakat, sedekah, dan infaq. Hal tersebut mengandung ajaran bahwa umat Islam merupakan mata rantai yang kokoh dengan umat Islam yang lain. Dengan kata lain ada solidaritas antara umat yang mampu secara ekonomi terhadap umat muslim yang fakir dan miskin. (Wigati, 2011)

#### d. Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Dalam melakukan keputusan pengambilan, terdapat perilaku konsumen yang mempengaruhi pengambilan. Perilaku konsumen adalah sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan produk pembiayaan, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Engel, Blackwell, & Miniard, 1992). Sedangkan menurut (Mowen, Minor, & Salim, 2002, hal. 6) perilaku konsumen didefinisikan sebagai studi tentang pembelian unit (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.

(Kotler & Armstrong, 1997, hal. 153) dalam memahami perilaku konsumen adalah dengan memahami rangsangan pemasaran yang memiliki tiga unsur yaitu: produk, harga, dan tempat promosi. Rangsangan lain memiliki empat unsur yaitu: ekonomi, teknologi, politik dan kebudayaan. Kemudian karakteristik pembeli dan proses keputusan pembeli menghasilkan tanggapan tertentu dari nasabah. Karakteristik BMT sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan *murabahah*. Karakteristik pengambilan pembiayaan *murabahah* seperti faktor budaya, sosial dan psikologis. Ketiga ini sebagian besar meskipun tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, faktor-faktor tersebut harus diperhitungkan.

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan pembiayaan. Proses pengambilan keputusan memiliki lima tahap yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku purna beli (Kotler & Armstrong, 1997).

Dalam pengambilan keputusan yaitu ada penelitian pengambilan keputusan sebelum pembiayaan dimana ketika konsumen merasakan adanya kebutuhan yang dapat dipenuhi dengan pengambilan pembiayaan tersebut. Ingatan kepada

pengalaman yang lalu (yang ditarik dari penyimpanan ingatan jangka panjang) dapat memberikan informasi yang memadai kepada nasabah untuk melakukan pilihan sekarang ini. Sebaliknya jika nasabah tidak mempunyai pengalaman sebelumnya, ia mungkin harus melakukan penelitian yang mendalam mengenai keadaan di luar dirinya untuk memperoleh informasi yang berguna sebagai dasar penelitian (Schiffman & Kanuk, 2000).

Setelah nasabah melakukan penelitian dan menentukan pilihan maka akan ada tahap perilaku sesudah pembiayaan bagi nasabah. Menurut (Nugroho J. S., 2008) sesudah nasabah melakukan pembiayaan *murabahah* akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Nasabah tersebut juga akan terlibat dalam tindakan-tindakan sesudah pembiayaan.

Setelah nasabah puas, cukup puas atau tidak puas maka akan ada fase dimana nasabah akan melakukan tindakan sesudah pembiayaan yang dimana akan mempengaruhi tingkah laku nasabah. Jika nasabah merasa puas, maka ia akan memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk menggunakan produk itu lagi. Nasabah yang tidak puas tersebut akan berusaha mengurangi ketidakpuasannya. Konsumen yang tidak puas akan mengambil tindakan. Mereka mungkin akan mengurangi ketidak cocokannya dengan meninggalkan produk tersebut, atau mereka mungkin berusaha mengurangi ketidak cocokannya dengan mencari informasi yang mungkin mengkonfirmasi produk tersebut.

BMT haruslah menyadari terhadap kemungkinan-kemungkinan yang dilakukan nasabah untuk mengatasi ketidakpuasan. Nasabah memiliki pilihan antara melakukan tindakan atau tidak melakukan tindakan.

### C. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibentuk, maka penulis mencoba membuat kesimpulan sementara (hipotesis), sebagai berikut

Menurut (Sugiono, 2013) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Adapun hipotesis penelitian atas permasalahan ini adalah :

- H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi nasabah tentang pembiayaan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan.
- H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara margin terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan.
- H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi nasabah tentang pembiayaan dan margin secara bersama-sama terhadap pengambilan pembiayaan *Murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan.

### D. Kerangka Penelitian

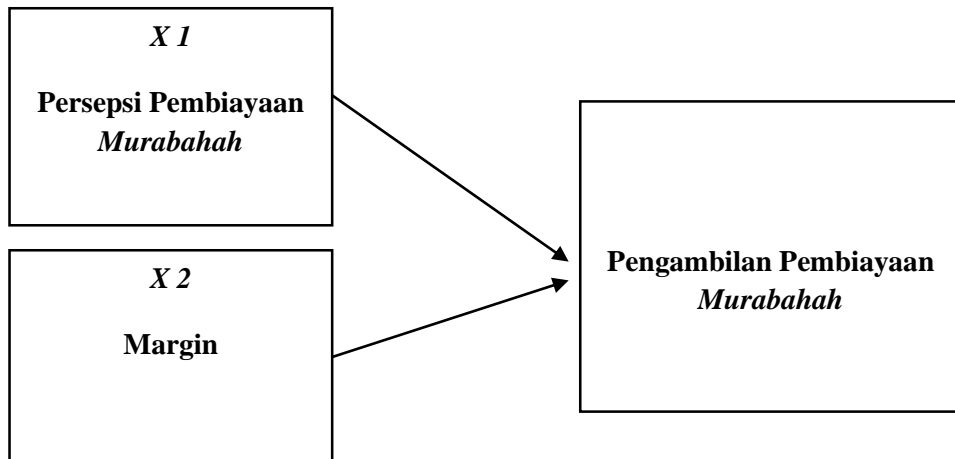
Terdapat dua hal yang membangun tema dari penelitian ini, yaitu rumusan masalah dan variabel penelitian. Kedua hal tersebut saling berhubungan, dan permasalahan yang ada dapat dijawab sementara dengan hipotesis. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah persepsi mengenai pembiayaan *murabahah* dan margin.

Persepsi mengenai pembiayaan *murabahah* dan margin menjadi indikator dalam penelitian ini. Hal tersebut disebabkan karena persepsi dan

margin tersebut menentukan nasabah untuk mengajukan pembiayaan *murabahah*.

**Gambar 2.1**

**Diagram Hubungan Antar Variabel**



Keterangan :

X1 = Persepsi pembiayaan *murabahah*

X2 = margin

Y = pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan

R = Pengaruh persepsi pembiayaan *murabahah* dan margin terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan.

1. Pengaruh Persepsi Pembiayaan *Murabahah* Terhadap Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan.

Persepsi dari setiap nasabah mempunyai implikasi yang berbeda terhadap hasil keputusan yang diambil. Setiap nasabah kecil selalu berusaha untuk dapat mengembangkan usahanya. Salah satu kendala yang dihadapi oleh para nasabah dalam mengembangkan usahanya antara lain keterbatasan modal usaha yang dimiliki. Kredit atau pembiayaan merupakan salah satu jalan yang dapat diambil oleh para



nasabah dalam penambahan modal. Hal ini digunakan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh persepsi nasabah ini terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* Tamzis. Pengaruh persepsi pembiayaan ini pernah dibuktikan oleh (Setiyarini, 2012) yang menyimpulkan bahwa persepsi pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah*.

2. Pengaruh Margin Terhadap Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan.

Kasmir (2013: 25) menjelaskan bahwa agar masyarakat mau melakukan pembiayaan di lembaga keuangan, maka pihak lembaga keuangan tersebut memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada calon nasabah. Balas jasa tersebut dapat berupa tingkat margin, pelayanan prima, jaminan keamanan atas tabungannya, hadiah, dan balas jasa lainnya. Hal ini menjelaskan bahwa jaminan keamanan dan suku bunga menjadi salah satu faktor yang menarik minat nasabah. Jaminan keamanan yang dimaksud yaitu Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) yang berfungsi untuk menjamin simpanan nasabah. Ketertarikan nasabah atau masyarakat yang ingin melakukan pembiayaan di BMT selain alasan keamanan atas simpanan nasabah, mereka juga mengharapkan tingkat margin yang rendah. Dengan harapan bahwa dengan margin yang rendah dalam pembiayaan, maka tingkat pengembalian yang akan diterima nasabah menjadi lebih kecil. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat margin sangat mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembiayaan. Pengaruh margin juga pernah dibuktikan oleh (Aini, 2015) dengan hasil positif dan signifikan bahwa margin berpengaruh dalam pengambilan pembiayaan *murabahah*.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data kuantitatif yang berbentuk kuesioner. Metode kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Pendekatan kuantitatif adalah untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrument penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik. (Juliansyah, 2012).

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan Jl. Raya Solo, Kb. Dalem Kidul Kec. Prambanan, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57454, (0274) 4497609. Waktu pelaksanaan penelitian pada bulan oktober sampai November 2017.

#### **C. Obyek Penelitian**

Obyek penelitian adalah nasabah Pembiayaan *Murabahah* di BMT Tamzis Cabang Prambanan.

#### **D. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

(Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah nasabah yang menggunakan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki ciri yang sama dengan populasi. (Purwanto, 2010) Misalnya penentuan sampel dengan melihat ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang berkaitan dengan populasi yang ada. Sampel pada penelitian ini diambil dari nasabah yang menggunakan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS prambanan. Banyak sampel yang diambil berjumlah 60 responden.

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Purposive sampling merupakan cara pengambilan sampel dengan cara mengambil orang-orang yang dipilih betul peneliti menurut ciri-ciri khusus. Adapun untuk ciri-cirinya yaitu beragama Islam, nasabah yang sudah melakukan pembiayaan lebih dari 1 tahun.

#### **E. Sumber Data**

Berdasarkan sumbernya, data dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data Primer: data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. (Yusi Syahirman, 2009) data primer yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data dalam hal objek penelitian. Data primer juga disebut data asli atau data baru. Adapun yang digunakan sumber data dalam hal ini yaitu dari nasabah dari *Baituttamwil* TAMZIS yang berupa jawaban terhadap pertanyaan dalam angket yang sudah dipersiapkan sebelumnya melalui quisioner
2. Data Sekunder: data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian, tetapi dari pihak lain yang mempunyai informasi data yang diperlukan yang berhubungan dengan objek penelitian. Pada umumnya berupa bukti-bukti tertulis dalam arsip dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi. (Yusi Syahirman, 2009).

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Kuisisioner**

Data dapat dikumpulkan dengan cara memberikan kuisisioner. Kuisisioner adalah pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Responden dapat memberikan jawaban dengan memberi tanda pada salah satu atau beberapa jawaban yang telah disediakan, atau dengan menulis jawaban. (Rounny, 2007) Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada nasabah pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* Tamzis cabang Prambanan. Penulis akan menyebarkan kuisisioner, menjelaskan tujuan penelitian secara singkat dan menjelaskan cara pengisian kuisisioner agar memperbanyak jumlah pengembalian kuisisioner dan memperkecil tingkat kesalahan dalam mengisi kuisisioner.

### **2. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain. (Soemantri Anting, 2011).

## **G. Variabel Penelitian**

Teknik pengumpulan data dimaksudkan untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data atau mencari informasi. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

### **1. Variabel Dependent (Y)**

Variabel dependen kadang kadang disebut juga variabel terikat karena variabel ini terikat pada variabel independen. Variabel dependen adalah hasil dari variabel independen (perlakuan). Dengan kata lain, output yang dihasilkan dari suatu penelitian eksperimen dilihat pada variabel

dependennya. (Soemantri Anting, 2011) Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengambilan pembiayaan *Murabahah*

## 2. Variabel Independent (X)

Variabel independen adalah variabel perlakuan atau variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Dalam konsep variabel bebas ditemukan bahwa variabel ini menjadi sebab hadirnya atau timbulnya variabel terikat. (Idrus, 2007) Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi nasabah mengenai pembiayaan dan margin.

## H. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket dan dokumentasi. Dalam penyusunan instrumen penelitian menagadopsi pertanyaan dari beberapa jurnal ilmiah dan buku yang telah disesuaikan dengan kebutuhan serta mengembangkan sendiri dari kajian teori. Penyusunan instrumen ini terdiri dari beberapa bagian yakni sebagai berikut:

1. Bagian pertama, berisi tentang data diri responden yang terdiri dari nama, jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, dll.
2. Bagian kedua, pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini diadaptasi dari jurnal ilmiah serta beberapa buku dan penelitian lain yang telah disesuaikan dengan kebutuhan. Pengukuran yang digunakan pada nasabah memilih pembiayaan di *Baituttamwil TAMZIS* cabang Prambanan adalah scoring atau penilaian berdasarkan banyaknya jumlah pertanyaan yang dijawab dengan tepat oleh responden.
3. Bagian ketiga, pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini diadaptasi dari jurnal ilmiah serta beberapa buku dan penelitian lain yang telah disesuaikan dengan kebutuhan. Pengukuran atau penilaian dalam pertanyaan nasabah memilih pembiayaan di *Baituttamwil TAMZIS* yang berisikan angka 1-10. Responden diminta mencoret/memberi

tanda pada angka/nilai yang dianggap mewakili (Nugroho A. P., 2015). Contoh:

**Tabel 3.2**  
**Contoh Pengukuran Kuesioner**

| No | Item   | Jawaban  |
|----|--|--|
| 1  | Nasabah yang melakukan pembiayaan <i>Murabahah</i> di <i>Baituttamwil Tamzis</i> Cabang Klaten | <p style="text-align: center;">1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</p> <p style="text-align: center;">—————→</p> <p>Tidak <span style="float: right;">Sangat</span></p> <p>Setuju <span style="float: right;">Setuju</span></p> |

**Tabel 3.3**  
**Kisi-Kisi Instrumen Variabel Persepsi Pembiayaan *Murabahah*, Margin dan Pengambilan Pembiayaan**

| Variabel                              | Indikator                               | indikator                 | Item   |
|---------------------------------------|---|---------------------------|--------|
| (Prabowo, 2012)                       | Persepsi                                | Kesan                     | 1-6    |
| (StephenP, 2001)                      | Pembiayaan <i>Murabahah</i>             |                           |        |
| (Sumiyanto, 2008)                     | Margin                                  | Besaran Margin            | A14-16 |
| Maholtra (1999) dalam (Nugroho, 2015) | Pengambilan Pembiayaan <i>Murabahah</i> | <i>Frecuency of usage</i> | A-8    |
|                                       |   | <i>Duration of usage</i>  | A10    |

sumber : data primer diolah 2017

## I. Uji Intrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur (Sugiyono, 2007). Suatu tes dikatakan mempunyai validitas yang tinggi bila alat ukur tersebut memberi hasil ukur yang sesuai dengan pengukurannya. Analisis validitas yang digunakan adalah uji korelasi produk momen yang dikemukakan oleh Pearson, dalam menguji validitas peneliti

menggunakan bantuan aplikasi software SPSS 21. Pengujian validitas memakai teknik korelasi *Product Moment*. R tabel untuk 60 responden adalah 0,254. Ringkasan hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Uji Validitas variabel Persepsi**

| Item         | R-Hitung | R tabel | Keterangan |
|--------------|----------|---------|------------|
| Pernyataan 1 | 0.861    | 0,254   | Valid      |
| Pernyataan 2 | 0.881    | 0,254   | Valid      |
| Pernyataan 3 | 0.797    | 0,254   | Valid      |
| Pernyataan 4 | 0.877    | 0,254   | Valid      |
| Pernyataan 5 | 0.871    | 0,254   | Valid      |
| Pernyataan 6 | 0.760    | 0,254   | Valid      |

Sumber : data primer 2017

Hasil uji validitas pada variabel pendapatan menggunakan SPSS 21 terhadap 60 responden yang diambil secara acak, dari data yang diperoleh dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pada variabel persepsi dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari keseluruhan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,254).

**Tabel 3.5 Uji Validitas variabel Pembiayaan**

| Item         | R-Hitung | R tabel | Keterangan |
|--------------|----------|---------|------------|
| Pernyataan 1 | 0.872    | 0,254   | Valid      |
| Pernyataan 2 | 0.753    | 0,254   | Valid      |

Sumber : data primer 2017

Hasil uji validitas pada variabel pembiayaan menggunakan SPSS 21 terhadap 60 responden yang diambil secara acak, dari data yang diperoleh dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pada variabel pembiayaan dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari keseluruhan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,254).

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsisten atau kesetabilan dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan. Suatu kuesioner dikatakan stabil apabila kuesioner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep atau konstruk dari suatu kondisi ke kondisi yang lain (Santosa & Ashari, 2005)

Setelah kuesioner dinyatakan valid, selanjutnya akan diuji reliabilitasnya. Tujuan dari pengujian reabilitas ini adalah untuk menguji apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden benar-benar dapat diandalkan sebagai alat pengukur. Pengujian ini hanya dilakukan pada butir-butir pertanyaan yang sudah di uji validitasnya dan telah dinyatakan butir yang valid. Untuk mengetahui tingkat reliabilitas item digunakan rumus *Alpha Cronbach's*. Suatu instrument dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 (Hair, 2006).

**Tabel 3.6 Uji Reliabilitas**

| Variabel            | Nilai<br><i>Cronbach</i><br><i>Alpha</i> | Ketentuan Nilai<br><i>Cronbach Alpha</i> | Status   |
|---------------------|--|--|----------|
| Persepsi<br>Nasabah | 0.913                                    | 0,6                                      | Reliabel |
| Pembiayaan          | 0.723                                    | 0,6                                      | Reliabel |

Sumber : data primer 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas seperti pada tabel 3.6 diatas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha pada masing-masing variabel mendapatkan nilai lebih besar dari 0,6 maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliable. Dengan mengacu pada pendapat yang dikemukakan diatas, maka butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.



## J. Analisis Data

### 1. Asumsi Klasik

Merupakan untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastitas.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi *normal* atau tidak. Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Priyanto, 2006). Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P-plot, Skewness dan Kurtosis atau uji Kolomogorov-Sirnov. Pada uji normal P-plot jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Pada uji Kolomogorov-Smirnov dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal bila nilai residual yang dihasilkan diatas nilai signifikansi yang ditetapkan. (Kurniawan, 2014).

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independent dalam model regresi (Priyanto, 2006). Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,060.

c. Uji Heteroskedastisitas

heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah data mempunyai variansi yang sama diantara data tersebut. Data yang diharapkan adalah yang memiliki variansi yang sama dan disebut homoskedastisitas. Sedangkan jika tidak sama disebut heteroskedastisitas (Nisfianoor, 2009). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik Plots antara prediksi variabel dependen , yaitu ZPRED (sumbu X) dengan residunya SPREID ( sumbu Y). Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit). Maka telah mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas atau teratur serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Nisfianoor, 2009).

d. Uji Linieritas

Uji Linieritas digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel yang dijadikan predictor (variabel bebas) mempunyai hubungan yang linier atau tidak dengan variabel terikatnya. Pengujian linieritas dilakukan dengan menggunakan rumus. (Sutrisno Hadi, 1994, hal 14 )

$$F_{reg} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

Keterangan:

$F_{reg}$  = harga F hitung garis regresi

$RK_{reg}$  = rerata kuadrat regresi

$RK_{res}$  = rerata kuadrat residu

Harga F hitung kemudian dikonsultasikan dengan F tabel dengan taraf signifikan 5%. Hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dinyatakan linier apabila harga F hitung lebih kecil dari pada F tabel.

## 2. Regresi Berganda

Gujarati (2003) dalam (Ghozali, 2005) menjelaskan bahwa secara umum analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2005, hal. 81).

Analisis regresi digolongkan menjadi dua macam, yaitu regresi sederhana, dan regresi berganda. Regresi sederhana adalah pengaruh antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen saja. Sedangkan regresi berganda adalah pengaruh yang didapatkan dari dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel independen (Wahana Komputer, 2005, hal. 32).

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda (*multiple regression*). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (pengambilan pembiayaan *murabahah*) terhadap variabel dependen yaitu persepsi pembiayaan *murabahah* dan margin.

Adapun regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Y = pengambilan pembiayaan *Murabahah*

$\alpha$  = Kostanta regresi

X1 = persepsi anggota mengenai pembiayaan

X2 = margin

### a. Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual dalam menerangkan variabel *dependen*. Pengujian dilakukan dengan

menggunakan *significance level* 0,05 dan 0,10 ( $\alpha=5\%$ ,  $\alpha=10\%$ ).  
Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis operasional yaitu  $H_0$  dan  $H_a$ 
    - a)  $H_0$ : tidak ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)
    - b)  $H_a$ : ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)
  - 2) Menetapkan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yaitu  $\alpha = 5\%$ 
    - a) Jika  $p \geq \alpha$  :  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
    - b) Jika  $p < \alpha$  :  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
  - 3) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  atau  $> 0,10$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel *independen* tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen*. (Ayu Septi Anggraeni 2011 : 55-57)
  - 4) Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  atau  $\leq 0,10$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara parsial variabel *independen* tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen*.
  - 5) Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu pada program *SPSS 21 for windows*.
- a. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji keseluruhan dilakukan dengan menghitung koefisien-F. Koefisien F selanjutnya dikonfirmasi dengan F-tabel pada derajat kebebasan dan taraf kesalahan tertentu. Apabila F-hitung lebih besar dari F-tabel maka dapat disimpulkan bahwa kelompok-kelompok yang dibandingkan secara keseluruhan berbeda secara signifikan. Sebaliknya bila F-hitung lebih kecil dari F-tabel maka dapat disimpulkan bahwa kelompok-kelompok yang dibandingkan secara keseluruhan tidak berbeda secara signifikan. (Purwanto, 2008)

Langkah pengujiannya sebagai berikut:

1) Membuat Fomulasi Hipotesis

- a) Ho: Tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b) Ha: Ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

2) Menetapkan Taraf Signifikan dan Kriteria Pengujian

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5 % sehingga kriteria pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- a) Ho diterima jika probabilitas  $\geq \alpha$ , atau jika thitung  $< t$  tabel
- b) Ho ditolak jika probabilitas  $\leq \alpha$ , atau jika thitung  $> t$  table

3) Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistik yang dipergunakan, yaitu pada program SPSS 17.0 for *windows*

4) Mengambil kesimpulan seperti yang tertera pada poin a dan b.

b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel terikat bias bisa jelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel bebas. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi, peneliti dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel terikat. Semakin nilai  $R^2$ , maka semakin baik model tersebut.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil *Baituttamwil* TAMZIS Cabang Prambanan**

##### 1. Sejarah *Baituttamwil* TAMZIS

*Baituttamwil* TAMZIS dibentuk oleh sekelompok anak muda terdidik pada tahun 1992 di kecamatan Kertek Wonosobo Jawa Tengah. Modal yang kecil, pengalaman yang minim serta letak geografis yang relatif berada bukan di sentra kegiatan ekonomi tidak menyurutkan tekad anak-anak muda ini untuk membangun perekonomian yang lebih adil sesuai syariah. Pada tanggal 14 November 1994, *Baituttamwil* TAMZIS mendapat status badan hukum dengan nomor 12277/B.H/VI/XI/1994 dari Departemen Koperasi.

Berkat ketekunan, keyakinan dan kemampuannya berkomunikasi dengan masyarakat dan berbagai pihak, TAMZIS kini memiliki lebih dari seratus ribu anggota. Pelayanan kepada anggota yang semula hanya di garasi pengurusnya kini telah memiliki kantor pusat yang representatif dengan beberapa kantor cabang dan kantor cabang pembantu. Pada tahun 2003 dengan prestasi dan kinerja yang terus meningkat, TAMZIS mendapat izin dari Kementerian Koperasi Republik Indonesia untuk membangun cabang secara nasional di berbagai kota di Indonesia. Selain di Wonosobo, TAMZIS saat ini memiliki kantor di Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Sleman, Bantul, Klaten, Banjarnegara, Purwokerto, Temanggung, Magelang, Purbalingga, Cilacap, Cimahi dan akan terus mengembangkan diri ke kota-kota lain di Indonesia.

Salah satu kota yang jadi perluasan cabang TAMZIS dalam rangka melayani ummat adalah kota Klaten. Selain menjadi daya tarik objek wisata nasional, Klaten juga banyak sektor pertanian, perdagangan. Tidak heran perputaran uang yang berada di daerah ini sangat potensial. Karena daya tarik dari pertanian menjadi klaten

terkenal dengan beras Delanggu yang sudah banyak didistribusikan ke berbagai kota. Fokus TAMZIS yang bergerak dalam mendanai pembiayaan usaha mikro disambut baik oleh masyarakat yang khususnya berada di pasar-pasar tradisional. Pada tanggal 2 November 2009 yang terletak di Prambanan menjadi awal pilihan bagi pengusaha mikro untuk mendapatkan pembiayaan produktif dengan melepaskan cengkaman tengkulak. Pembiayaan yang digulirkan kepada masyarakat kecil diawali pada tanggal 15 November 2009. Pembiayaan ini sangat meringankan pengusaha kecil untuk mengakses dana yang mereka sulit untuk dapatkan melalui lembaga keuangan seperti Bank. Sampai saat ini jumlah anggota yang terdaftar di TAMZIS berjumlah lebih dari 1000 jiwa. Pembiayaan ini telah dapat menyebar ke hampir seluruh pasar tradisional yang ada di Klaten. (BMT, 2017)

## 2. Visi dan Misi *Baituttamwil* TAMZIS

### a. Visi

”Menjadi lembaga keuangan mikro syariah utama, terbaik dan terpercaya”

### b. Misi

Membantu dan memudahkan masyarakat mengembangkan kegiatan ekonomi produktifnya. Mendidik masyarakat untuk jujur, bertanggungjawab, profesional dan bermartabat. Menjaga kesucian ummat dari praktek riba yang menindas dan dilarang agama. Membangun dan mengembangkan sistem ekonomi yang adil, sehat dan sesuai syariah. Menciptakan sistem kerja yang efisien dan inovatif.

### c. Pelayanan

Dengan prinsip ingin menciptakan kemudahan pengembangan ekonomi, TAMZIS melayani anggota dan masyarakat dengan sistem jemput bola. Pembayaran dan

pengumpulan dana dapat dilakukan di tempat anggota. Selain itu proses pencarian dana diusahakan secepat dan sepraktis mungkin dengan tetap berpegang pada azas profesionalitas.

Untuk menjamin keamanan dana dan surat-surat berharga milik anggota, dari pencurian, kebakaran atau musibah lainnya, semua kantor TAMZIS dilengkapi brankas dan peralatan standar perbankan lainnya.

Sebagai bagian dari pelayanan kepada masyarakat, manajemen TAMZIS menggunakan sistem informasi secara integral (*Integrated Accounting System*) yang memadukan program simpanan dan pembiayaan dengan program pembukuan sehingga mampu menampilkan informasi keuangan baik neraca maupun laba rugi secara cepat dan akurat.

Dengan prinsip ingin menciptakan kemudahan pengembangan ekonomi, TAMZIS melayani anggota dan masyarakat dengan sistem jemput bola. Pembayaran dan pengumpulan dana dapat dilakukan di tempat anggota. Selain itu proses pencarian dana diusahakan secepat dan sepraktis mungkin dengan tetap berpegang pada azas profesionalitas. (BMT, 2017)

### 3. Produk Pembiayaan

#### a. Pembiayaan Mikro Syariah

Pembiayaan mikro syariah adalah produk pembiayaan yang diperuntukkan bagi pengusaha mikro syariah sebagai tambahan modal dan investasi usaha. Karakteristik pembiayaan mikro syariah antara lain :

- 1) Usaha yang digunakan sudah berjalan minimal satu tahun.
- 2) Diutamakan untuk pedagang di pasar
- 3) Batas jumlah pembiayaan yang diberikan kurang dari Rp. 10.000.000,-



4) Produk pembiayaan ini menggunakan akad *mudharabah muqayadah* dan *murabahah*

5) Bagi hasil yang kompetitif dan menguntungkan.

b. Pembiayaan Ikhtiar Utama Syariah

Pembiayaan ini diperuntukkan bagi usaha yang lebih luas dari pembiayaan mikro syariah. Pembiayaan ikhtiar utama menggunakan beberapa prinsip akad seperti akad *mudharabah*, *murabahah*, *kafalah*, dan *ijarah*. Jumlah pembiayaan yang diberikan lebih dari Rp. 10.000.000,-. Pembiayaan ini mempunyai bagi hasil yang kompetitif dan menguntungkan. Jenis pembiayaan ikhtiar syariah antara lain :

1) Pembiayaan Usaha Bagi hasil (*Mudharabah*)

Produk pembiayaan usaha bagi hasil adalah produk pembiayaan yang diberikan kepada anggota dengan semua modal berasal dari *Baituttamwil* Tamzis dan keuntungan yang diperoleh dari hasil usaha pembagian keuntungan (*nisbah*) disepakati bersama diawal. Pembiayaan ini menggunakan akad *mudharabah* dan diperuntukkan bagi usaha produktif yang memiliki keuntungan yang baik. Pembiayaan ini dirancang khusus bagi anggota yang berkeinginan untuk mengembangkan usahanya supaya lebih maju dengan pola bagi hasil sehingga ada unsur keadilan dalam kerjasama. Pembiayaan ini disesuaikan dengan kebutuhan dana anggota dengan pola pengembalian secara angsuran sesuai jangka waktu yang disepakati.

2) Pembiayaan Jual Beli atau Pengadaan Barang (*Murabahah*)

Pembiayaan jual beli atau pengadaan barang diperuntukkan membantu anggota yang membutuhkan barang untuk keperluan perdagangan, alat produksi ataupun konsumsi. Pembiayaan ini dirancang khusus bagi anggota yang berkeinginan memiliki suatu barang untuk memenuhi

kebutuhannya dan mendukung perkembangannya. *Baituttamwil* Tamzis terlebih dahulu membeli barang – barang yang dikehendaki anggota sesuai spesifikasi yang diinginkan. Setelah barang didapat, barang akan dijual kepada anggota tersebut dengan pola angsuran atau tunai sesuai dengan harga yang telah disepakati dan jangka waktu yang diinginkan. Setelah penandatanganan akad, barang – barang akan langsung menjadi milik anggota. Pembiayaan ini menggunakan akad *murabahah* dimana BMT Tamzis sebagai penjual dan anggota sebagai pembeli. Salah satu BMT yang megimplementasikan pembiayaan *murabahah* dalam jumlah besar yaitu *Baituttamwil* TAMZIS Bina Utama cabang Prambanan, Pada *Baituttamwil* TAMZIS ini mayoritas nasabahnya yaitu pedagang yang mengambil pembiayaan *murabahah* dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan salah satu karyawan TAMZIS menjelaskan bahwa adanya peningkatan jumlah nasabah dari tahun ketahun hal tersebut dipengaruhi faktor mudahnya pencairan dana dari *Baituttamwil* TAMZIS. Pada tahun ini 2017 jumlah dana yang disalurkan berkisar Rp. 400.000.000. untuk pembiayaan *murabahah*. Jumlah dana yang disalurkan meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Sedangkan pada tahun sebelumnya (2016) hanya berkisaran Rp. 300.000.000.

### 3) Pembiayaan Sewa (*Ijarah*)

Pembiayaan sewa ini dirancang khusus bagi anggota yang berkeinginan menggunakan suatu barang untuk memenuhi kebutuhannya atau mendukung pengembangan usahanya tetapi tidak berniat untuk memiliki barang tersebut. BMT Tamzis dalam hal ini menyediakan barang sesuai dengan yang diinginkan anggota, kemudian TAMZIS menyewakan kepada anggota dengan pembayaran sewa secara angsuran

sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Pembiayaan sewa menggunakan akad Ijarah .

4) Pembiayaan Jasa ( *Kafalah*)

Pembiayaan jasa dirancang khusus bagi anggota yang berkeinginan untuk memenuhi kebutuhan berkaitan dengan pendidikan, kesehatan ataupun sosial yang lain tetapi anggota belum mempunyai dana tunai. TAMZIS disini menyediakan dana tunai dan akan melakukan pekerjaan pengurusan tersebut sehingga TAMZIS berhak atas apa yang disebut sebagai upah atas kerja kepengurusannya itu. Besaran upah disepakati diawal dan dinyatakan dalam bentuk nominal. Pola angsuran sesuai dengan kespakatan antara Tamzis dan anggota.

5) Pembiayaan Talangan Haji

Pembiayaan porsi haji TAMZIS merupakan pinjaman dana dari Tamzis kepada anggota khusus untuk menutupi kekurangan dana untuk memperoleh seat/ porsi haji. Tamzis akan membantu mengurus perelohan porsi haji anggota lewat bank yang ditunjuk oleh Kementerian Agama sebagai jasa untuk pengurusan itu anggota membayar ujroh atau sering disebut *fee* (biaya) kepada pengurus Tamzis. Pembiayaan talangan haji Tamzis menggunakan akad ijarah wal qardh. Tamzis akan membantu menjelaskan kepada anggota mengenai proses untuk mendapatkan porsi haji. (BMT, 2017)

## **B. Analisis Data**

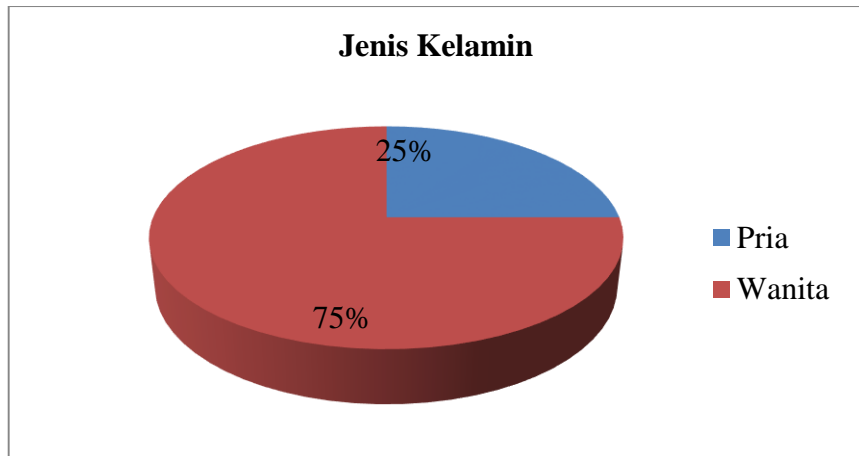
Untuk mengetahui karakteristik responden pada penelitian ini digunakan analisis persentase. Ringkasan hasil analisis diskriptif statistik yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin nasabah di *Baituttamwil* TAMZIS, adalah responden pria yaitu 15responden atau sebanyak 25% dan perempuan yaitu 45 responden atau 75%, dapat dilihat pada diagram berikut ini:

**Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

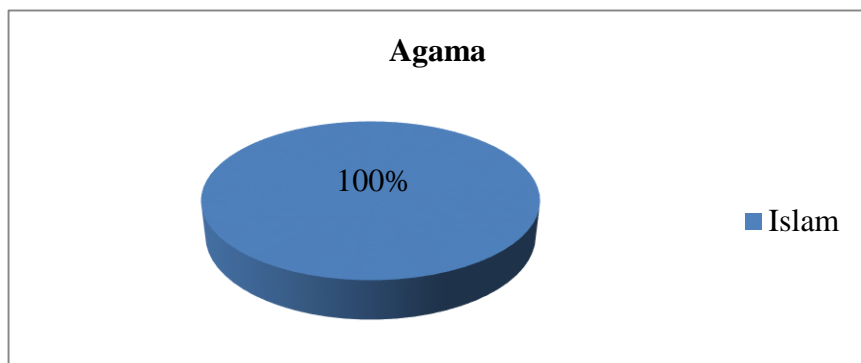


Sumber : data primer 2017

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Agama

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan Agama nasabah di *Baituttamwil* TAMZIS, adalah semua beragama Islam.

**Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Agama**

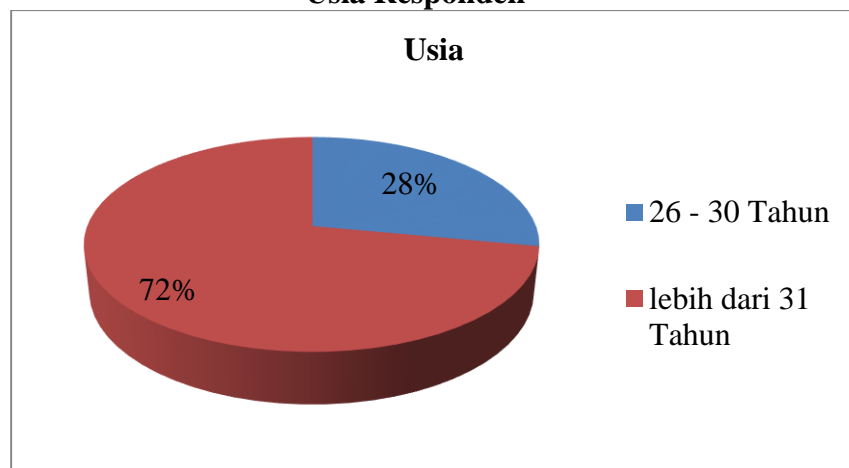


Sumber : data primer 2017

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan Usia nasabah di *Baituttamwil* TAMZIS, diperoleh jumlah responden usia 26 - 30 tahun sebanyak 17 responden (28%) dan responden usia lebih dari 31 tahun sebanyak 43 responden (72%). Adapun distribusi frekuensi responden dapat dilihat pada diagram berikut ini:

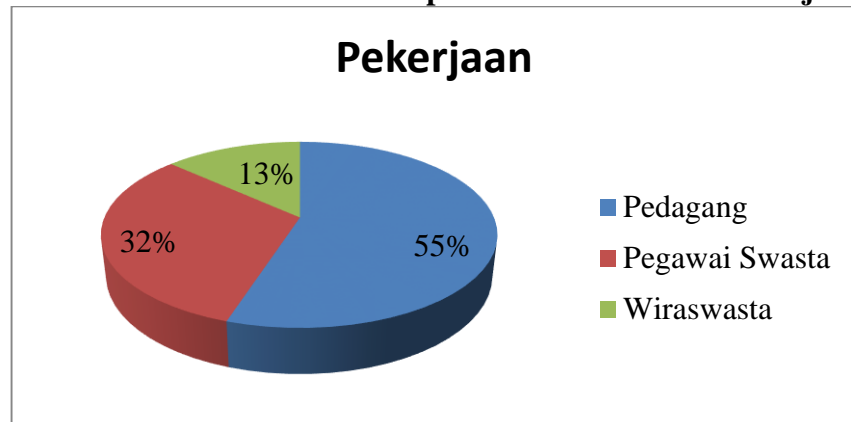
**Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden**



d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan nasabah di *Baituttamwil* TAMZIS, diperoleh jumlah responden dengan pekerjaan pedagang sebanyak 33 responden (55%), responden dengan pekerjaan pegawai swasta sebanyak 19 responden (32%) dan responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 8 responden (13%). Adapun distribusi frekuensi responden dapat dilihat pada diagram berikut ini:

**Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

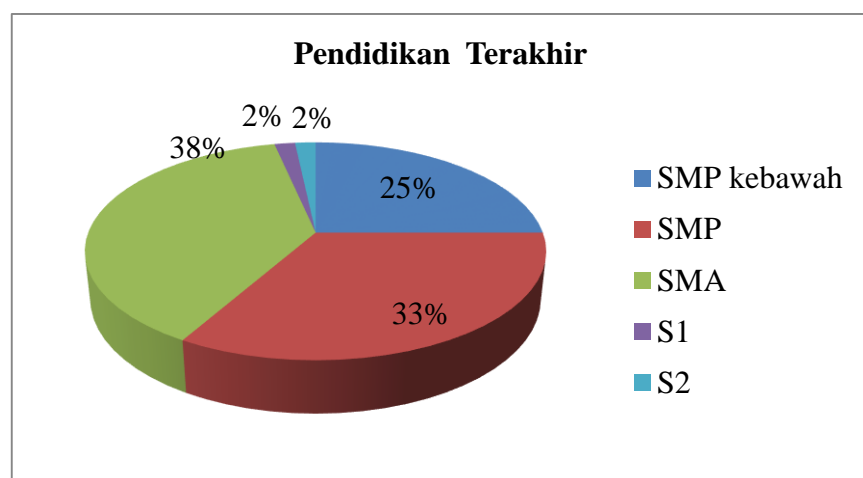


Sumber : data primer 2017

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir nasabah di *Baituttamwil* TAMZIS, diperoleh jumlah responden dengan pendidikan terakhir SMP kebawah sebanyak 15 responden (25%), SMP sebanyak 20 responden (33%), SMA sebanyak 23 (38%), responden dengan pendidikan terakhir S1 sebanyak 1 (2%), responden dengan pendidikan terakhir S2 sebanyak 1 (2%). Adapun distribusi frekuensi responden dapat dilihat pada diagram berikut ini:

**Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

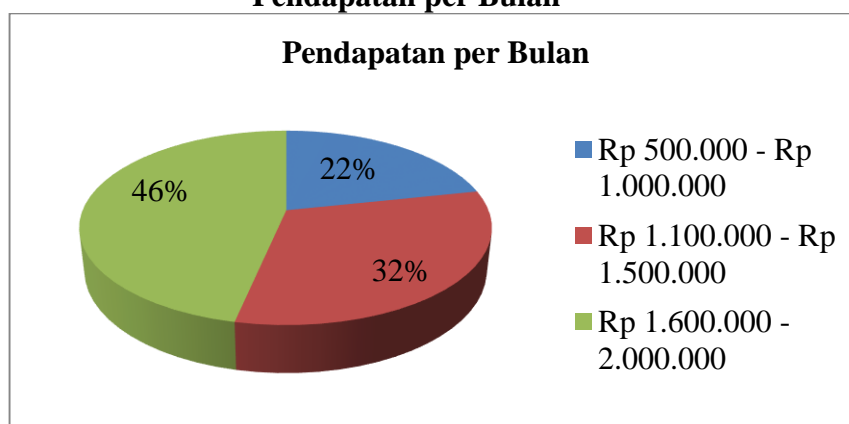


Sumber : data primer 2017

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan nasabah di *Baituttamwil* TAMZIS, diperoleh responden dengan pendapatan per bulan Rp 500.000-Rp 1.000.000 sebanyak 13 responden (22%), Rp 1.100.000 – Rp 1.500.000 sebanyak 19 responden (32%), Rp 1.600.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 28 responden (46%). Adapun distribusi frekuensi responden dapat dilihat pada diagram berikut ini:

**Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan**



Sumber : data primer 2017

g. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah menjadi Nasabah *Baituttamwil* TAMZIS

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan sebelumnya pernah menjadi nasabah di *Baituttamwil* TAMZIS, adalah semua pernah.

**Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Berdasarkan Pernah menjadi nasabah**

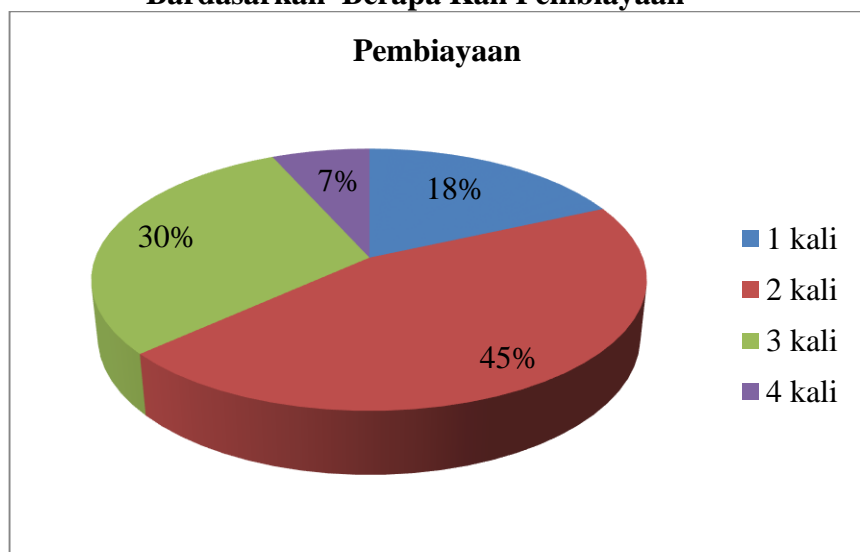


Sumber : data primer 2017

h. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa kali Pembiayaan

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan berapa kali pembiayaan di *Baituttamwil* TAMZIS, diperoleh responden dengan pembiayaan 1 kali sebanyak 11 responden (18%), 2 kali sebanyak 27 responden (45%), 3 kali sebanyak 18 responden (30%) dan 4 kali sebanyak 4 responden (7%). Adapun distribusi frekuensi responden dapat dilihat pada diagram berikut ini:

**Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Berdasarkan Berapa Kali Pembiayaan**

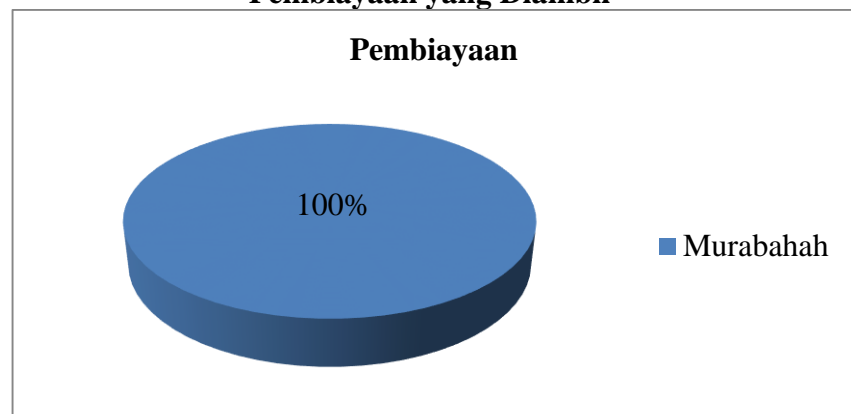


Sumber : data primer 2017



- i. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembiayaan yang Diambil
- Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pembiayaan yang diambil nasabah di *Baituttamwil* TAMZIS, adalah semua mengambil *Murabahah*

**Gambar 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembiayaan yang Diambil**

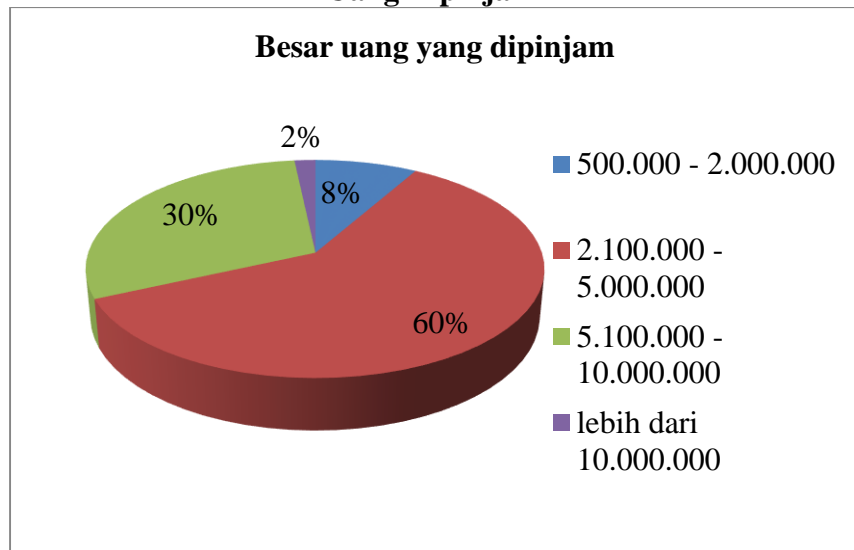


Sumber : data primer 2017

- j. Karakteristik Responden Berdasarkan besar Uang

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan besar uang yang dipinjam nasabah di *Baituttamwil* TAMZIS, diperoleh responden dengan besar per bulan Rp 500.000-Rp 2.000.000 sebanyak 5 responden (8%), Rp 2.100.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 36 responden (60%), Rp 5.100.000 – Rp 10.000.000 sebanyak 18 responden (30%), lebih dari Rp 10.000.000 sebanyak 1 responden (2%). Adapun distribusi frekuensi responden dapat dilihat pada diagram berikut ini:

**Gambar 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Besar Uang Dipinjam**

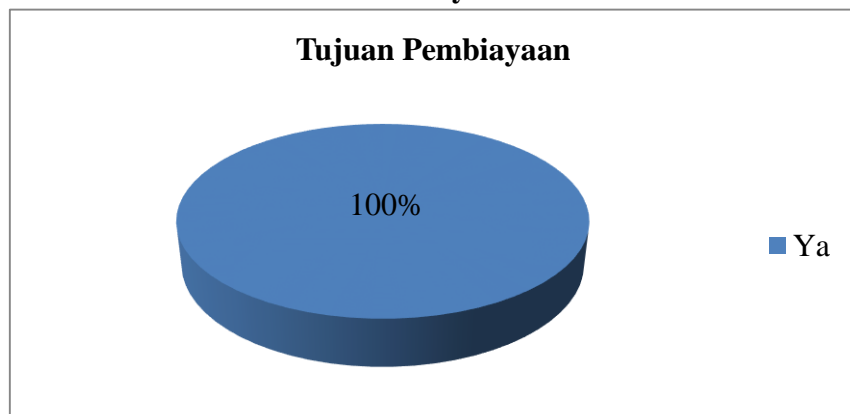


Sumber : data primer 2017

k. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pembiayaan

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan tujuan pembiayaan nasabah di *Baituttamwil* TAMZIS, adalah semua Ya.

**Gambar 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pembiayaan**



Sumber : data primer 2017

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembiayaan di Tempat Lain  
Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pembiayaan nasabah di tempat lain, adalah semua Tidak.

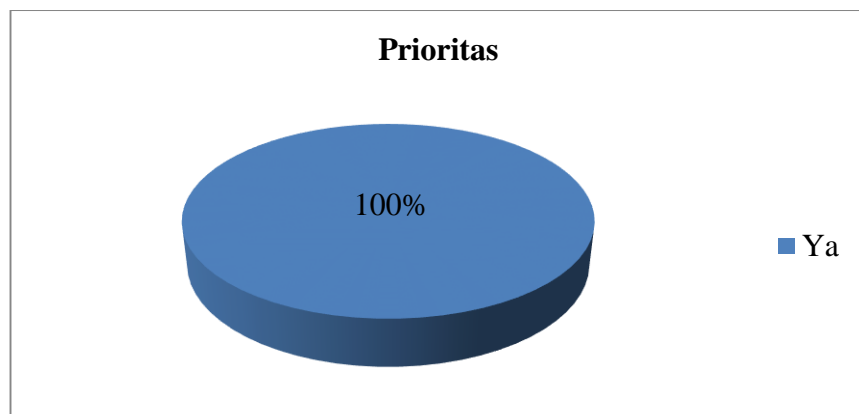
**Gambar 4.13 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembiayaan Tempat Lain**



Sumber : data primer 2017

- m. Karakteristik Responden Berdasarkan Prioritas  
Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan prioritas di *Baituttamwil* TAMZIS, adalah semua Ya.

**Gambar 4.14 Karakteristik Responden Berdasarkan Prioritas**

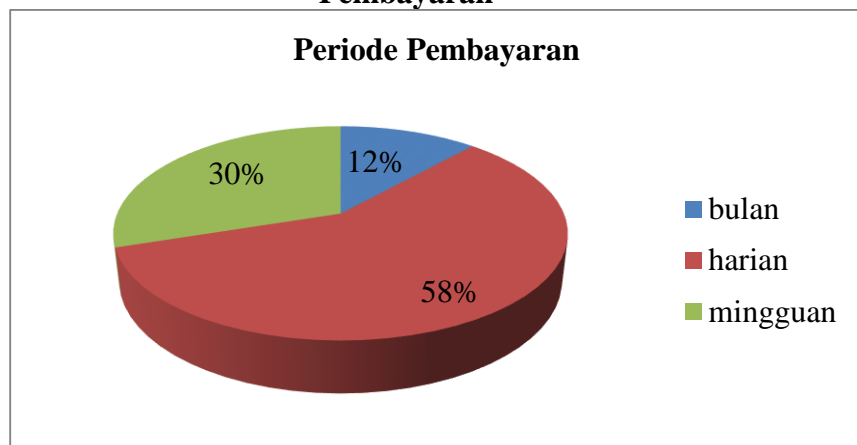


Sumber : data primer 2017

n. Karakteristik Responden Berdasarkan Periode Pembayaran

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan periode pembayaran margin di *Baituttamwil* TAMZIS, diperoleh responden dengan periode bulan sebanyak 7 responden (12%), harian sebanyak 35 responden (58%), mingguan sebanyak 18 responden (30%). Adapun distribusi frekuensi responden dapat dilihat pada diagram berikut ini:

**Gambar 4.15 Karakteristik Responden Berdasarkan Periode Pembayaran**

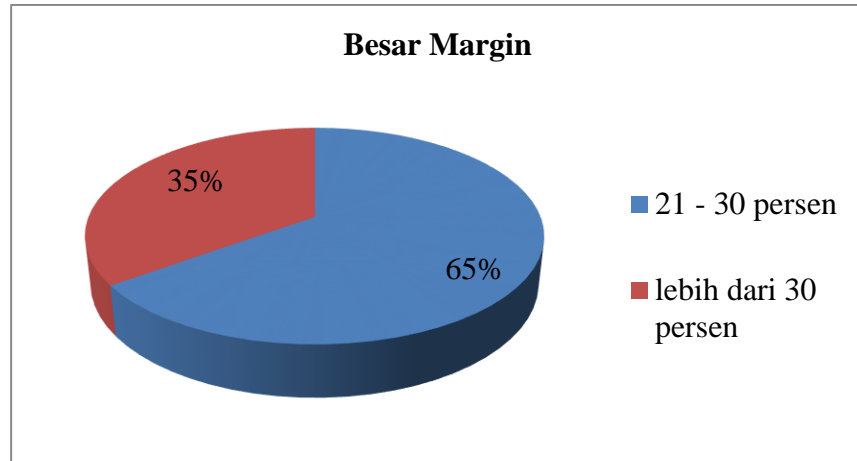


Sumber : data primer 2017

o. Karakteristik Responden Berdasarkan Besar Margin

Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti kepada nasabah dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan besarmargin di *Baituttamwil* TAMZIS, diperoleh responden dengan besar margin 21 – 30 % sebanyak 39 responden (65%), lebih dari 30 % sebanyak 21 responden (35%). Adapun distribusi frekuensi responden dapat dilihat pada diagram berikut ini:

**Gambar 4.16 Karakteristik Responden Berdasarkan Besaran Margin**



Sumber : data primer 2017

## 2. Analisis Deskripsi Variabel

Analisis deskripsi ini merupakan analisis terhadap variabel dependen dan variabel independen. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh data mengenai tanggapan responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian analisis terhadap variabel dependen dan independen dibagi menjadi tiga klasifikasi yaitu tinggi, cukup, rendah.

**Tabel 4.7 Deskriptif Variabel**

|                             | N  | Minimum | Maksimum | Rata-rata | Std. Deviasi |
|-----------------------------|----|---------|----------|-----------|--------------|
| Persepsi                    | 60 | 33      | 54       | 44.62     | 5.843        |
| Margin                      | 60 | 7       | 12       | 9.88      | 1.563        |
| Pembiayaan <i>Murabahah</i> | 60 | 2       | 8        | 4.50      | 1.308        |
| Valid N (listwise)          | 60 |         |          |           |              |

Sumber : data primer 2017

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh juga data mengenai tanggapan responden. Adapun data selengkapnya adalah sebagai berikut:

### a. Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Pembiayaan

Setelah dilakukan analisis deskriptif dengan SPSS 21 diperoleh hasil yang menjelaskan tanggapan responden terhadap variabel persepsi.

Skor minimum : 33  
 Skor maksimum : 54  
 Nilai SD ( $\sigma$ ) : 5,843  
 Mean : 44,62

Dengan klasifikasi

Tinggi :  $x \geq (44,62) + 1(5,843)$  atau:  **$X \geq 50,463$**   
 Sedang :  $(44,62) - 1(5,843) \leq x < (44,62) + 1(5,843)$  atau  
 :  **$38,777 \leq X < 50,463$**   
 Rendah :  $x \leq (44,62) - 1(5,843)$  atau:  **$X \leq 38,777$**

**Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi**

| <b>Tanggapan</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Persentasi(%)</b> |
|------------------|---------------|----------------------|
| Rendah           | 12            | 20                   |
| Sedang           | 11            | 18                   |
| Tinggi           | 37            | 72                   |
| <b>Total</b>     | <b>60</b>     | <b>100.0</b>         |

Sumber : data primer 2017

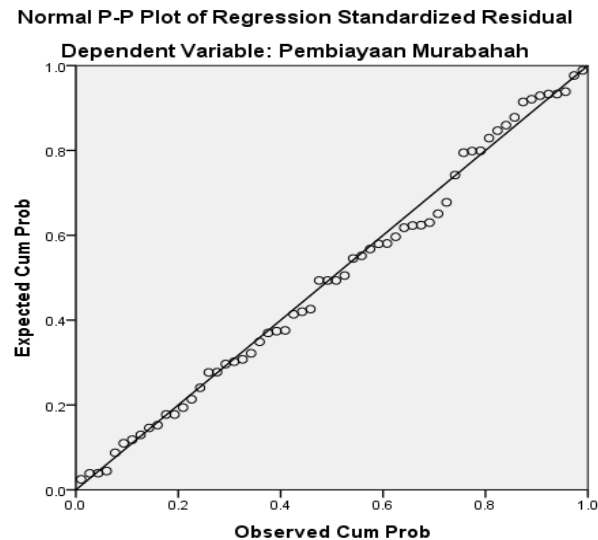
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel persepsi pada kategori tinggi yaitu sebanyak 37 orang atau sebesar 72,0%, diikuti kategori rendah sebanyak 12 orang atau 20,0%. Sedangkan sisanya dalam kategori sedang sebanyak 11 atau 18,0%. Berdasarkan kondisi tersebut, menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel persepsi termasuk kategori **Tinggi**.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji ini adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Gambar 4.17 Hasil P-Plot Uji Normalitas**



Berdasarkan hasil output spss diatas menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian kesimpulan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian terhadap asumsi klasik multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolonieritas hanya dapat dilakukan jika terdapat lebih dari satu variabel independen dalam model regresi. cara umum yang digunakan oleh peneliti untuk mendeteksi ada tidaknya problem multikolonieritas pada model regresi adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Faktor*). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* harus  $> 0.10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Hair, dkk dalam Latan (2013). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas**

| Model      | Colinearity Statistics |       |
|------------|------------------------|-------|
|            | Tolerance              | VIF   |
| (Constant) |                        |       |
| Persepsi   | .822                   | 1.216 |
| Margin     | .822                   | 1.216 |

Sumber : data primer 2017

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, dapat diketahui bahwa nilai tolerance  $> 0,1$  dan VIF  $< 10$ , dengan demikian model yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Suatu asumsi penting dari model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan (*disturbance*) yang muncul dalam regresi adalah homoskedastisitas, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian yang sama. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

| Coefficients |      |
|--------------|------|
| Model        | Sig  |
| (Constant)   | .603 |
| Persepsi     | .079 |
| Margin       | .944 |

Sumber : data primer 2017

Berdasarkan hasil output spss diatas menunjukkan bahwa data nilai sig.  $> 0,05$ , hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengambilan pembiayaan, berdasarkan masukan variabel independen persepsi dan margin.

d. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel Persepsi dan margin mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel



bebas (X1, X2) dengan variabel terikat (Y). Uji linieritas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan computer menggunakan program SPSS. Kriteria pengujian linieritas adalah apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 pada taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Hasil pengujian dengan menggunakan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas**

| Linearitas                              | F     | Sig   |
|---|-------|-------|
| Pengambilan<br>Pembiayaan *<br>Persepsi | 1.478 | 0.148 |
| Pengambilan<br>Pembiayaan *<br>Margin   | 1.197 | 0.323 |

Sumber : data primer 2017

Berdasarkan hasil output spss diatas menunjukkan bahwa data nilai sig. >0.05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji pengaruh persepsi nasabah dan margin terhadap pembiayaan *murabahah* pada *Baituttamwil* TAMZIS digunakan analisis regresi linear berganda. Dalam model analisis regresilinier berganda akan diuji secara simultan (uji F) maupun secara parsial (uji-t). Ketentuan uji signifikansi uji F dan uji t adalah sebagai berikut:

Menerima Ha: jika probabilitas  $(p) \leq 0,05$  artinya persepsi nasabah dan margin secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah*.

**Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

| Variabel      | B      | t hitung | Sig t | Keterangan |
|---------------|--------|----------|-------|------------|
| (Constant)    | -3.010 |          |       |            |
| Persepsi      | 0.125  | 5.293    | .000  | Signifikan |
| Margin        | 0.194  | 2.197    | .032  | Signifikan |
| F hitung      | 28,939 |          |       |            |
| Sig F         | 0.000  |          |       |            |
| Adj. R square | 0,458  |          |       |            |

Sumber : data primer 2017

$$Y = 1.061 + 0.065X_1 + 0.208 X_2 + 0.161 X_3 + 0.208 X_4 + e$$

- 1) Konstanta = -3.010

Artinya jika tidak ada variabel persepsi dan margin yang mempengaruhi pengambilan pembiayaan, maka pengambilan pembiayaan *Murabahah* nasabah sebesar -3.010 satuan.

- 2)  $\beta = 0,125$

Artinya jika variabel persepsi meningkat sebesar satu satuan maka pengambilan pembiayaan akan meningkat sebesar 0,125 satuan dengan anggapan variabel margin tetap.

- 3)  $\beta = 0,194$

Artinya jika variabel margin meningkat sebesar satu satuan maka pengambilan pembiayaan akan meningkat sebesar 0,194 satuan dengan anggapan variabel persepsi tetap.

- a. Uji Regresi Parsial (uji T)

- 1) Hipotesis 1

Ho : Persepsi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* pada *Baituttamwil* TAMZIS.

Ha : Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

pengambilan pembiayaan murabahah pada *Baituttamwil* TAMZIS.

Ho : jika sig. > 0,05 maka persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS

Ha : jika sig. < 0,05 maka persepsi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* pada *Baituttamwil* TAMZIS

Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas 0,000 ( $p \leq 0,05$ ) dapat disimpulkan bahwa menolak Ho dan menerima Ha, artinya persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* pada *Baituttamwil* TAMZIS, dengan demikian hipotesis 1 terbukti.

## 2) Hipotesis 2

Ho : Margin tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan murabahah pada *Baituttamwil* TAMZIS.

Ha : Margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan murabahah pada *Baituttamwil* TAMZIS.

Ho : jika sig. > 0,05 maka margin tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS

Ha : jika sig. < 0,05 maka margin berpengaruh signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* pada *Baituttamwil* TAMZIS

Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas 0,032 ( $p \leq 0,05$ ) dapat disimpulkan bahwa menolak Ho dan menerima Ha, artinya margin berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* pada *Baituttamwil* TAMZIS, dengan demikian hipotesis 1 terbukti.

b. Uji Regresi Simultan (uji F)

Ho : Persepsi dan Margin secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan murabahah pada *Baituttamwil* TAMZIS.

Ha : Persepsi dan Margin secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan murabahah pada *Baituttamwil* TAMZIS.

Berdasarkan Regresi Simultan, diperoleh nilai F-hitung sebesar 25,939 dengan probabilitas (p) = 0,000. Berdasarkan ketentuan uji F dimana nilai probabilitas (p)  $\leq$  0,05 dapat disimpulkan bahwa menolak Ho dan menerima Ha, artinya persepsi dan margin secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pembiayaan murabahah pada *Baituttamwil* TAMZIS, dengan demikian hipotesis 3 terbukti.

c. Koefisien Determinasi (adjust. R<sup>2</sup>)

Berdasarkan tabel menunjukkan besarnya koefisien determinasi (adjusted R square) = 0,458, artinya kemampuan variabel bebas (persepsi dan margin) dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya (pengambilan pembiayaan) adalah sebesar 45,8%. Sedangkan terdapat 54,2% (100%-45,8%) varians variabel terikat yang dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini..

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh persepsi pembiayaan *murabahah* terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan  
Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,000(0,000<0,05). Nilai tersebut dapat membuktikan Ha1 diterima, yang berarti bahwa “Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi nasabah tentang pembiayaan

terhadap pengambilan pembiayaan *Murabahah* di *Baituttamwil TAMZIS*".

Persepsi merupakan suatu proses yang melalui indera kemudian seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi dan pengalaman-pengalaman yang ada dan kemudian menafsirkannya untuk menciptakan keseluruhan gambaran yang berarti. Persepsi nasabah merupakan tanggapan terhadap pembiayaan *murabahah* yang ditawarkan oleh BMT, yang nantinya akan menjadi dasar keputusan mengajukan pembiayaan *murabahah* (Setiyarini, 2012). Persepsi nasabah terhadap pembiayaan dipengaruhi oleh pengetahuan nasabah terhadap *murabahah*. Persepsi dari setiap nasabah mempunyai implikasi yang berbeda terhadap hasil keputusan yang diambil.

Setiap nasabah selalu berusaha untuk dapat mengembangkan usahanya. Salah satu kendala yang dihadapi oleh nasabah dalam mengembangkan usahanya antara lain keterbatasan modal usaha yang dimiliki. Kredit atau pembiayaan merupakan salah satu jalan yang dapat diambil oleh para nasabah dalam penambahan modal. Dalam pengambilan pembiayaan *murabahah* setiap nasabah pasti menyeleksi dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi dan pengalaman-pengalaman yang ada. Persepsi nasabah tentang pembiayaan *murabahah* yang baik akan meningkatkan pengambilan pembiayaan, karena nasabah mengerti dan memahami bahwa pembiayaan *murabahah* tidak menggunakan sistem bunga yang dilarang oleh agama Islam akan tetapi menggunakan sistem bagi hasil. Hal ini menjadi pertimbangan penting, karena seluruh nasabah memeluk agama Islam. Zuardi (2013) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa agama juga mempunyai aturan aturan yang tegas yang berlaku untuk pembiayaan bagi hasil diantaranya, (1) tidak adanya transaksi keuangan yang berbasis bunga, (2) pelarangan produksi barang dan jasa yang bertentangan dengan sistem nilai Islam (haram), (3) penghindaran

aktifitas ekonomi yang melibatkan *maysir* (judi) dan *gharar* (ketidakpastian), (4) penyediaan *takaful* (asuransi Islam).

Hal ini sejalan dengan penelitian Nurdiansyah (2009) yang menyatakan bahwa persepsi nasabah berpengaruh terhadap pembiayaan *Murabahah* di BPRS Al-Salam. Pembiayaan *murabahah* dengan menggunakan system bagi hasil menjadikannya pilihan nasabah dalam pembiayaan, karena sudah sesuai dengan ekonomi syariah yang berasaskan Islam. Dengan demikian nasabah tidak khawatir kualitas ibadahnya akan terganggu apabila melakukan pembiayaan *murabahah*.

Dengan demikian persepsi nasabah mengenai pembiayaan *murabahah* pada *Baituttamwil* TAMZIS sudah terbentuk dengan baik karena pengaruh dari nilai-nilai ekonomi Islam yang ada didalam pembiayaan *murabahah* sehingga mendorong nasabah untuk mengambil pembiayaan *murabahah*.

2. Pengaruh margin terhadap pengambilan Pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan.

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,032( $0,032 < 0,05$ ). Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_2$  diterima, yang berarti bahwa “Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara margin terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS“

Margin adalah persentase tertentu yang ditetapkan per tahun, perhitungan margin keuntungan secara harian, maka jumlah hari dalam setahun ditetapkan 360 hari, perhitungan margin secara bulanan maka ditetapkan 12 bulan (Karim, 2008). Margin dalam *murabahah* adalah sejumlah uang yang dibayarkan sebagai keuntungan bank atas terjadinya jual beli dengan nasabah, dimana uang tersebut harus dibayarkan oleh penerima pembiayaan (nasabah) kepada bank sesuai dengan jadwal pembayaran yang telah disepakati bersama. Keuntungan yang diperoleh BMT tersebut disebut pendapatan margin *murabahah*.

Margin digunakan agar terciptanya keadilan dalam memperoleh keuntungan baik untuk pihak nasabah maupun pihak BMT. Hal ini sesuai dengan ekonomi syariah yang tidak menggunakan system bunga, tetapi keuntungan bersama dan tidak memberatkan antara kedua pihak. Adanya pengaruh signifikan tersebut menjelaskan bahwa sikap nasabah dalam mempertimbangkan dan memutuskan untuk mengambil atau tidaknya pembiayaan *murabahah* akan semakin meningkat apabila tingkat margin yang ditawarkan menarik. Hal tersebut guna meningkatkan daya tarik terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di BMT yang bisa didukung dengan penetapan margin yang sesuai dengan kemampuan masyarakat. Sehingga apabila tingkat margin keuntungan lebih rendah dari rata-rata suku bunga perbankan nasional, maka pembiayaan akan semakin kompetitif. Dengan demikian, semakin rendah tingkat margin yang diambil oleh BMT maka akan semakin besar pembiayaan yang diminta oleh masyarakat dan akan semakin besar pula pembiayaan yang disalurkan oleh BMT. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang oleh Aini (2015) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh margin terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di BMT Sidogiri Waru Sidoarjo.

3. Pengaruh persepsi pembiayaan *murabahah* dan margin terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS cabang Prambanan.

Hasil uji F diperoleh nilai sebesar 25,939 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena  $\text{sig } F_{\text{hitung}} < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_{a3}$  diterima, atau dapat disimpulkan bahwa Persepsi dan Margin secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan pembiayaan *Murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS, dengan demikian hipotesis terbukti.

*Murabahah* adalah akad perjanjian penyediaan barang berdasarkan jual-beli di mana bank membiayai atau membelikan kebutuhan barang atau investasi nasabah dan menjual kembali kepada nasabah ditambah

dengan keuntungan yang disepakati. Menurut Karim (2008). *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati antara penjual dan pembeli. Penentuan harga merupakan aspek yang sangat penting mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk dan jasa yang ditawarkan. Jika harga jual *murabahah* yang ditawarkan terlalu tinggi, maka daya beli nasabah rendah atau kurang diminati dan sebaliknya. Sehingga penentuan aspek harga ditambah dengan margin yang sesuai, adil dan transparan sebagaimana yang dianjurkan dalam pandangan ekonomi islam menjadi sebuah pengaruh positif. Hal tersebut tentu sangat mungkin mempengaruhi perilaku nasabah sebelum dan sesudah mengambil keputusan. Selain itu, melihat kenyataan bahwa banyaknya lembaga keuangan sejenis BMT yang menawarkan pembiayaan *murabahah* dengan pelayanan dan tingkat margin yang beragama.

Persepsi yang diterima nasabah terhadap pembiayaan *murabahah* akan meningkatkan keputusan apakah ia akan melakukan pembiayaan atau tidak. Persepsi tersebut akan mempengaruhi cara pandang nasabah pada pembiayaan *murabahah*. Jika persepsi yang diterimanya baik, maka nasabah akan mempunyai cara pandang yang baik terhadap pembiayaan *Murabahah* dan akan melakukan pembiayaan *murabahah*. Nasabah *Baituttamwil* TAMZIS telah mempersepsikan pembiayaan *Murabahah* dengan baik, nasabah diberikan kemudahan dalam proses, keuntungan yang akan mereka peroleh, serta tidak menggunakan sistem riba. Riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual-beli maupun pinjam meminjam secara bathil atau bertentangan dengan prinsip muamalat dalam Islam (Antonio, 2000).

Pada penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Margin yang diberikan/disepakati dalam suatu proses jual beli merupakan salah satu komponen paling penting dalam pembentukan harga jual *murabahah*. Perlakuan yang



berbeda dengan bunga bank serta kehalalan jual beli dengan akad *murabahah* yang didasarkan pada prinsip syariah menjadi ketertarikan sendiri bagi para nasabah. Dengan semakin baiknya margin yang ditawarkan pada nasabah, maka akan meningkatkan kepercayaan untuk mengajukan pembiayaan *murabahah* pada *Baituttamwil* TAMZIS. Hal ini sesuai dengan hukum teori permintaan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik, maka jumlah barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat (Samuelson, 2003).

Keinginan nasabah dalam melakukan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS, dikarenakan dalam BMT tersebut tidak melakukan sistem bunga dan riba. Selain itu, ketika anggota merasa margin yang ditetapkan oleh BMT sudah mengedepankan keadilan dan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki anggota, maka anggota akan terdorong untuk mengambil keputusan mengajukan pembiayaan *Murabahah*.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alima Setiyarini (2012) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan persepsi nasabah dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan *Murabahah* di BMT SEKAR MADANI.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar  $0,000(0,000 < 0,05)$ . Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_{a1}$  diterima, yang berarti bahwa “Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi nasabah tentang pembiayaan terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS”.
2. Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar  $0,032 (0,032 < 0,05)$ . Nilai tersebut dapat membuktikan  $H_{a2}$  diterima, yang berarti bahwa “Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara margin terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS”.
3. Hasil uji F diperoleh nilai sebesar  $25,939$  dan probabilitas sebesar  $0,000$ . Karena  $\text{sig } F_{\text{hitung}} < 5\% (0,000 < 0,05)$ , maka  $H_{a3}$  diterima, atau dapat disimpulkan bahwa pembiayaan dan margin secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan pembiayaan *murabahah* di *Baituttamwil* TAMZIS, dengan demikian hipotesis terbukti.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademik,  
Hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmu ekonomi syariah khususnya tentang analisis yang mempengaruhi pembiayaan *murabahah* nasabah.
2. Bagi BMT

BMT hendaknya memberikan sosialisasi kepada calon nasabah mengenai pembiayaan *murabahah* guna mendorong masyarakat menjadi nasabah dan melakukan pembiayaan guna meningkatkan usahanya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel dan metode yang lain guna menghasilkan penelitian yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Wiwiek Rabiatal. (2010). *Pertimbangan Pengetahuan dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah*. Ekonomi Pembangunan
- Aini, A. (2015). Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pemiri Cabang Waru Sidoarjojobiayaan *Murabahah* di BMT UGT Sidog. *eL-Qist*, 19.
- Anto, D. (1987). *Pengantar Metode Statistik Jilid II*. Jakarta: LP3ES.
- Antonio, M. S. (2000). *Bank Syariah: Suatu Pengenalan Umum*. Jakarta: Tazkia Institute.
- Antonio, M. S. (2006). *Bank Syariah: Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluan dan Ancaman*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Engel, J. f., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1992). *Consumer Behavior*. Chicago: The Dryden Press.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, e. a. (2006). *Multivariate Data Analysis 6th Ed*. New Jersey : Pearson Education.
- <https://www.tamzis.id/> diakses 12/02/2018
- Idrus, M. (2007). *Metode Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*. Yogyakarta: UII Press.
- Indonesia, D. P. (2006). *Outlook Perbankan Syariah Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Juliansyah, N. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Karim, A. (2008). *Bank Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (1997). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Mowen, J. C., Minor, M., & Salim, L. (2002). *Perilaku Konsumen Edisi Kelima Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Mu'allim, A. (2013). Persepsi Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syariah. *Al-Mawarid*, X.
- Muhammad. (2005). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Nisfianoor, M. (2009). *Pendekatan Statistik Modern*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nugroho, A. P. (2015). Pengaruh Religiusitas Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Menabung di Perbankan Syariah.
- Nugroho, A. P. (2015). *Pengaruh Religiusitas dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Menabung di Perbankan Syariah*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Nugroho, J. S. (2008). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Nurdiansyah. Dede. (2009). Persepsi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan *Murabahah* BPRS Al-Salam. *Al-Iqtishad*
- Prabowo, B. A. (2012). *Aspek Hukum Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah*. Yogyakarta: UII Press .
- Priyanto, D. (2006). *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. Yogyakarta: Mediakom.
- Pujiyono, A. (2006). Teori Konsumsi Islami. *Dinamika Pembangunan*, 196-207.
- Purwanto. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Purwanto. (2010). *Instrumen Penelitian Sosial dan Pendidikan: Pengembangan dan Pemanfaatan*. Yogyakarta: 2010.
- Ridwan, M. (2004). *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil*. Yogyakarta: UII Press.
- Rohmat Subagiyo, SE, MEI. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan di BMT Sahara Tulungagung. *Malia*
- Rounny, K. (2007). *Metodologi Penelitian: Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Buana Printing.
- Santosa, P. B., & Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta Timur: Pranada Media\.
- Setiyarini, A. (2012). *Pengaruh Persepsi Nasabah dan Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah di BMT Bumi Sekar Madani*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Soemantri Anting, S. A. (2011). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sri Nurhayati, W. (2011). *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sri Giyanti, Teguh Suropto (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Keputusan Memilih Prduk BMT (Studi Kasus Pada BMT Artha Barokah Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Syariah*
- StephenP, R. (2001). *Organization Behavior*. New Jersey: Pretice-Hall International.

- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiyanto, A. (2008). *BMT menuju Koperasi Modern*. Yogyakarta: ISES Publishing.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuisoner dan Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Gaha Ilmu.
- Syamsul, H. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekosiana.
- Wahana Komputer, T. (2005). *Pengembangan Analisis Multivariate dengan SPSS 12*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Wahyuningsih, Diah (2014). Analisis Prilaku Nasabah dalam Pembiayaan di Bank Syariah Mandiri. Media Trend
- Wibowo, Muladi (2010). Perilaku Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Kopwan Syariah. Dinamika
- Wigati, S (2011). Prilaku Konsumen. Maliyah
- Yusi Syahirman, U. I. (2009). *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif*. Palembang: Citra Books Indonesia.
- Zuardi Muhammad Hanafi (2013), Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Pembiayaan Bagi Hasil di Bank Jabar Syariah Kota Cirebon, Tapis 2-20

# LAMPIRAN



**A. Daftar Kuisioner**

**A. Identitas Responden**

(lingkari salah satu, jika lainnya silahkan di tulis)

Nama : .....

1. Jenis kelamin : a. Laki-laki                      b. Perempuan
2. Agama : a. Islam                                      b. lainnya.....
3. Usia :
  - a. 15 s/d 20 Tahun
  - b. 21 s/d 25 Tahun
  - c. 26 s/d 30 Tahun
  - d. Lebih dari 30 Tahun
4. Pekerjaan anda sekarang ini?
  - a. Pedagang
  - b. Pegawai Negeri
  - c. Pegawai Swasta
  - d. Wiraswasta
  - e. Lainnya .....
5. Pendidikan terakhir anda?
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. Strata 1 (S1)
  - e. Strata 2 (S2)
6. Berapa penghasilan anda per bulan?
  - a. Rp 500.000 s/d Rp 1.000.000
  - b. Rp 1.100.000 s/d 1.500.000
  - c. Rp 1.600.000 s/d Rp 2.000.000
  - d. Lebih dari Rp 2.000.000
7. Apakah sebelumnya anda pernah menjadi nasabah di BMT Tamzis Prambanan?

- a. Pernah
  - b. Tidak pernah (pertanyaan selesai, terima kasih atas partisipasinya)
8. Berapa kali anda melakukan pembiayaan di BMT TAMZIS Prambanan dalam 5 tahun?
- a. 1 kali
  - b. 2 kali
  - c. 3 kali
  - d. Lebih dari 3 kali
9. Pembiayaan apa yang anda ambil di BMT TAMZIS Prambanan?
- a. *Murabahah*
  - b. *Mudharabah*
  - c. *Musyarakah*
  - d. Lainnya? (sebutkan, boleh lebih dari satu item)
- .....
10. Berapa besaran uang yang anda pinjam di BMT TAMZIS Prambanan?
- a. 500.000 - 2.000.000
  - b. 2.100.000 – 5.000.000
  - c. 5.1000.000 – 10.000.000
  - d. lebih dari 10.000.000
11. Apakah BMT menjadi tujuan anda melakukan peminjaman?
- a. Ya, alasannya?
- .....
- .....
- .....
- b. Tidak, alasannya?
- .....
- .....
12. Selain di BMT TAMZIS , apakah anda melakukan pembiayaan di tempat lain?
- Sebutkan,
- .....

Aslasannya?

.....  
.....

13. Apakah BMT TAMZIS cabang Prambanan akan selalu menjadi prioritas utama anda dalam melakukan pembiayaan?

a. Ya, sebutkan alasannya

.....  
.....

b. Tidak, sebutkan alasannya

.....  
.....

14. Periode pembayaran margin dilakukan setiap:

a. Harian

b. Mingguan

c. Bulanan

15. Berapa besaran presentase margin yang ditetapkan?

a. 10 - 20 persen

b. 21 - 30 persen

c. 31 – 40 persen

d. Lebih dari 40 persen

16. Adakah biaya yang dikenakan bila terjadi macet angsuran?

a. Ada

b. Tidak ada

**B. Persepsi Pembiayaan Murabahah**

Berilah tanda *checklist* (v) pada kolom yang tersedia sesuai dengan keadaan yang anda alami.

Keterangan :

| Jawaban      |               |
|--------------|---------------|
| Tidak Setuju | Sangat Setuju |

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



## **B. Data**

| X1   |      |      |      |      |      | X2    |      |      |      |       | Y    |      |      |   |
|------|------|------|------|------|------|-------|------|------|------|-------|------|------|------|---|
| PER1 | PER2 | PER3 | PER4 | PER5 | PER6 | TOTX1 | MRG1 | MRG2 | MRG3 | TOTX2 | PEM1 | PEM2 | TOTY |   |
| 8    | 8    | 8    | 7    | 7    | 7    | 45    | 2    | 3    | 2    | 7     | 1    | 2    | 3    | 1 |
| 6    | 6    | 7    | 6    | 7    | 6    | 38    | 3    | 3    | 3    | 9     | 1    | 2    | 3    | 1 |
| 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 54    | 4    | 3    | 2    | 9     | 3    | 3    | 6    | 1 |
| 9    | 9    | 9    | 8    | 9    | 9    | 53    | 4    | 4    | 4    | 12    | 4    | 3    | 7    | 1 |
| 6    | 6    | 6    | 7    | 6    | 6    | 37    | 3    | 3    | 2    | 8     | 1    | 2    | 3    | 1 |
| 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 54    | 3    | 3    | 4    | 10    | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 8    | 8    | 8    | 7    | 7    | 7    | 45    | 2    | 3    | 2    | 7     | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 8    | 7    | 8    | 8    | 8    | 8    | 47    | 3    | 3    | 3    | 9     | 2    | 3    | 5    | 1 |
| 8    | 8    | 8    | 7    | 7    | 6    | 44    | 3    | 4    | 3    | 10    | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 8    | 8    | 8    | 7    | 7    | 7    | 45    | 3    | 3    | 4    | 10    | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 8    | 8    | 8    | 8    | 8    | 8    | 48    | 3    | 3    | 2    | 8     | 3    | 3    | 6    | 1 |
| 6    | 6    | 6    | 6    | 7    | 6    | 37    | 3    | 4    | 2    | 9     | 2    | 1    | 3    | 1 |
| 7    | 7    | 7    | 9    | 7    | 7    | 44    | 3    | 4    | 4    | 11    | 1    | 2    | 3    | 1 |
| 8    | 7    | 8    | 7    | 9    | 2    | 41    | 3    | 3    | 3    | 9     | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 5    | 6    | 6    | 6    | 5    | 6    | 34    | 2    | 3    | 3    | 8     | 2    | 1    | 3    | 1 |
| 8    | 8    | 8    | 7    | 7    | 7    | 45    | 3    | 3    | 2    | 8     | 1    | 2    | 3    | 1 |
| 7    | 5    | 8    | 6    | 7    | 7    | 40    | 3    | 3    | 2    | 8     | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 6    | 6    | 6    | 6    | 6    | 6    | 36    | 4    | 4    | 4    | 12    | 2    | 1    | 3    | 1 |
| 9    | 8    | 8    | 7    | 7    | 7    | 46    | 3    | 3    | 4    | 10    | 1    | 2    | 3    | 1 |
| 9    | 8    | 8    | 7    | 7    | 7    | 46    | 3    | 3    | 4    | 10    | 2    | 3    | 5    | 1 |
| 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 54    | 3    | 4    | 4    | 11    | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 7    | 8    | 7    | 8    | 9    | 9    | 48    | 3    | 3    | 2    | 8     | 3    | 3    | 6    | 1 |
| 8    | 8    | 8    | 9    | 8    | 8    | 49    | 3    | 3    | 2    | 8     | 3    | 3    | 6    | 1 |
| 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 54    | 3    | 3    | 2    | 8     | 3    | 2    | 5    | 1 |
| 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 54    | 3    | 3    | 4    | 10    | 3    | 3    | 6    | 1 |
| 7    | 9    | 7    | 8    | 7    | 8    | 46    | 4    | 3    | 4    | 11    | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 9    | 9    | 7    | 9    | 7    | 6    | 47    | 3    | 4    | 4    | 11    | 3    | 2    | 5    | 1 |
| 7    | 7    | 7    | 7    | 7    | 8    | 43    | 3    | 4    | 4    | 11    | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 54    | 4    | 3    | 4    | 11    | 4    | 3    | 7    | 1 |
| 7    | 7    | 7    | 7    | 7    | 7    | 42    | 3    | 4    | 3    | 10    | 2    | 3    | 5    | 1 |
| 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 54    | 4    | 4    | 4    | 12    | 4    | 4    | 8    | 1 |
| 9    | 8    | 9    | 8    | 8    | 8    | 50    | 3    | 3    | 4    | 10    | 4    | 3    | 7    | 1 |
| 6    | 6    | 5    | 6    | 5    | 5    | 33    | 3    | 3    | 2    | 8     | 1    | 1    | 2    | 1 |
| 7    | 7    | 8    | 8    | 8    | 8    | 46    | 2    | 3    | 3    | 8     | 1    | 2    | 3    | 1 |
| 7    | 7    | 9    | 8    | 8    | 8    | 47    | 4    | 3    | 4    | 11    | 3    | 3    | 6    | 1 |
| 7    | 8    | 8    | 8    | 8    | 7    | 46    | 4    | 4    | 4    | 12    | 3    | 3    | 6    | 1 |
| 8    | 8    | 7    | 8    | 7    | 8    | 46    | 3    | 4    | 4    | 11    | 2    | 3    | 5    | 1 |
| 5    | 8    | 8    | 5    | 8    | 5    | 39    | 4    | 4    | 4    | 12    | 3    | 2    | 5    | 1 |
| 7    | 7    | 7    | 7    | 7    | 8    | 43    | 4    | 3    | 4    | 11    | 3    | 3    | 6    | 1 |
| 5    | 5    | 8    | 6    | 5    | 5    | 34    | 3    | 3    | 2    | 8     | 3    | 2    | 5    | 1 |
| 8    | 8    | 7    | 7    | 7    | 4    | 41    | 2    | 3    | 3    | 8     | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 7    | 7    | 7    | 7    | 7    | 7    | 42    | 3    | 3    | 2    | 8     | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 7    | 8    | 8    | 7    | 8    | 8    | 46    | 3    | 4    | 4    | 11    | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 7    | 7    | 8    | 8    | 9    | 8    | 47    | 3    | 4    | 4    | 11    | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 9    | 9    | 8    | 8    | 9    | 9    | 52    | 4    | 4    | 4    | 12    | 3    | 3    | 6    | 1 |
| 7    | 8    | 7    | 8    | 8    | 7    | 45    | 4    | 3    | 4    | 11    | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 7    | 9    | 8    | 7    | 8    | 8    | 47    | 3    | 4    | 4    | 11    | 3    | 2    | 5    | 1 |
| 7    | 6    | 6    | 7    | 6    | 6    | 38    | 2    | 3    | 3    | 8     | 1    | 2    | 3    | 1 |
| 7    | 7    | 7    | 6    | 7    | 8    | 42    | 3    | 3    | 4    | 10    | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 8    | 8    | 8    | 8    | 7    | 8    | 47    | 4    | 3    | 4    | 11    | 3    | 2    | 5    | 1 |
| 7    | 7    | 8    | 7    | 7    | 7    | 43    | 3    | 3    | 4    | 10    | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 9    | 8    | 7    | 7    | 7    | 7    | 45    | 4    | 3    | 4    | 11    | 3    | 2    | 5    | 1 |
| 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 9    | 54    | 4    | 4    | 4    | 12    | 3    | 2    | 5    | 1 |
| 6    | 5    | 6    | 6    | 5    | 5    | 33    | 2    | 3    | 2    | 7     | 1    | 1    | 2    | 1 |
| 8    | 8    | 9    | 8    | 8    | 6    | 47    | 4    | 4    | 4    | 12    | 2    | 3    | 5    | 1 |
| 6    | 6    | 7    | 6    | 6    | 6    | 37    | 3    | 3    | 4    | 10    | 1    | 2    | 3    | 1 |
| 8    | 8    | 8    | 8    | 8    | 8    | 48    | 3    | 4    | 4    | 11    | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 5    | 6    | 6    | 5    | 6    | 6    | 34    | 4    | 3    | 3    | 10    | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 5    | 5    | 8    | 6    | 5    | 8    | 37    | 3    | 3    | 3    | 9     | 2    | 2    | 4    | 1 |
| 9    | 9    | 8    | 9    | 8    | 8    | 51    | 4    | 4    | 4    | 12    | 3    | 3    | 6    | 1 |

**Tabel Deskriptif Variabel**

| Variabel             | N  | Minimum | Maximum | Rata-Rata | Std. Deviasi |
|----------------------|----|---------|---------|-----------|--------------|
| Persepsi             | 60 | 33      | 54      | 44.62     | 5.843        |
| Margin               | 60 | 7       | 12      | 9.88      | 1.563        |
| Pembiayaan Murabahah | 60 | 2       | 8       | 4.50      | 1.308        |
| Valid N (listwise)   | 60 |         |         |           |              |

Sumber : data primer 2017

**Tabel Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi**

| Tanggapan | Jumlah | Persentasi(%) |
|-----------|--------|---------------|
| Rendah    | 12     | 20.0          |
| Sedang    | 37     | 61.7          |
| Tinggi    | 11     | 18.3          |
| Total     | 60     | 100.0         |

Sumber : data primer 2017

**Tabel Tanggapan Responden Terhadap Variabel Margin**

| Tanggapan    | Jumlah | Persentasi(%) |
|--------------|--------|---------------|
| Rendah       | 17     | 28.3          |
| Sedang       | 34     | 56.7          |
| Tinggi       | 9      | 15.0          |
| <b>Total</b> | 60     | 100.0         |

Sumber : data primer 2017

**Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pembiayaan**

| Tanggapan    | Jumlah | Persentasi(%) |
|--------------|--------|---------------|
| Rendah       | 14     | 23.3          |
| Sedang       | 32     | 53.3          |
| Tinggi       | 14     | 23.3          |
| <b>Total</b> | 60     | 100.0         |

Sumber : data primer 2017

## UJI VALIDITAS X 1

|       |                     | Correlations |        |        |        |        |        |        |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|       |                     | PER1         | PER2   | PER3   | PER4   | PER5   | PER6   | TOTX1  |
| PER1  | Pearson Correlation | 1            | .802** | .632** | .762** | .676** | .485** | .861** |
|       | Sig. (2-tailed)     |              | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |
|       | N                   | 60           | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     |
| PER2  | Pearson Correlation | .802**       | 1      | .611** | .734** | .757** | .545** | .881** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000         |        | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |
|       | N                   | 60           | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     |
| PER3  | Pearson Correlation | .632**       | .611** | 1      | .594** | .726** | .534** | .797** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   |        | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |
|       | N                   | 60           | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     |
| PER4  | Pearson Correlation | .762**       | .734** | .594** | 1      | .714** | .627** | .877** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   |        | ,000   | ,000   | ,000   |
|       | N                   | 60           | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     |
| PER5  | Pearson Correlation | .676**       | .757** | .726** | .714** | 1      | .555** | .871** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   | ,000   |        | ,000   | ,000   |
|       | N                   | 60           | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     |
| PER6  | Pearson Correlation | .485**       | .545** | .534** | .627** | .555** | 1      | .760** |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        | ,000   |
|       | N                   | 60           | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     |
| TOTX1 | Pearson Correlation | .861**       | .881** | .797** | .877** | .871** | .760** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|       | N                   | 60           | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     | 60     |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| ,913                   | 6          |

### C. Uji Validitas X 2

| Correlations |                     |        |        |        |        |
|--------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|
|              |                     | MRG1   | MRG2   | MRG3   | TOTX2  |
| MRG1         | Pearson Correlation | 1      | .291*  | .462** | .753** |
|              | Sig. (2-tailed)     |        | ,024   | ,000   | ,000   |
|              | N                   | 60     | 60     | 60     | 60     |
| MRG2         | Pearson Correlation | .291*  | 1      | .427** | .668** |
|              | Sig. (2-tailed)     | ,024   |        | ,001   | ,000   |
|              | N                   | 60     | 60     | 60     | 60     |
| MRG3         | Pearson Correlation | .462** | .427** | 1      | .876** |
|              | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,001   |        | ,000   |
|              | N                   | 60     | 60     | 60     | 60     |
| TOTX2        | Pearson Correlation | .753** | .668** | .876** | 1      |
|              | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|              | N                   | 60     | 60     | 60     | 60     |

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,645             | 3          |

## D. UJI VALIDITAS Y

### Correlations

|      |                     | PEM1   | PEM2   | TOTY   |
|------|---------------------|--------|--------|--------|
| PEM1 | Pearson Correlation | 1      | .334** | .872** |
|      | Sig. (2-tailed)     |        | ,009   | ,000   |
|      | N                   | 60     | 60     | 60     |
| PEM2 | Pearson Correlation | .334** | 1      | .753** |
|      | Sig. (2-tailed)     | ,009   |        | ,000   |
|      | N                   | 60     | 60     | 60     |
| TOTY | Pearson Correlation | .872** | .753** | 1      |
|      | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,000   |        |
|      | N                   | 60     | 60     | 60     |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,723             | 2          |

## E. KARAKTERISTIK RESPONDEN

### Jenis Kelamin

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-laki | 15        | 25.0    | 25.0          | 25.0               |
|       | Perempuan | 45        | 75.0    | 75.0          | 100.0              |
|       | Total     | 60        | 100.0   | 100.0         |                    |

### Agama

|             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Islam | 60        | 100.0   | 100.0         | 100.0              |

### Usia Responden

|                           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 26 s/d 30 tahun     | 17        | 28.3    | 28.3          | 28.3               |
| Valid lebih dari 30 tahun | 43        | 71.7    | 71.7          | 100.0              |
| Total                     | 60        | 100.0   | 100.0         |                    |

### Pekerjaan

|                      | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Pedagang       | 33        | 55.0    | 55.0          | 55.0               |
| Valid Pegawai Swasta | 19        | 31.7    | 31.7          | 86.7               |
| Valid Wiraswasta     | 8         | 13.3    | 13.3          | 100.0              |
| Total                | 60        | 100.0   | 100.0         |                    |

### Pendidikan

|                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid SMP kebawah | 15        | 25.0    | 25.0          | 25.0               |
| Valid SMP         | 20        | 33.3    | 33.3          | 58.3               |
| Valid SMA         | 23        | 38.3    | 38.3          | 96.7               |
| Valid S1          | 1         | 1.7     | 1.7           | 98.3               |
| Valid S2          | 1         | 1.7     | 1.7           | 100.0              |
| Total             | 60        | 100.0   | 100.0         |                    |

### Penghasilan Per Bulan

|                                   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Rp 500.000 - Rp 1.000.000   | 13        | 21.7    | 21.7          | 21.7               |
| Valid Rp 1.100.000 - Rp 1.500.000 | 19        | 31.7    | 31.7          | 53.3               |
| Valid Rp 1.600.000 - 2.000.000    | 28        | 46.7    | 46.7          | 100.0              |
| Total                             | 60        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Berapa kali Pembiayaan**

|              | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 1 kali       | 11        | 18.3    | 18.3          | 18.3               |
| 2 kali       | 27        | 45.0    | 45.0          | 63.3               |
| Valid 3 kali | 18        | 30.0    | 30.0          | 93.3               |
| 4 kali       | 4         | 6.7     | 6.7           | 100.0              |
| Total        | 60        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Besar Uang yang Dipinjam**

|                              | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 500.000 - 2.000.000          | 5         | 8.3     | 8.3           | 8.3                |
| 2.100.000 - 5.000.000        | 36        | 60.0    | 60.0          | 68.3               |
| Valid 5.100.000 - 10.000.000 | 18        | 30.0    | 30.0          | 98.3               |
| lebih dari 10.000.000        | 1         | 1.7     | 1.7           | 100.0              |
| Total                        | 60        | 100.0   | 100.0         |                    |

**Apakah BMT menjadi tujuan peminjaman**

|          | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Ya | 60        | 100.0   | 100.0         | 100.0              |

**Pembiayaan di Tempat Lain**

|             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak | 60        | 100.0   | 100.0         | 100.0              |

**BMT TAMZIS menjadi prioritas**

|          | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Ya | 60        | 100.0   | 100.0         | 100.0              |

**Periode Pembayaran Margin**

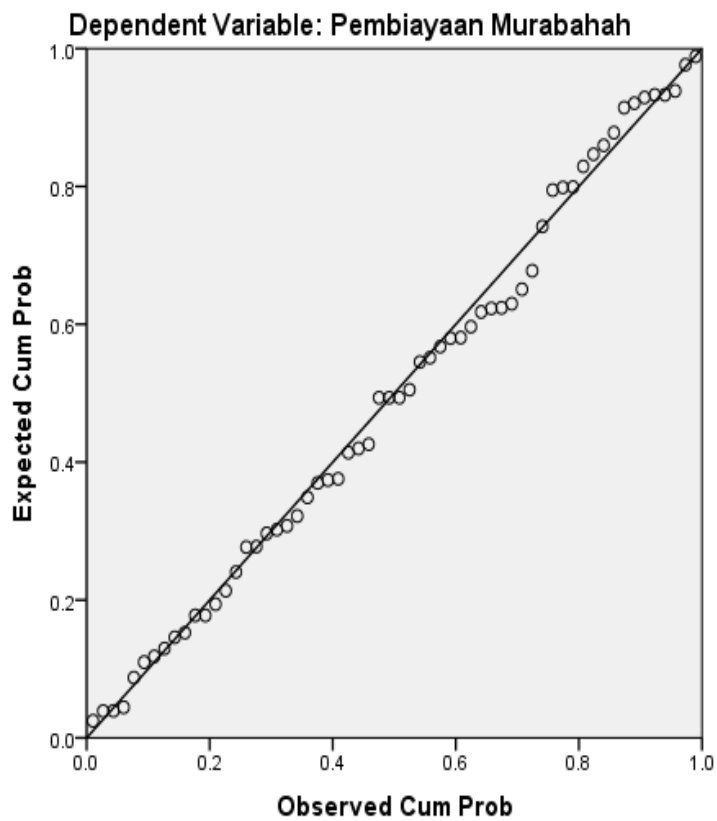
|       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | bulanan   | 7       | 11.7          | 11.7               |
|       | harian    | 35      | 58.3          | 70.0               |
|       | mingguan  | 18      | 30.0          | 100.0              |
|       | Total     | 60      | 100.0         | 100.0              |

**Besaran Margin**

|       | Frequency            | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------------------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 21 - 30 persen       | 39      | 65.0          | 65.0               |
|       | lebih dari 30 persen | 21      | 35.0          | 100.0              |
|       | Total                | 60      | 100.0         | 100.0              |

**F. UJI NORMAL**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 60                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation | .94667792               |
|                                  | Absolute       | .068                    |
| Most Extreme Differences         | Positive       | .068                    |
|                                  | Negative       | -.051                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z             |                | .527                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .944                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### G. UJI MULTIKOLINEARITAS

#### Coefficients<sup>a</sup>

| Model      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
|            | 1                           |            |                           |        |      |                         |       |
| (Constant) | -3.010                      | 1.057      |                           | -2.849 | .006 |                         |       |
| Persepsi   | .125                        | .024       | .559                      | 5.293  | .000 | .822                    | 1.216 |
| Margin     | .194                        | .088       | .232                      | 2.197  | .032 | .822                    | 1.216 |

a. Dependent Variable: Pembiayaan Murabahah

### H. UJI HETEROSKEDASTISITAS

#### Coefficients<sup>a</sup>

| Model      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
|            | 1                           |            |                           |       |      |
| (Constant) | -.286                       | .604       |                           | -.473 | .638 |
| Persepsi   | .024                        | .014       | .253                      | 1.786 | .079 |
| Margin     | -.004                       | .051       | -.010                     | -.071 | .944 |

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## I. Uji Lineraitas

**ANOVA Table**

|                                 | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig. |
|---------------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| (Combined)                      | 67.655         | 20 | 3.383       | 3.956  | .000 |
| Pembiayaan Murabahah * Persepsi |                |    |             |        |      |
| Between Groups                  | 43.647         | 1  | 43.647      | 51.048 | .000 |
| Deviation from Linearity        | 24.008         | 19 | 1.264       | 1.478  | .148 |
| Within Groups                   | 33.345         | 39 | .855        |        |      |
| Total                           | 101.000        | 59 |             |        |      |

**NOVA Table**

|                               | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig. |
|-------------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| (Combined)                    | 28.564         | 5  | 5.713       | 4.259  | .002 |
| Pembiayaan Murabahah * Margin |                |    |             |        |      |
| Between Groups                | 22.140         | 1  | 22.140      | 16.505 | .000 |
| Deviation from Linearity      | 6.424          | 4  | 1.606       | 1.197  | .323 |
| Within Groups                 | 72.436         | 54 | 1.341       |        |      |
| Total                         | 101.000        | 59 |             |        |      |

## J. UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .690 <sup>a</sup> | .476     | .458              | .963                       |

a. Predictors: (Constant), Margin, Persepsi

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model      | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1          |                |    |             |        |                   |
| Regression | 48.124         | 2  | 24.062      | 25.939 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual   | 52.876         | 57 | .928        |        |                   |
| Total      | 101.000        | 59 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Pembiayaan Murabahah

b. Predictors: (Constant), Margin, Persepsi

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |      |        |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|--------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.   |      |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |      |        |      |
| 1                         | (Constant)                  | -3.010     | 1.057                     |      | -2.849 | .006 |
|                           | Persepsi                    | .125       | .024                      | .559 | 5.293  | .000 |
|                           | Margin                      | .194       | .088                      | .232 | 2.197  | .032 |

a. Dependent Variable: Pembiayaan Murabahah

### K. Foto dokumentasi penyebaran kuisioner





