

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Industri jasa yang berkembang pesat seiring dengan tingkat persaingannya mendorong para pelaku jasa untuk meningkatkan strategi pemasaran produk-produk mereka. Salah satunya adalah BMT yang berada di Undaan Kabupaten Kudus. Ada lebih dari tiga BMT/ koperasi syariah yang ada dan beberapa Koperasi Konvensional. Dengan produk yang relatif hampir sama maka akan menciptakan strategi pemasaran yang efektif untuk menambah minat anggota untuk memakai produk jasa mereka. Salah satunya adalah BMT Mubarakah.

Pengambilan keputusan adalah serangkaian aktifitas yang dilakukan oleh seseorang dalam usaha memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi kemudian menetapkan berbagai alternative yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan lingkungan organisasi. Jadi, pengambilan keputusan berarti memilih dan menetapkan satu alternative yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dihadapi. Alternatif yang ditetapkan merupakan keputusan. Kualitas dari keputusan yang diambil tersebut merupakan standar dari efektivitas mereka.<sup>1</sup> Tentunya dalam pengambilan keputusan nasabah, pasti ada beberapa faktor pendukungnya mengapa melakukan pengambilan keputusan.

Setiap nasabah mempunyai pengambilan keputusan yang berbeda-beda antara nasabah yang satu dengan yang lain, seperti pengambilan keputusan dalam memilih suatu produk pada BMT atau lembaga keuangan lainnya. Berdasarkan observasi peneliti dan wawancara dengan manager BMT Mubarakah Kudus, salah satu produk yang paling diminati adalah produk pembiayaan Murabahah, di mana faktor pribadi nasabah yang paling dominan dalam

---

<sup>1</sup> Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 171.

mempengaruhi pengambilan nasabah untuk memilih pembiayaan murabahah.

Faktor pribadi, terdiri dari beberapa indikator. *Pertama* kebutuhan, seorang konsumen akan melakukan pembelian suatu produk atau barang karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi, baik kebutuhan yang bersifat mendesak maupun tidak. Oleh sebab itu, konsumen akan mencari bantuan untuk mengurangi beban biaya dalam memenuhi kebutuhannya dengan memilih melakukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah tertentu. Kebutuhan tersebut dapat dibagi menjadi tiga kategori yaitu, kebutuhan primer, sekunder dan tersier/mewah. Apabila kebutuhan konsumen tidak terpenuhi maka ia akan menunjukkan perilaku kecewa, tetapi sebaliknya bila kebutuhannya terpenuhi, konsumen akan memperlihatkan perilaku gembira sebagai *manifestasi* rasa puasny.

*Kedua*, pendapatan, Menurut ahli ekonomi klasik pendapatan ditentukan oleh kemampuan faktor-faktor produksi dalam menghasilkan barang dan jasa. Semakin besar kemampuan faktor-faktor produksi menghasilkan barang dan jasa, maka akan semakin besar pula pendapatan yang diciptakan. Pendapatan seseorang dapat dibagi mejadi dua bentuk, yaitu pendapatan berupa uang dan berupa barang. Jika dikaitkan dengan keputusan konsumen terhadap suatu produk, seperti pembiayaan, tinggi rendahnya pendapatan seseorang dapat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian seseorang.<sup>2</sup>

*Ketiga*, pengetahuan, pengetahuan konsumen dibagi menjadi tiga aspek, yaitu pengetahuan produk, yang merupakan kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Masyarakat atau nasabah perlu menyadari akan kategori atau merek produk, terminologi produk, dan ciri-ciri suatu produk yang ia butuhkan, terutama pada produk

---

<sup>2</sup> Annisah Dina Muthi'ah dan Aqidah Asri Suwarsi, "Pengaruh Faktor Pribadi Nasabah terhadap Pengambilan Keputusan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT UMY," 5.

pembiayaan. Pengetahuan pembelian, yaitu mengetahui informasi mengenai dimana produk pembiayaan tersebut didapatkan dan kapan harus terjadi. Pengetahuan pemakaian, mencakup informasi mengenai bagaimana produk pembiayaan dapat digunakan atau dimanfaatkan. Pengetahuan pemakaian konsumen dianggap penting karena, pada dasarnya konsumen akan lebih kecil melakukan pembelian terhadap suatu produk jika tidak memiliki informasi yang cukup, tentang bagaimana cara menggunakan produk tersebut, atau tentang dimana suatu produk tersebut didapatkan.

*Keempat* persepsi, merupakan suatu proses dimana individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan rangsangan menjadi suatu yang bermakna. Seseorang akan memutuskan pembelian suatu barang dapat dilihat dari sisi kualitas atau nilainya. Salah satunya persepsi terhadap kualitas produk, konsumen akan mempersepsikan produk tersebut memiliki kualitas rendah apabila produk tersebut berkualitas rendah. Maka, keputusan konsumen untuk membeli suatu barang tersebut dipengaruhi oleh persepsi konsumen itu sendiri, bukan berdasarkan realitasnya, begitu juga dalam memilih pembiayaan di suatu lembaga keuangan syariah.<sup>3</sup>

Beberapa penelitian terdahulu mengenai faktor pribadi nasabah dan pengambilan keputusan memilih produk pembiayaan telah banyak dilakukan. Penelitian yang dilakukan Sri Giyanti dan Teguh Suripto menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara faktor-faktor pribadi nasabah terhadap pengambilan keputusan.<sup>4</sup> Penelitian Veterinawati juga

---

<sup>3</sup> Muthi'ah dan Suwarsi, "Pengaruh Faktor Pribadi Nasabah terhadap Pengambilan Keputusan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT UMY," 5-6.

<sup>4</sup> Sri Giyanti dan Teguh Suripto, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT (Studi Kasus pada BMT Artha Barokah Yogyakarta)," *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* VI, no. 1 (Juni, 2016): 53.

menemukan bahwa faktor sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian.<sup>5</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terlihat dari variabel faktor pribadi yang dipakai peneliti belum tentu sama dengan yang dipakai pada penelitian-penelitian sebelumnya. Di sini peneliti mencantumkan 4 faktor untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan memilih pembiayaan murabahah. Selain itu perbedaan lain dapat dilihat dari peneliti memilih mengambil pembiayaan murabahah untuk diteliti. Hal ini dikarenakan peneliti memperoleh keterangan dari pihak manajer BMT Mubarakah bahwa pembiayaan murabahah adalah pembiayaan yang salah satunya paling diminati oleh sebagian besar nasabah.

Dari berbagai penelitian di atas, maka peneliti tertarik meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh faktor pribadi terhadap pengambilan keputusan pemilihan produk pembiayaan, terutama produk pembiayaan *murabahah* pada salah satu lembaga keuangan syariah di Kudus, yaitu BMT Mubarakah, karena dianggap sebagai salah satu faktor berkembangnya suatu lembaga keuangan syariah tersebut. Penelitian ini menjadi menarik karena faktor pengambilan keputusan antara nasabah di BMT Mubarakah belum tentu sama dengan di lembaga keuangan syariah lainnya.

Beranjak pada dasar pemikiran dan fenomena di atas, maka judul dalam penelitian ini “Pengaruh Faktor Pribadi Nasabah terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Pembiayaan Murabahah pada BMT Mubarakah Kudus”.

---

<sup>5</sup> Desy Veterinawati, “Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Blackberry di Surabaya,” *Jurnal Ilmu Manajemen* 1, no. 3 (Mei, 2013): 745.

## **B. Batasan Penelitian**

Berdasarkan uraian yang ada dalam latar belakang masalah, terdapat beberapa indikator yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan nasabah. Untuk itu penulis memberi batasan masalah yang meliputi:

1. Obyek penelitian adalah BMT Mubarakah Kudus.
2. Yang diteliti adalah faktor-faktor pribadi nasabah yang terdiri dari faktor kebutuhan, pendapatan, pengetahuan dan persepsi nasabah terhadap pengambilan keputusan memilih pembiayaan murabahah.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah faktor kebutuhan nasabah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan memilih pembiayaan Murabahah di BMT Mubarakah Kudus?
2. Apakah faktor pendapatan nasabah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan memilih pembiayaan Murabahah di BMT Mubarakah Kudus?
3. Apakah faktor pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan memilih pembiayaan Murabahah di BMT Mubarakah Kudus?
4. Apakah faktor persepsi nasabah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan memilih pembiayaan Murabahah di BMT Mubarakah Kudus?
5. Apakah faktor kebutuhan, pendapatan, pengetahuan dan persepsi nasabah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan memilih

pembiayaan Murabahah di BMT Mubarakah Kudus?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Penulis ingin menguji secara empirik pengaruh faktor kebutuhan nasabah terhadap pengambilan keputusan memilih pembiayaan Murabahah di BMT Mubarakah Kudus.
2. Penulis ingin menguji secara empirik pengaruh faktor pendapatan nasabah terhadap pengambilan keputusan memilih pembiayaan Murabahah di BMT Mubarakah Kudus.
3. Penulis ingin menguji secara empirik pengaruh faktor pengetahuan nasabah terhadap pengambilan keputusan memilih pembiayaan Murabahah di BMT Mubarakah Kudus.
4. Penulis ingin menguji secara empirik pengaruh faktor persepsi nasabah terhadap pengambilan keputusan memilih pembiayaan Murabahah di BMT Mubarakah Kudus.
5. Penulis ingin menguji secara empirik pengaruh faktor kebutuhan, pendapatan, pengetahuan, dan persepsi nasabah terhadap pengambilan keputusan memilih pembiayaan Murabahah di BMT Mubarakah Kudus.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah informasi dan pengetahuan yang dapat digunakan sebagai bahan referensi oleh pihak lain yang ingin mengetahui lebih mendalam strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah anggota pada BMT.

- b. Menambah wawasan bagi peneliti mengenai perilaku konsumen dan pengambilan keputusan bagi calon nasabah.
  - c. Sebagai bahan studi pustaka dan memperkaya penelitian ilmiah di IAIN Kudus, khususnya pada program studi Ekonomi Syariah.
  - d. Sebagai rujukan atau referensi dalam penelitian selanjutnya, memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti yang akan datang.
2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan atau pertimbangan bagi BMT Mubarakah Kudus untuk mempengaruhi nasabah dalam pengambilan pembiayaan.

## **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran dan garis besar dari setiap bagian yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

### 1. Bagian awal

Bagian awal ini, terdiri dari: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, dan daftar tabel.

### 2. Bagian isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang masalah, fokus masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari

penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang pengertian *Baitul Maal Wat Tamwil*, Faktor Pribadi Nasabah, Pengambilan Keputusan, Pembiayaan Murabahah, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, serta hipotesis.

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik serta analisis data.

## **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasannya.

## **BAB V: PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

### 3. Bagian akhir

Bagian ini meliputi daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan, dan lampiran.