

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN TINGKAT MARGIN
TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA MEMILIH PEMBIAYAAN
*MURABAHAH***

(Studi Pada BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur)

SKRIPSI



Oleh:

Widyanti Kusuma Wardani

NIM 20191930731012

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG**

2023

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN TINGKAT MARGIN
TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA MEMILIH PEMBIAYAAN
*MURABAHAH***

(Studi Pada BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur)

SKRIPSI

Diajukan
Untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:
Widyanti Kusuma Wardani
NIM 20191930731012

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN KALIJOGO MALANG
2023**

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN TINGKAT MARGIN
TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA MEMILIH PEMBIAYAAN
MURABAHAH**

(Studi Pada BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur)

Disusun oleh:
Widyanti Kusuma Wardani
NIM 20191930731012

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dijadikan dalam ujian skripsi
Malang, 18 Juli 2023

Pembimbing 1



Sri Mulyani, S.E, M.E
NIDN: 2106098503

Pembimbing 2



Saiful Muslim, S.E, M.M
NIDN: 2110048005

Mengetahui
Ketua Program Studi



Meyli Nur Vita Sari, M.Ak
NIDN: 2115058909

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul
Pengaruh Pengetahuan Produk dan Tingkat Margin Terhadap
Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan *Murabahah*
(Studi Pada Bmt Al-Ijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur)

Disusun oleh:
Widyanti Kusuma Wardani
NIM 20191930731012

Telah diuji serta dapat dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan dinyatakan
lulus ujian dalam ujian Sarjana
pada Hari Selasa Tanggal 25 Juli 2023

DEWAN PENGUJI

Ketua Ujian Skripsi
Penguji 1



Dr. M. Sholihun, S.Pd.I, M.M
NIDN : 0717087804

Penguji 2



Meyla Nur Vita Sari, M.Ak
NIDN : 2115058909

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Sri Mulyati, S.E, M.E
NIDN / 2106098503

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Widyanti Kusuma Wardani
Prodi : Perbankan Syariah
Fakulta : Ekonomi dan Bisnis Islam
NIM : 20191930731012

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

"Pengaruh Pengetahuan Produk dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan *Murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syari'ah Jawa Timur".

adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan termasuk karya saya dalam skripsi tersebut telah diberi tanda sitasi dan dituliskan pada daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran (plagiasi diatas nilai yang ditetapkan) atas karya skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh dari skripsi tersebut.

Malang, 18 Juli 2023
Yang membuat pernyataan



Widyanti Kusuma Wardani
NIM. 20191930731012

MOTTO

“Barang siapa yang melapangkan kesusahan dari seorang mukmin, maka Allah SWT akan melapangkan darinya satu kesusahan di hari kiamat”.

(H. R Muslim)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sangat dalam atas segala nikmat dan karunia yang telah Allah SWT berikan, karya skripsi ini akan saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan hidup, hidayah, serta kesempatan kepada penulis untuk terus belajar mengembangkan diri.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Suwito dan Ibu Suhartini yang senantiasa mencurahkan segala kasih sayangnya, dukungan, motivasi dan juga pengorbanan yang tidak akan dapat tergantikan oleh apapun dan siapapun. Dan tak pernah putus untuk mendoakan saya.
3. Murabbi Ruhi, KH. Ali Muzaki selaku Pengasuh Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung.
4. Untuk diri saya sendiri yang telah berjuang sejauh ini melawan rasa ego dan mood yang tidak menentu selama penulisan skripsi ini.
5. Untuk kakak pertama saya Hendrik Wibowo yang telah memberikan banyak kontribusi besar demi keberlangsungan perkuliahan saya serta segala dukungan, doa dan juga motivasinya
6. Untuk kakak kedua saya Heriski Hardiyanto yang telah memberikan dukungan dan motivasinya
7. Untuk kakak ketiga saya Trisma Oktariansyah yang telah memberikan dukungan dan motivasinya
8. Untuk adik saya Hikmal Pasa Silakhul Ramadhan yang telah mendukung saya
9. Dosen pembimbing saya, Ibu Sri Mulyani, S.E, M.E yang telah memberikan bimbingan selama penulisan skripsi saya dari awal hingga akhir dengan penuh kesabaran

10. Seluruh anggota keluarga dan sahabat yang selalu memberi semangat kepada saya dan selalu menemani saya dalam kondisi apapun
11. Seluruh keluarga besar IAI Sunan Kalijogo Malang atas segala bentuk kerjasamanya

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang Maha Mengetahui lagi Maha Penyayang yang telah memberikan rahmat serta hidayah dan karuniaNya. *Sholawat* dan salam mari kita haturkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, kepada para sahabat-sahabat dan tabi'in, semoga kita akan senantiasa mengikuti ajarannya dan kelak kita akan mendapat syafaatnya di hari akhir. Semoga dengan terselesaikannya penulisan skripsi ini memberikan keberkahan dan manfaat untuk kesejahteraan bersama. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses menyelesaikan penulisan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. KH. Ali Muzaki, selaku pengasuh Pondok Pesantren Sunan Kalijogo Jabung
2. Bapak H. Mohammad Yusuf Wijaya Lc, M.M, Ph.D, selaku rektor Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
3. Bapak Dr. H. M. Sholihun, S.Pd.I, M.M. selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
4. Ibu Endang Tyas Maning, S.Pd, M.Pd. selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
5. Bapak Muhammad Sahli S.Kom., M.M. selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
6. Ibu Sri Mulyani, S.E, M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
7. Ibu Meyla Nur Vita Sari, M.Ak. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang

8. Ibu Sri Mulyani, S.E, M.E. selaku dosen pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi dan juga kesabarannya demi terselesaikannya penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa selalu memberikan perlindungan dan membalas semua kebaikan Ibu
9. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang
10. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang yang telah memberikan ilmunya kepada penulis
11. Skripsi ini akan saya persembahkan untuk Bapak Suwito dan Ibu Suhartini tercinta, yang senantiasa mencurahkan segala kasih sayangnya, motivasi, dukungan dan juga pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun dan siapapun. Dan tak pernah putus untuk mendoakan saya.
12. Untuk diri saya sendiri, terima kasih kamu hebat sudah memperjuangkan sedemikian rupa sejak awal perkuliahan hingga di titik akhir penulisan skripsi ini terselesaikan.
13. Untuk kakak pertama saya Hendrik Wibowo yang telah memberikan banyak kontribusi demi keberlangsungan perkuliahan saya serta segala dukungan dan motivasinya
14. Untuk kakak kedua saya Herizki Hardiyanto yang telah memberikan dukungan dan motivasinya
15. Untuk kakak ketiga saya Trisma Oktariansyah yang telah memberikan dukungan dan motivasinya
16. Untuk teman-teman seperjuangan Prodi Perbankan Syariah angkatan 2019, terimakasih atas kebersamaan kita selama kurang lebih 4 tahun ini dalam keadaan suka maupun duka

17. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam bentuk moril maupun materil dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis sangat menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Untuk itu, kritik dan saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan. Harapannya skripsi ini dapat berguna dan memberi manfaat untuk penulis dan pembaca. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Malang, 18 Juli 2023

Widyanti Kusuma Wardani
NIM. 20191930731012

ABSTRAK

Wardani, Widyanti Kusuma. 2023. *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan Murabahah (Studi pada BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur)*. Skripsi. Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang.
Pembimbing (I) Sri Mulyani, S.E, M.E, Pembimbing (II) Saiful Muslim, S.E, M.M

BMT Al-Hijrah yaitu satu-satunya BMT yang berdiri di Kecamatan Jabung dengan berlandaskan syariah yang menawarkan produk pembiayaan sesuai kebutuhan anggota. Produk pembiayaan *murabahah* menjadi produk pembiayaan yang paling diminati oleh anggota, terutama pada pemberian fasilitas program peternak karena margin lebih rendah dan sesuai kebutuhan usaha anggotanya. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan anggota yaitu pengetahuan produk dan tingkat margin. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk dan tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, jenis penelitian asosiatif berbentuk kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota yang melakukan pembiayaan *murabahah* tahun 2023 berjumlah 3.900 orang. Teknik pengambilan sampelnya adalah *Sampling* Aksidental berjumlah 98 anggota dengan pembiayaan *murabahah* fasilitas program peternak. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda melalui aplikasi SPSS versi 23. Hasil uji t menunjukkan variabel pengetahuan produk memiliki t_{hitung} sebesar 3,088 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,985 ($3,320 > 1,985$) dengan signifikansi sebesar 0,001. Nilai *Standardized Coefficients* variabel X_1 sebesar 0,379 atau 37,9%. Artinya variabel pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* sebesar 37,9%. Sedangkan variabel tingkat margin memiliki t_{hitung} sebesar 4,156 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,985 ($4,156 > 1,985$) dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai *Standardized Coefficients* variabel X_2 sebesar 0,475 atau 47,5%. Artinya variabel tingkat margin berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* sebesar 47,5%. Nilai hasil Uji F sebesar $100,339 > 3,09$ dan signifikansi $0,00 < 0,05$ artinya pengetahuan produk dan tingkat margin secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah. Nilai persentase koefisien determinasi (R^2) yang diberikan oleh variabel pengetahuan produk dan tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* sebesar 67,9% sedangkan sisanya 32,1% yaitu variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Pengetahuan Produk, Tingkat Margin, dan Keputusan Anggota.

ABSTRACT

Wardani, Widyanti Kusuma by 2023. ***Influence of Product Knowledge and Margin Level on Members' Decisions on Choosing Murabahah Finance (Study at BMT Al-Hijrah KAN Jabung Shariah East Java)***. The script. Sharia Banking Studies Program, Faculty of Economics and Islamic Business Institute Islamic Religion Sunan Kalijogo Malang.
The Guide (I) Sri Mulyani, S.E, M.E, The Guide (II) Saiful Muslim, S.E, M.M

BMT Al-Hijrah is the only BMT standing in Jabung district based on Shariah that offers financing products according to the needs of members. The funding product is the most sought-after by members, especially in the provision of facilities for the farmer's program because of the lower margin and according to the needs of the member's enterprise. Some of the factors that influence members' decisions are product knowledge and margin levels. The aim of this research is to find out the impact of product knowledge and margin level on the decision of members to vote for the funding of funds at BMT Al-Hijrah partially and simultaneously. This research uses quantitative methods, a kind of causal-shaped associative research. The population in this study is the total members who undertake the financing of murabahah by 2023 of a total of 3,900 people. The sampling technique was an accidental sample of 98 members with funding from the farmer's program facility. Data analysis techniques using Dual Linear Regression Analysis through SPSS version 23 application. The results of the t test showed that the variable of product counting has a t count of 3,088 greater than the t table of 1,985 ($3,320 > 1,985$) with a significance of 0,001. The value of the X1 variable standardized coefficients is 0.379 or 37.9%. This means that the variable of product drawing has a significant positive influence on the members' decision to vote for a 37.9% margin funding. Whereas the margin level variable t counts 4,156 is larger than the table t is 1,985 ($4,156 > 1,985$) with a significance of 0,000. The value of the standardized coefficients of the variable X2 is 0.475 or 47.5%. That means that the margin rate variable has a significant positive impact on the members' decision to vote for a 47.5% margin funding. The F test result value of 100,339 $> 3,09$ and a significance of $0,00 < 0,05$ means that product knowledge and the margin level simultaneously have a significant positive influence on the decision of members choosing the murabahah financing in BMT Al-Hijrah. The percentage value of the determination coefficient (R^2) given by the product knowledge variable and the margin level on the decision members chose the funding of the currency was 67.9%, while the remaining 32.1% is another variable not studied in this study.

Keywords: *Product knowledge, margin level, and member decisions*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Batasan Masalah.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	10
2.1.1 Pengertian <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	10
2.1.2 Tujuan dan Fungsi <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT).....	12
2.1.3 Peran penting <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i> (BMT) dalam pengembangan usaha masyarakat.....	14
2.1.4 Ciri-ciri BMT.....	15
2.2 Pengetahuan Produk.....	15
2.2.1 Pengertian Pengetahuan.....	15
2.2.2 Pengertian Produk.....	16
2.2.3 Pengertian Pengetahuan Produk.....	17
2.2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan.....	18
2.3 Tingkat Margin.....	19
2.3.1 Pengertian Tingkat Margin.....	19
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Margin.....	20
2.4 Keputusan Anggota.....	20
2.4.1 Pengertian Anggota.....	20
2.4.2 Keputusan Anggota.....	21

	2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota	23
	2.5 Pembiayaan <i>Murabahah</i>	24
	2.5.1 Pengertian <i>Murabahah</i>	24
	2.5.2 Dasar Hukum <i>Murabahah</i>	25
	2.6 Penelitian Terdahulu	28
	2.7 Penjelasan Variabel dan Indikator	33
	2.7.1 Variabel Bebas (X).....	33
	2.7.2 Variabel Terikat (Y).....	36
	2.8 Kerangka Konseptual	38
	2.9 Hipotesis	39
BAB III	METODE PENELITIAN	43
	3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	43
	3.2 Fokus Penelitian dan Kehadiran Peneliti.....	43
	3.3 Tahapan Penelitian.....	44
	3.4 Lokasi Penelitian.....	44
	3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
	3.6 Sumber Data dan Jenis Data.....	46
	3.7 Teknik Pengumpulan Data	47
	3.8 Instrumen Penelitian.....	49
	3.9 Teknik Analisis Data	49
	3.9.1 Uji Instrumen.....	49
	3.9.2 Uji Asumsi Klasik	51
	3.9.3 Uji Hipotesis	54
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
	4.1 Gambaran Umum.....	57
	4.1.1 Lokasi Penelitian.....	57
	4.1.2 Sejarah BMT	57
	4.1.3 Visi dan Misi KAN Jabung	59
	4.1.4 Budaya Organisasi.....	60
	4.1.5 Logo BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur	62
	4.1.6 Mitra BMT.....	62
	4.1.7 Struktur Organisasi BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur	63
	4.1.8 Ruang Lingkup Kerja	64
	4.1.9 Produk Pembiayaan <i>Murabahah</i>	65
	4.2 Deskripsi Responden.....	68

4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
4.3 Hasil Analisis Data.....	71
4.3.1 Hasil Uji Instrumen.....	71
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.3.3 Uji Hipotesis.....	75
4.4 Analisis dan Pembahasan.....	80
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4. 1 Tingkat Margin Fasilitas Program Peternak.....	67
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4. 8 Hasil Uji Autokorelasi.....	74
Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi.....	75
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel 4. 11 Hasil Uji t.....	76
Tabel 4. 12 Hasil Uji F	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 2. 2 Kerangka Hipotesis	41
Gambar 4. 1 Logo BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur	62
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur.....	63
Gambar 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Gambar 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	69
Gambar 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas	73
Gambar 4. 7 Hasil Uji Heteroskidastisitas.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Kuesioner	90
Lampiran 2: Tabulasi Data Responden.....	94
Lampiran 3: Hasil Uji Instrumen.....	98
Lampiran 4: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	106
Lampiran 5: Hasil Uji Hipotesis.....	108
Lampiran 6: Dokumentasi.....	109
Lampiran 7: Surat Pengantar Penelitian.....	115

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan adalah sesuatu yang berhubungan dengan bank, mencakup sebuah kelembagaan, sebuah kegiatan usaha, juga cara dan proses melaksanakan kegiatan usahanya. Dapat diartikan bank adalah lembaga keuangan yang memiliki kegiatan usaha mengelola dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat yang memerlukannya melalui pembiayaan, serta memberikan jasa-jasa keuangan lainnya. Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia bank syariah melaksanakan kegiatan usahanya yaitu berdasarkan prinsip-prinsip pada hukum islam.¹

Pertumbuhan perbankan syariah didorong oleh sejumlah faktor diantaranya adalah penerapan praktik syariah dalam dunia bisnis. Berawal dari itu, mulai muncul berbagai bisnis yang mencantumkan label syariah terutama pada sektor lembaga keuangan bank maupun non bank. Dalam dunia perbankan sendiri mulai bermunculan perbankan syariah baik yang berbentuk Bank Umum Syariah (BUS) maupun Unit Usaha Syariah (UUS) dari bank konvensional, baik perbankan yang berada dalam negeri maupun perbankan asing. Lembaga keuangan non bank juga juga bermaksud untuk menerapkan layanan keuangan yang sesuai dengan syariah, seperti pegadaian syariah, asuransi syariah dan pasar modal syariah.²

Dengan meningkatnya perkembangan lembaga keuangan syariah, maka mulai bermunculan lembaga keuangan syariah non bank yaitu salah satunya

¹ Andrew Shandy Utama, "Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia," *UNES Law Review* 2, no. 3 (2020): 290-298.

² A. Rio Makkulau Wahyu and Wirani Aisyah Anwar, "Dewan Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah (Tinjauan Undang-Undang Perbankan Syariah)," *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* 2, no. 2 (2020): 82-93.

adalah *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT). Baitul Maal merupakan sebuah lembaga yang memiliki tugas khusus untuk mengelola segala harta umat baik berupa pendapatan maupun pengeluaran negara sebagaimana Rasulullah SAW (1-11 H/622- 632M) memperlakukan *ghanimah* (harta rampasan perang) yang diperoleh pada Perang Badar.³ *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) terdiri dari *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil* yang menjadi lembaga swadaya masyarakat dalam bentuk keuangan dan sosial dengan menyalurkan *zakat*, *infaq*, *shodaqoh* atau biasa disebut dengan *amil*. *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) juga merupakan lembaga yang mengedepankan aspek kemanusiaan dan *kemaslahatan* tanpa memikirkan keuntungan semata dan mendapat respon yang sangat baik dan bertambah tahun *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) sudah tersebar luas hampir di seluruh wilayah Indonesia.⁴ Jadi *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) yaitu sebuah lembaga keuangan mikro syariah yang menyediakan layanan komersial publik dan keuangan sosial.

Tujuan utama syariah (*maqasid syariah*) yaitu mendorong kesejahteraan manusia, yang dilakukan pada perlindungan terhadap agama (*din*), diri (*nafs*), akal (*aql*), keturunan (*nasl*) dan harta benda (*maal*). Dan tujuan ekonomi islam itu sendiri adalah mewujudkan kesejahteraan sosial yaitu ekonomi masyarakat pada umumnya. Tatanan sosial yang solid adalah berdasarkan keadilan dan persaudaraan yang *universal*.⁵

Salah satu *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) yang berdiri di Kecamatan Jabung adalah BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur. BMT ini adalah satu-

³ E.A. Prasada, *Figur Hukum Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Sebagai Lembaga Ekonomi Kerakyatan*, CV. Pena Persada. Jawa Tengah., vol. 1, 2019.

⁴ Yasmin Afnan Solekha et al., "Baitul Maal Wa Tamwil Sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah Pemberdaya Ekonomi Umat (Konsep Dan Teori)," *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking* 1, no. 1 (2021): 44-58.

⁵ Dewi Maharani, "Ekonomi Islam: Solusi Terhadap Masalah Sosial-Ekonomi," *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam* 10, no. 1 (2018): 20-34.

satunya koperasi syariah yang menjalankan usahanya berdasarkan landasan syariah di wilayah Jabung. Hal tersebut sangat sesuai dengan penduduk di wilayah Jabung yang mayoritasnya adalah beragama islam. Bagi sebagian besar masyarakat Jabung berasumsi positif terhadap berdirinya BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur, hal tersebut dapat dilihat dari meningkatnya jumlah anggota setiap tahun ke tahun. Selain itu, BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur juga memiliki pesaing yang ketat dengan lembaga keuangan konvensional sebab memiliki jarak yang relatif dekat seperti Bank BRI, BPR dan lembaga keuangan lainnya. Namun, hal tersebut tidak menjadi sebuah ancaman yang buruk karena BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur sendiri selalu berusaha meningkatkan kinerja dan memberi peluang besar bagi para calon anggota yang bersedia bergabung dengan KAN Jabung Syariah Jawa Timur.⁶

BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur memiliki pasar yang sangat obyektif untuk anggota yang telah bergabung sebagai mitra KAN Jabung Syariah Jawa Timur. Selain itu, BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur juga menawarkan produk-produk pembiayaan sesuai dengan kebutuhan anggota yang menjadi mitra KAN Jabung Syariah Jawa Timur. Oleh karena itu BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur memiliki tren yang sangat positif karena para anggota juga mendapatkan timbal balik yang menguntungkan bagi keberlangsungan usaha yang mereka jalankan. Dengan memiliki produk pembiayaan *murabahah* yang sangat diminati oleh para anggota yaitu berupa pemberian fasilitas program peternak. Pembiayaan *murabahah* pada fasilitas program peternak ini diberikan guna pembelian atau untuk membayar kebutuhan anggota dengan tingkat margin yang lebih rendah dan sesuai dengan kebutuhan usahanya. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi calon anggota

⁶ Hasil Penelitian Langsung di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur

karena dapat membantu memenuhi kebutuhannya dan memberikan keuntungan bagi usaha yang dijalankannya. Dengan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh KAN Jabung Syariah khususnya BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur maka, tempat tersebut layak untuk dijadikan sebuah tempat penelitian.⁷

Pembiayaan *murabahah* berperan penting dalam meningkatkan perkembangan usaha usaha yang dijalankan.⁸ Perkembangan usaha anggota dapat dilihat dari peningkatan jumlah pendapatan, peningkatan keuntungan usaha, peningkatan jumlah hewan ternak, peningkatan jumlah produksi susu segar dan peningkatan kesehatan hewan ternak.⁹

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Asri menunjukkan hasil bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan anggota adalah faktor ketertarikan (*transaksional*), faktor keyakinan (*referensial*), faktor keinginan (*prefensian*) dan faktor pencarian informasi (*eksploratif*).¹⁰ Dalam agama islam mengajarkan untuk mencapai usaha yang berkembang, pelaku usaha dapat melakukannya dengan cara yang baik dan tidak menyimpang dari ajaran agama islam. Perkembangan atas usaha tidak semata-mata untuk mengharapkan rezeki di dunia saja, melainkan juga harus mengharapkan ridho Allah SWT.¹¹

Anggota BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur yang menjadi penerima pembiayaan *murabahah* dapat dikatakan mempunyai kehidupan yang cukup sejahtera setelah menerima pembiayaan dan usaha yang berkembang.

⁷ Hasil *Interview* dengan Admin Pembiayaan BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur

⁸ Dina Camelia, "Peran Pembiayaan *Murabahah* Terhadap Perkembangan Usaha Dan Kesejahteraan Pelaku Umkm Pasar Tradisional," *Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 3 (2018): 195-204.

⁹ Hasil *Interview* dengan Admin Pembiayaan BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur

¹⁰ Rizka Komala Asri, "Pengaruh Tingkat Margin Dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan *Murabahah*" 63, no. 2 (2018): 1-3, http://forschungsunion.de/pdf/industrie_4_0_umsetzungsempfehlungen.pdf%0Ahttps://www.dfki.de/fileadmin/user_upload/import/9744_171012-KI-Gipfelpapier-online.pdf%0Ahttps://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-PIs/2018/180607-Bitkom.

¹¹ *Ibid.*

Kesejahteraan yang dimaksud dapat dilihat dari kemampuannya memenuhi kewajibannya untuk melunasi selama jangka waktu pembiayaan, usaha yang dijalankan berkembang seperti bertambahnya hewan ternak dan memiliki tempat peternakan yang lebih memadai untuk hewan ternaknya.

Oleh karena itu, semua perusahaan yang berkecimpung dengan jasa umumnya yang salah satunya yaitu BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur memiliki kewajiban untuk terus menerus menyusun strategi, mencari inovasi dan mengelola sumber dana dengan baik. Harapannya untuk para anggota yang menerima pembiayaan *murabahah* dapat terus mengembangkan usaha yang dijalankannya. Perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas produk jasanya agar perusahaan tersebut dapat diterima oleh anggota dan masyarakat luas.

Selanjutnya anggota akan menilai produk dan margin yang telah diterimanya, jika anggota sudah merasa nyaman dan mendapat timbal balik yang positif untuk usahanya mereka akan kembali untuk memenuhi kewajibannya melunasi pembiayaan telah diterimanya. Mereka juga akan merekomendasikan ke anggota lain untuk melakukan pembiayaan yang sama dengan kebutuhan yang sudah disediakan pada fasilitas program peternak. Penelitian pendukung tentang pengaruh pengetahuan produk dan tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* yang dilakukan oleh Nanda dengan judul “Pengaruh Tingkat Margin, Pengetahuan Nasabah, Prosedur Pembiayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan *Murabahah*” menunjukkan hasil variabel pengetahuan nasabah dan tingkat margin

berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *murabahah* di Bank Syariah.¹²

Berangkat dari pemikiran tersebut, penulis terinspirasi untuk mengerjakan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Tingkat Margin Terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan *Murabahah* (Studi Pada BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di latar belakang tersebut, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur?
2. Apakah tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur?
3. Apakah pengetahuan produk dan tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan beberapa pertanyaan yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini, maka tujuan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur.

¹² Hanif arifi Nanda, “Pengaruh Tingkat Margin, Pengetahuan Nasabah, Prosedur Pembiayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus Pada KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera)” (2020): 1-137.

2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk pembiayaan dan tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dapat diharapkan memberi manfaat untuk berbagai pihak antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Pihak Akademis

Guna memperluas ilmu pengetahuan sebagai bentuk kontribusi serta dedikasi yang positif dari penulis agar dapat memberikan sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya pada prodi perbankan syariah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh pengetahuan produk dan tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Agar memberikan manfaat bagi perusahaan untuk memberikan informasi yang berguna dan menjadi masukan bagi para pihak perkoperasian agar dapat meningkatkan produk pembiayaan dan tingkat margin yang proporsional.

1.5 Batasan Masalah

Adapun pembahasan sesuai dengan hal yang menjadi fokus penelitian, maka batasan pembahasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh pengetahuan produk dan tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur.
2. Peneliti mengambil sampel penelitian pada anggota peternak BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur.
3. Variabel pengetahuan produk menggunakan teori Peter and Olson dalam Solihin yang mendefinisikan pengetahuan produk sebagai berbagai jenis pengetahuan, makna, dan keyakinan yang dicatat dalam memori konsumen. Konsumen dengan pengetahuan yang lebih tinggi akan menjadi lebih realistis dalam pemilihan produk yang sesuai dengan harapan mereka. Di mana, semakin tinggi sebuah pengetahuan konsumen dalam membeli suatu produk, dapat meningkatkan kemampuan setiap konsumen dalam membuat pilihan yang lebih memuaskan.¹³

Variabel pengetahuan produk diukur dengan pengetahuan mengenai karakteristik produk, pengetahuan mengenai manfaat produk, pengetahuan mengenai kepuasan yang diberikan produk dan pengetahuan mengenai kategori dari produk.¹⁴

4. Variabel tingkat margin menggunakan teori Pisol, dkk dalam Yusro menjelaskan margin *murabahah* ditetapkan berdasarkan biaya pembiayaan, biaya *overhead* dan *profit*.¹⁵

¹³ Muhamad Sidik Solihin, "Pengaruh Citra Merek Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda PCX (Studi Kasus Di Sinar Rejeki Lembang)" (2020): 15–32.

¹⁴ Farah Annida Hasna, "Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah" (2019): 88.

¹⁵ Yusro Rahma, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Margin *Murabahah* Bank Syariah Di Indonesia," *Akuntabilitas* 9, no. 1 (2016): 43–54.

Variabel tingkat margin di ukur dengan tingkat keuntungan yang diharapkan, risiko pembiayaan, tingkat persaingan dan kondisi perekonomian.¹⁶

5. Variabel keputusan anggota menggunakan teori Peter-Olson dalam Bayu menjelaskan definisi keputusan anggota dalam mengambil kredit yaitu sebagai suatu pilihan diantara dua atau lebih tindakan. Intinya keputusan anggota dalam mengambil kredit yaitu proses integrasi dalam mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau memilih satu diantaranya.¹⁷

Variabel keputusan anggota diukur dengan *transaksional* (ketertarikan), *referensial* (keyakinan), *prefensian* (keinginan) dan *eksploratif* (pencarian informasi)

¹⁶ Asri, "Pengaruh Tingkat Margin Dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan *Murabahah*."

¹⁷ Bayu Fathurrahman, "Pengaruh Faktor Budaya" (2017): 6–25.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*

2.1.1 Pengertian *Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) memiliki dua makna, *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. Kata “*maal*” yang dimaksud adalah kegiatan sosial, yaitu mengenai penghimpunan dan penyaluran ZIS (Zakat, Infaq dan *Shodaqoh*). Sedangkan kata “*tamwil*” yaitu kegiatan lembaga keuangan non profit. BMT bukan hanya berorientasi di bidang bisnis komersial saja atau memusat kekayaannya hanya untuk kaum atas, namun untuk didistribusikan harta yang merata secara adil akan dikhususkan bagi kaum menengah kebawah.¹⁸

Dalam jurnal ilmiah yang dituliskan oleh Muttalib¹⁹ Arief Budiharjo menjelaskan bahwa *Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)* berasal dari bahasa Arab yaitu “Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) merupakan upaya lembaga ekonomi rakyat yang mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi menggunakan sistem bagi hasil untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil sampai bawah dalam rangka pengentasan kemiskinan.

Dijelaskan juga dalam jurnal ilmiah yang sama yaitu dituliskan oleh Muttalib²⁰ Muhammad Ridwan mendefinisikan *Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)* merupakan sebuah organisasi bisnis yang mengembangkan usaha-

¹⁸ Solekha et al., “*Baitul Maal Wa Tamwil* Sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah Pemberdaya Ekonomi Umat (Konsep Dan Teori).”

¹⁹ Abdul Muttalib, “BMT Dalam Tinjauan Historis Menguak Fungsi Dan Sejarah Perkembangannya,” *Econotica* 1, no. 2 (2019): 1–10.

²⁰ *Ibid.*

usaha pada sektor keuangan seperti simpan pinjam dan juga berperan sosial yang memiliki persamaan fungsi dan juga peran dengan lembaga amil zakat (LAZ) yang meliputi upaya pengumpulan dana infaq, *shodaqoh*, wakaf dan sumber dana-dana sosial lainnya.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *Baitul Maal Wa-Tamwil* adalah lembaga ekonomi rakyat yang berkaitan dengan aktivitas keuangan non *profit* guna mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi menggunakan sistem bagi hasil dan juga sebagai lembaga amil zakat (LAZ) yang meliputi upaya pengumpulan dana infaq.

Lembaga *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) merupakan lembaga pemberdayaan masyarakat untuk membantu meningkatkan derajat ekonomi umat karena BMT tidak hanya berfokus pada bidang riil saja akan tetapi dalam bidang kemanusiaan juga. Dengan dana yang dipinjamkan diharapkan dapat mendorong para pemilik usaha kecil yang terbantu oleh adanya berbagai pelatihan dana sosial yang didistribusikan dapat memberi manfaat bagi penerima dana juga bagi penanam dana dan dapat meningkatkan semangat menabung agar dana yang dimiliki dapat lebih bermanfaat bagi orang lain.²¹

Seluruh kegiatan operasional sesuai dengan prinsip syariah. Dalam proses penyaluran dana terdapat akad seperti akad *mudharabah*, *wadiah*, *ijarah*, *murabahah*, *qardh*, *wakalah* dan *murabahah*. Akad dapat terlaksana jika telah disetujui antara kedua belah pihak, dengan keputusan bersama atas semua ketentuan yang akan dijalankan. Agar tujuan bisa tercapai diperlukan sebuah partisipasi oleh seluruh sumber daya BMT yang

²¹ Solekha et al., "Baitul Maal Wa Tamwil Sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah Pemberdaya Ekonomi Umat (Konsep Dan Teori)."

profesional dengan sistem yang memadai. Ada faktor pendukung lain yaitu dilakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai pentingnya melakukan aktivitas ekonomi yang sesuai dengan prinsip syariah karena hal ini juga dapat dijadikan sebagai pengenalan adanya BMT kepada masyarakat.²²

Lembaga *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) memiliki badan hukum yang memayungi yaitu koperasi. Segala kegiatan sesuai dengan hukum yang berlaku. Undang-Undang No. 25 1992 tentang koperasi, dengan tujuan menarik minat anggota untuk menyimpan dana. Peraturan ini belum sejalan dengan BMT yang notabennya untuk kepentingan *masalah*. Maka dari itu, perlu adanya sebuah badan hukum lain yang berorientasi syariah sebagai pendukung dan dijadikan pedoman dalam pelaksanaan kegiatan, diantaranya Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI No. 91 2004 tentang petunjuk pelaksanaan KJKS yang menarik kegiatan ZIS, Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI No. 35 2007 tentang pedoman dan standar operasional KJKS, Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI No. 39 2007 tentang pedoman pengawasan KJKS. Kegiatan sosial mengacu pada UU No. 23 2011 mengenai Zakat. Sehingga penyaluran sosial tetap pada jalur hukum yang jelas. Badan hukum terakhir adalah UU No.1 2013 terkait LKM.²³

2.1.2 Tujuan dan Fungsi *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT)

Baitul Maal Wat Tamwil merupakan lembaga pemberdayaan masyarakat untuk membantu perekonomian kalangan bawah, baik dalam kegiatan sosial maupun ekonomi sesuai dengan akad dan prinsip syariah.

²² *Ibid.*

²³ *Ibid.*

Walaupun lembaga ini berbentuk lembaga keuangan berorientasi pada syariah tetapi bukan berarti hanya berfokus pada bidang keuangan saja dan bukan berarti juga termasuk kategori lembaga sosial, melainkan sebagai penghubung pemberdayaan dan kesejahteraan umat yang mengefektifkan dana sosial.²⁴

Semua dana yang terkumpul kemudian dialokasikan sebagai dana ZIS atau dana sosial lainnya yang sesuai dengan peraturan dan hukum syariah serta amanah. Pendistribusian *baitul maal* harus lebih banyak dibanding dengan *tamwil* atau komersialnya. Kegiatan pemberdayaan yang dilaksanakan yaitu:

- a) Bantuan pendidikan
- b) Pemberian beasiswa
- c) Bantuan fasilitas kesehatan
- d) Santunan untuk tujuh golongan penerima zakat ataupun bagi yang mengalami musibah.

Dana yang telah diinvestasikan oleh pihak penanam dana juga akan diberikan kepada masyarakat yang membutuhkan dana, khususnya bagi perintis usaha agar semakin berkembang atau hanya sebagai perantara dalam menyimpan dana. Kelompok tersebut diberikan bantuan berupa modal usaha, pelatihan juga pendampingan usaha. Bidang komersil adalah anggota yang menyimpan dananya dalam bentuk simpanan, tabungan, giro dan lain sebagainya.²⁵

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*

2.1.3 Peran penting *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) dalam pengembangan usaha masyarakat

BMT selain sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang membantu masyarakat untuk memiliki usaha atau pengembangan usaha, BMT juga memiliki peran dalam masyarakat yaitu:²⁶

- a) Melindungi masyarakat dari praktik ekonomi non syariah. Hal ini diperlukan agar masyarakat dapat memahami pentingnya melakukan kegiatan ekonomi yang sejalan dengan syariah dan tidak merugikan satu sama lainnya.
- b) Melakukan pembinaan dan pembiayaan usaha kecil. BMT harus mengetahui bagaimana berjalannya usaha para anggota atau apakah bisnis atau usahanya lancar atau ada kendala.
- c) Membebaskan masyarakat dari sikap ketergantungan terhadap rentenir. BMT lebih efektif dalam membantu anggotanya yang membutuhkan biaya sehingga mereka tidak perlu lagi ke rentenir yang dapat merugikan mereka.
- d) Mendorong pertumbuhan ekonomi secara luas melalui distribusi yang merata. BMT harus adil terhadap masyarakat, hal ini dapat dicapai dengan menggunakan cara evaluasi seperti mempertimbangkan pembiayaan yang layak atau tidak dalam pemberian modal usaha anggotanya.

²⁶ Nofinawati, "Baitul Maal Wat Tamwil (BMT): Peluang Dan Tantangan Dalam Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Di Kota Padangsidempuan," *Al-Masharif* 4, no. 1 (2016): 91-112.

2.1.4 Ciri-ciri BMT

Berikut merupakan ciri-ciri *baitul maal wa-tamwil* yaitu:²⁷

- a) Meskipun bukan organisasi sosial, tetapi dapat digunakan untuk mendistribusikan dana sosial seperti zakat, infaq, *shodaqoh*, *hibah* dan wakaf
- b) Lembaga ekonomi umat yang didirikan dari bawah dengan cara melibatkan peran serta masyarakat secara keseluruhan
- c) Lembaga ekonomi di bawah kepemilikan bersama
- d) Berorientasi bisnis

2.2 Pengetahuan Produk

2.2.1 Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang dikenali oleh seseorang. Pengetahuan termasuk, namun tidak terbatas pada deskripsi, asumsi, konsep, teori, prinsip dan prosedur yang menunjukkan bahwa probabilitas bayesian adalah akurat atau bermanfaat.²⁸

Dalam pengertian lain, pengetahuan adalah berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Pengetahuan terjadi ketika seseorang menggunakan pikirannya untuk mengenali objek atau peristiwa tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Seperti ketika seseorang mencicipi masakan baru diketahuinya, dia memperoleh pengetahuan tentang bentuk, rasa dan aroma masakan tersebut.²⁹

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Robert M Kosanke, "Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah" (2019).

²⁹ *Ibid.*

2.2.2 Pengertian Produk

Produk dapat dipahami sebagai sesuatu yang dapat melengkapi kebutuhan dan keinginan anggota. Artinya, produk disini bermanfaat dengan cara melengkapi kebutuhan sehari-hari konsumen dan juga dapat dimiliki oleh konsumen sesuai dengan keinginannya. Secara umum, produk memiliki dua bentuk yang berkaitan dengan benda berwujud dan tidak berwujud. Agar produk yang ditawarkan bank laku di pasaran, maka produk tersebut harus diciptakan dengan kualitas yang tinggi dan memenuhi harapan dan keinginan anggota.

Produk dengan nilai tingkat kualitas yang tinggi akan memiliki nilai kompetitif yang lebih baik ketika produk dan pelayanan perbankan lainnya. Hal ini dilakukan agar produk perbankan dapat menawarkan berbagai keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Bank yang mengembangkan produk baru harus sesuai kebutuhan, selera dan preferensi anggota dan selalu menarik minat calon anggota baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada.³⁰

Definisi produk adalah sebuah pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai informasi mengenai produk yang diantaranya adalah merek, model, atribut produk, harga produk dan kepercayaan akan produk sehingga dapat membantu konsumen dapat memutuskan pembelian terhadap suatu produk.

Pada teori bauran pemasaran (*Strategy Mix*), produk di bank merupakan suatu jenis produk (simpanan dan pembiayaan) dan jasa pelayanan perbankan yang diberikan kepada anggota untuk dapat

³⁰ Adenia mustika Fahmi, Pengaruh Pengetahuan Produk, Pemakaian Dan Pembelian Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Bank Bni Syariah, JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance., 2017.

bermanfaat dengan baik, memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mewujudkan keinginan serta harapan anggota dengan memuaskan.³¹

2.2.3 Pengertian Pengetahuan Produk

Dalam karya ilmiah yang dituliskan oleh Hasna³² Angel mendefinisikan pengetahuan konsumen terhadap produk adalah pengetahuan konsumen akan karakteristik produk, seperti kelas produk, merek dan model atau fitur yang diperoleh dari berbagai informasi yang didapatkan oleh konsumen tersebut.

Dijelaskan kembali dalam karya ilmiah yang sama yaitu dituliskan oleh Hasna³³ Rao dan Sieben mendefinisikan bahwa pengetahuan produk merupakan serangkaian berbagai informasi tentang produk yang dimiliki oleh konsumen. Semakin tinggi pengetahuan dan banyaknya informasi yang dimiliki oleh konsumen akan suatu produk, maka konsumen akan semakin cepat dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk.

Berikutnya dijelaskan dalam karya ilmiah yang berbeda yaitu tuliskan oleh Oktavia³⁴ Sumarwan mengartikan pengetahuan produk yaitu sekumpulan berbagai informasi tentang produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.

Dari definisi-definisi diatas dapat ditarik garis besarnya bahwa pengetahuan produk adalah pengetahuan berbagai informasi akan produk yang dimiliki oleh konsumen. Dimana pengetahuan tersebut mengenai kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk,

³¹ *Ibid.*

³² Hasna, "Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah."

³³ *Ibid.*

³⁴ Jihan Zahara Oktavia et al., "Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Di Bank" (2021).

harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Hal ini menjadi kepentingan tersendiri bagi para konsumen untuk mempertimbangkan dalam evaluasi produk sebelum dilakukannya pembelian.

2.2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:³⁵

- a) Pendidikan adalah suatu proses perubahan sikap dan tingkah laku seseorang atau sekelompok orang serta usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan, sehingga jelas bahwa dapat kita kerucutkan sebuah visi pendidikan yaitu mencerdaskan manusia.
- b) Media yang dirancang khusus untuk menjangkau masyarakat luas. Jadi contoh dari media massa tersebut adalah televisi, radio, surat kabar dan majalah.
- c) Informasi menurut *Oxford English Dictionary*, informasi adalah "*that of which one is apprised or told: intelligence, news*". Kamus lain mengatakan bahwa informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui, tetapi beberapa menekankan informasi sebagai *transfer* pengetahuan. Selain itu istilah informasi juga memiliki arti yang lain seperti yang didefinisikan oleh Rancangan Undang-Undang (RUU) teknologi informasi mendefinisikan sebagai suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memanipulasi, mengumumkan, menganalisis dan menyebarkan informasi untuk tujuan tertentu.

³⁵ Kosanke, "Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah."

d) Informasi itu sendiri meliputi data, teks, gambar, suara, kode, program komputer dan *database*. Terdapat perbedaan definisi informasi menurut sifatnya informasi tidak dapat dideskripsikan (*intangible*), sedangkan informasi ditemukan dalam kehidupan.

2.3 Tingkat Margin

2.3.1 Pengertian Tingkat Margin

Dalam jurnal ilmiah yang dituliskan oleh Sumanti³⁶ Ridwansyah menjelaskan dalam bukunya berjudul mengenal istilah-istilah dalam perbankan syariah, margin adalah selisih antara harga barang yang dibeli oleh bank dengan harga jualnya kembali kepada anggota. Definisi tingkat margin selanjutnya menggunakan teori Pisol, dkk dalam Yusro menjelaskan margin *murabahah* ditentukan berdasarkan biaya pembiayaan, biaya operasional dan keuntungan.³⁷

Tingkat margin adalah keuntungan tetap pada rapat ALCO Bank syariah. Anggota ALCO (*Assets Liabilities Management Committee*) adalah direksi dan sejumlah kepala divisi yang bertanggung jawab untuk mengelola, merumuskan strategi dan menyusun portofolio bank untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal dan tetap sehat.³⁸

Dijelaskan dalam jurnal ilmiah yang dituliskan oleh Tabrani³⁹ Satria & Saputri menyatakan pendapatan *murabahah* memiliki arah hubungan yang positif dengan rasio ROA. Semakin besar pendapatan pembiayaan *murabahah*, maka rasio ROA juga akan semakin besar. Begitu pula

³⁶ Susi Sumanti, Nety Hermawati, and Selvia Nuriasari, "Pengaruh Margin Dan Lokasi Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan *Murabahah* Studi Pada BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung" 5, no. 3 (2019): 1–23.

³⁷ Rahma, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Margin *Murabahah* Bank Syariah Di Indonesia."

³⁸ Sumanti, Hermawati, and Nuriasari, "Pengaruh Margin Dan Lokasi Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan *Murabahah* Studi Pada BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung."

³⁹ Tabrani, "Pengaruh Pembiayaan *Murabahah* Dan Margin *Murabahah* Terhadap Return On Asset Bank Umum Syariah Di Indonesia," *Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 6, no. 1 (2022): 19–32.

sebaliknya, semakin rendah pendapatan pembiayaan *murabahah*, maka rasio ROA juga akan semakin rendah.

2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Margin

Faktor yang mempengaruhi margin meliputi:⁴⁰

- a) Jenis barang
- b) Ada pembanding
- c) Reputasi mitra pada pembiayaan awal
- d) Alat ukur

2.4 Keputusan Anggota

2.4.1 Pengertian Anggota

Anggota merupakan pemilik sekaligus pengguna jasa dan produk koperasi. Dimana hal tersebut akan terwujud apabila para anggota menunjukkan sikap loyal kepada koperasinya atau merasa memiliki koperasinya. Dengan terbentuknya keeratan hubungan koperasi dengan para anggotanya, maka tumbuhnya kemampuan koperasi akan semakin dipengaruhi, diantaranya dalam hal kemampuan:⁴¹

- a) Peningkatan pelayanan kebutuhan ekonomi atau usaha anggota
- b) Pemanfaatan koperasi dalam menjual atau mengolah produk anggota
- c) Pemanfaatan koperasi sebagai penyedia dana dengan cara menggunakan kelebihan dana milik anggota yang disimpan pada KSP (Koperasi Simpan Pinjam).
- d) Pemanfaatan koperasi sebagai sumber kekuatan dalam bernegosiasi atau melakukan langkah-langkah bisnis lainnya.

⁴⁰ Sumanti, Hermawati, and Nuriasari, "Pengaruh Margin Dan Lokasi Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Murabahah Studi Pada BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung."

⁴¹ Mudemar A. Rasyidi, "Mengembalikan Koperasi Kepada Jati Dirinya Berdasarkan Ketentuan-Ketentuan Dan Peraturan-Peraturan Yang Berlaku Di Indonesia," *Jurnal M-Progress* 8, no. 1 (2018): 148-165.

2.4.2 Keputusan Anggota

Dalam jurnal ilmiah yang dituliskan oleh Maulana⁴² Schiffman dan Kanuk mendefinisikan pengambilan keputusan adalah identifikasi dan pemilihan setidaknya dua *opsi*. Secara umum, seseorang dapat mengakses pilihannya saat menentukan lebih banyak pilihan.

Anggota akan memperhatikan kualitas dari suatu bank seperti pelayanan dan produk yang ditawarkan sehingga anggota termotivasi untuk menggunakannya dengan mempertimbangkan hal itu untuk mencari kepuasan.⁴³

Erat kaitannya dengan pemilihan terhadap produk dari perbankan syariah sebab pengoperasiannya berprinsip syariah tidak dikenal bunga yang sesuai dengan syariat islam dan bunga pada perbankan syariah adalah riba dan diharamkan dalam Islam, terdapat QS AL-Baqarah: 277 – 278.⁴⁴

Teknik dalam pengambilan keputusan juga sangat beragam. Berbagai literatur pengambilan keputusan pada tingkat teknik adalah sebagai berikut:⁴⁵

- a) Keputusan terprogram (Tradisional)
 - 1) Sudut Pandang Tradisional
 - a. Unsur kebiasaan
 - b. Unsur pekerjaan rutin

⁴² Fajar Rezky Maulana, Nevi Hasnita, and Evriyenni Evriyenni, "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah," *JHIBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 2, no. 2 (2020): 124.

⁴³ Zulkifli Zainuddin, "Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat)," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRM) Fakultas Ekonomi UNIAT* 1, no. 1 (2016): 1–12.

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Muhammad Yusran, "Analisis Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Bank Syariah Di Kabupaten Mamuju," *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 3, no. 1 (2021): 45–57.

- c. Struktur organisasi internal
 - 2) Perspektif Modern
 - a. Kegiatan penelitian, model atau desain dengan komputer
 - b. Data elektronik
 - c. Keputusan yang tidak terduga
- b) Tidak Terprogram
 - 1) Perspektif Tradisional
 - a. *Heuristic*, yakni dicapai dengan mencari atau menemukan dengan intuisi dan kreativitas.
 - b. *Rule of thumbs*, yakni sekumpulan teknis yang tidak terprogram.
 - c. Metode seleksi dan pelatihan pegawai negeri atau pengawas.
 - 2) Perspektif Modern
 - a. Kegiatan pelatihan bagi para pengambil keputusan.
 - b. Produk inovasi dan teknologi program komputer.

Oleh karena itu, selain tuntutan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, pelaku bisnis harus mampu beradaptasi dengan perubahan dan kebutuhan konsumen serta tren permintaan konsumen yang digunakan dalam produk dan jasa. Hal ini terkait dengan budaya dan lingkungan yang dianggap strategis.⁴⁶

⁴⁶ *Ibid.*

2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota

Faktor-faktor yang mempengaruhi anggota dalam pengambilan keputusan adalah:⁴⁷

- a) Kekuatan Sosial Budaya
 - 1) Faktor budaya, budaya merupakan hasil cipta manusia secara turun temurun, sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan mencakup ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma- norma yang berlaku pada masyarakat.
 - 2) Faktor kelas sosial, kelas sosial dinilai dari kedudukan seseorang dalam masyarakat. Kelas sosial dan status sosial adalah dua konsep yang berbeda.
 - 3) Faktor kelompok anutan (*Small Reference Group*), Kelompok anutan yaitu sekelompok orang yang dapat mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen yang dimana hal ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen.
 - 4) Faktor keluarga, keluarga merupakan faktor awal pembentuk kepribadian dan perilaku seseorang.
- b) Kekuatan Faktor Psikologis
 - 1) Faktor pengalaman belajar, suatu perubahan sifat atau tingkah laku dari permasalahan sebelumnya sebagai hasil dari pembelajaran. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi perilaku konsumen dan tentunya kemudian mempengaruhi keputusan konsumen.

⁴⁷ Rusny Istiqomah Sujono and Febrian Wahyu Wibowo, "Marketing Mix Dan Tingkat Margin Dalam Pengambilan Keputusan Pembiayaan Pada Nasabah Bank Syariah," *El Dinar* 8, no. 1 (2020): 37.

- 2) Faktor kepribadian, pembentuk kepribadian seseorang sangat mempengaruhi pembentukan sebuah karakter atau perilaku individu tersebut. Kepribadian suatu individu pasti dibentuk atau dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal atau lingkungan dari individu tersebut.
- 3) Faktor sikap dan keyakinan, Sikap merupakan bentuk persiapan seseorang dalam menghadapi sesuatu. Keyakinan dapat dipengaruhi oleh sikap. Komunikasi merupakan salah satu faktor yang dapat mengubah sifat dan keyakinan dari seorang individu.
- 4) Konsep diri (*Self-Concept*), pandangan terhadap sesuatu dan penguasaan diri merupakan pengembangan diri yang dikenal dengan konsep diri. Konsep diri mempengaruhi apa yang akan kita lakukan kedepannya.

2.5 Pembiayaan *Murabahah*

2.5.1 Pengertian *Murabahah*

Dalam Daftar Istilah Buku Himpunan Fatwa DSN (Dewan Syariah Nasional) dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan *murabahah* berarti menjual suatu barang dengan menegaskan harga pembelian kepada pembeli dan pembeli membayar dengan harga yang lebih agar memperoleh keuntungan. Sedangkan dalam PSAK 59 terkait akuntansi perbankan syariah pada paragraf 52 menjelaskan bahwa *murabahah* adalah jual beli barang dengan menyatakan harga beli dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.⁴⁸

⁴⁸ Isnaliana, "Penetapan Margin Keuntungan *Murabahah* : Analisis Komparatif Bank Muamalat," *Share* 4, no. 2 (2015): 229–244.

Murabahah adalah menjual dan membeli barang dengan harga awal dan ditambah keuntungan yang disepakati. Dalam *murabahah* penjual harus menyebutkan harga produk yang dibelinya dan menentukan keuntungan atas harga tersebut. Umumnya *murabahah* digunakan untuk memberikan pembiayaan jangka pendek kepada para anggota untuk pembelian barang meskipun mungkin anggota tidak memiliki uang untuk membayar.⁴⁹

2.5.2 Dasar Hukum *Murabahah*

Meskipun Al-Qur'an tidak merujuk pada *murabahah* secara langsung, namun ada beberapa referensi tentang jual beli, keuntungan (laba), dan perdagangan. Begitu pula dalam hadits, tidak ada dasar hukum yang rinci tentang *murabahah*. Para ulama generasi awal, seperti Maliki dan Syafi'i yang secara khusus menyatakan bahwa jual beli *murabahah* adalah halal, tetapi mereka tidak menyebutkan referensi yang eksplisit atau jelas dari Al- Qur'an maupun hadits.⁵⁰

Dalil dasar yang digunakan terutama dalam prinsip *murabahah* adalah surat Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut:

وَأَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ الْمُبَايَعَاتُ رِبَاً
وَأَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ الْمُبَايَعَاتُ رِبَاً
وَأَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ الْمُبَايَعَاتُ رِبَاً

“...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...” (Q.S. Al-Baqarah: 275).⁵¹

⁴⁹ Sumanti, Hermawati, and Nuriasari, “Pengaruh Margin Dan Lokasi Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan *Murabahah* Studi Pada BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung.”

⁵⁰ Isnaliana, "Penetapan Margin Keuntungan *Murabahah* : Analisis Komparatif Bank Muamalat."

⁵¹ Q.S Al-Baqarah (2 : 275)

Dalam surat An-Nisa' ayat 29, Allah SWT kembali menegaskan yaitu:

قَدْ أَفْلَحَ الْوَعْدَىٰ الَّذِي كَفَرَٰ وَأَمَّا كَلِّمٌ مِّنْ لَّدُنِّي سَوَءٌ قَدْ كَفَرَٰ
 فَكَيْفَ يُعْرَفُ الَّذِي كَفَرَٰ إِذْ كَفَرَٰ كَفَرَٰ فَعَمِيَ سَبْعُ عَشْرَٰ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ
 وَإِن تَرَىٰٓ أَكْثَرَ النَّاسِ سَاهُونَ لَأَجْرُ الْوَعْدَىٰ الَّذِي كَفَرَٰ لَآتٍ وَلَا يَجِدُ لَكَ
 عُذْرًا عِندَ رَبِّهِ ۚ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu”. (Q.S. an-Nisa’: 29).⁵²

Hadits yang menjelaskan jual beli tangguh (*murabahah*) adalah hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah:⁵³

عَنْ شَالِحِ بْنِ شُهَيْبٍ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ
 ثَلَاثٌ فِي بَيْعِ الْوَعْدَىٰ خَيْرٌ مِنْ بَيْعِ الْوَقْدَىٰ
 الْوَعْدَىٰ بِطَرَاوِيظٍ أَوْ بِطَرَاوِيظٍ
 وَالْوَقْدَىٰ بِطَرَاوِيظٍ أَوْ بِطَرَاوِيظٍ
 وَطَرَاوِيظٌ بِطَرَاوِيظٍ

عَنْ شَالِحِ بْنِ شُهَيْبٍ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ
 ثَلَاثٌ فِي بَيْعِ الْوَعْدَىٰ خَيْرٌ مِنْ بَيْعِ الْوَقْدَىٰ
 الْوَعْدَىٰ بِطَرَاوِيظٍ أَوْ بِطَرَاوِيظٍ
 وَالْوَقْدَىٰ بِطَرَاوِيظٍ أَوْ بِطَرَاوِيظٍ
 وَطَرَاوِيظٌ بِطَرَاوِيظٍ

عَنْ شَالِحِ بْنِ شُهَيْبٍ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ
 ثَلَاثٌ فِي بَيْعِ الْوَعْدَىٰ خَيْرٌ مِنْ بَيْعِ الْوَقْدَىٰ
 الْوَعْدَىٰ بِطَرَاوِيظٍ أَوْ بِطَرَاوِيظٍ
 وَالْوَقْدَىٰ بِطَرَاوِيظٍ أَوْ بِطَرَاوِيظٍ
 وَطَرَاوِيظٌ بِطَرَاوِيظٍ

“Dari Shalih bin Shuhaib dari ayahnya berkata, Rasulullah SAW bersabda “tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: pertama, menjual dengan pembayaran tangguh (*murabahah*), kedua *muqaradhah* (nama lain dari *mudharabah*) dan ketiga mencampur tepung dengan gandum untuk kepentingan rumah, bukan untuk diperjual belikan.” (HR. Ibnu Majah).

Para ulama menyepakati mengenai kehalalan jual beli sebagai suatu

transaksi riil yang sangat dianjurkan dan adalah sunnah Rasulullah SAW.⁵⁴

Fatwa DSN MUI Pembiayaan *murabahah* di Indonesia diatur dan ditetapkan oleh DSN MUI (Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia). Ada beberapa fatwa yang mengatur dan menjadi dasar hukum *murabahah*, antara lain:⁵⁵

1) 4/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*

⁵² Q.S An-Nisa' (4 : 29)

⁵³ Hadist Tentang *Murabahah* Riwayat Ibnu Majah

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ Nanda, "Pengaruh Tingkat Margin, Pengetahuan Nasabah, Prosedur Pembiayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus Pada KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera)."

- 2) 13/DSN-MUI/IX/2000 tentang Uang Muka dalam *Murabahah*
- 3) 16/DSN-MUI/IX/2000 tentang Diskon dalam *Murabahah*
- 4) 23/DSN-MUI/III/2002 tentang Potongan Pelunasan dalam *Murabahah*

Dalam Fatwa DSN/ No.04/DSN-MUI/IV/2000. Dalam fatwa ini ketentuan umum tentang *murabahah* tertuang dalam bank syariah. Sedangkan membantu masyarakat dalam melangsungkan dan meningkatkan kesejahteraan dan berbagai kegiatan, bank syariah harus memiliki fasilitas *murabahah* bagi yang membutuhkannya, yaitu menjual suatu barang dengan cara menegaskan harga belinya kepada pembeli dan harga jual dengan tambahan sebagai keuntungan.⁵⁶

⁵⁶ Andi Asruni, "Analisis Fatwa DSN MUI Nomor 4/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Akad *Murabahah* Dalam Penerapan Hak Milik (Studi Pada Bank Muamalat KCP Parepare)" (2021): 6.

2.6 Penelitian Terdahulu

Dalam kajian pustaka ini, peneliti menemukan ada beberapa penelitian atau kajian yang terkait dengan penelitian ini, diantaranya adalah:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator Atau Fokus Penelitian	Metode / Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Farah Annida Hasna, 2019, Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah	1. Variabel pengetahuan produk Indikator: a) Pengetahuan tentang karakteristik dan atribut produk. b) Pengetahuan tentang manfaat produk. c) Pengetahuan tentang risiko produk. d) Pengetahuan tentang kepuasan produk. 2. Variabel tingkat religiusitas Indikator: a) Kepercayaan akan kebenaran ajaran Islam. b) Mengerjakan ritual-ritual agama Islam (ibadah). c) Pengalaman religius dalam kehidupan sehari-hari. d) Pengetahuan tentang ajaran pokok Islam yang sesuai dengan Al-Qur'an.	Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah Analisis Kuantitatif. Metode yang digunakan adalah Analisis regresi linier Berganda. Penerapan metode ini akan menghasilkan tingkat hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian dapat ditunjukkan seberapa besar kontribusi variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikatnya (dependen) serta arah hubungan yang terjadi (hubungan negatif atau positif)	Pengetahuan produk perbankan syariah dan tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.

		<p>e) Konsekuensi dalam menjalani ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.</p> <p>3. Variabel keputusan menabung</p> <p>Indikator:</p> <p>a) Pengenalan masalah</p> <p>b) Pencarian informasi</p> <p>c) Penilaian alternatif</p> <p>d) Keputusan pembelian</p> <p>e) Perilaku pasca membeli</p>		
2.	<p>Sigit Setiyo Nugroho, 2020, Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dosen Fiai Kopertais Iii D.I Yogyakarta Di Bank Syariah</p>	<p>1. Variabel pengetahuan produk</p> <p>Indikator:</p> <p>a) Mengetahui landasan dan asas perbankan syariah</p> <p>b) Mengetahui prinsip perbankan syariah</p> <p>c) Mengetahui fungsi dan peran perbankan syariah</p> <p>d) Mengetahui kenasabahan perbankan syariah</p> <p>e) Mengetahui produk tabungan perbankan syariah</p> <p>2. Variabel minat menabung</p> <p>Indikator:</p> <p>a) Minat <i>transaksional</i></p> <p>b) Minat <i>refrensional</i></p> <p>c) Minat <i>prefrensi</i></p> <p>d) Minat <i>eksploratif</i></p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, metode analisis ditunjukkan untuk menggambarkan bagaimana pengaruh Pengetahuan Produk perbankan syariah terhadap minat dosen fiai menabung di bank syariah</p>	<p>Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel pengetahuan produk perbankan syariah memiliki pengaruh terhadap minat menabung dosen fiai kopertais di bank syariah.</p>

<p>3.</p>	<p>Titis Wulan Purnamasari, 2022, Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Kspps BMT Banjarnegara Cabang Punggelan (Studi Pada Nasabah Simpanan Wadiah)</p>	<p>1. Variabel pengetahuan produk Indikator: a) Pengetahuan tentang karakteristik produk b) Pengetahuan tentang manfaat produk c) Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk d) Pengetahuan mengenai kategori produk 2. Variabel nisbah bagi hasil Indikator: a) Prosentase bagi hasil b) Pembagian bagi hasil c) Kebermanfaatan d) Besarnya Nisbah e) Cara Menyelesaikan Kerugian 3. Variabel pelayanan Indikator: a) Bukti fisik (Tangibilitas) b) Keandalan (Realibilitas) c) Daya tanggap (Responsivitas) d) Peduli (<i>Empathy</i>) 4. Variabel keputusan menjadi nasabah Indikator: a) Pengenalan kebutuhan b) Pencarian informasi c) Evaluasi alternatif d) Keputusan pembelian</p>	<p>Metode analisis data dengan metode analisis regresi linier berganda, uji koefisien Determinan (R²) dan pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas,</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah, nisbah bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dan Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah</p>
-----------	---	--	--	---

		e) Perilaku pasca pembelian		
4.	Rizka Komala Asri, 2018, Pengaruh Tingkat Margin dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan <i>Murabahah</i>	<p>1. Variabel Tingkat Margin Indikator:</p> <p>a) Komposisi pendanaan b) Tingkat persaingan c) Risiko pembiayaan d) Jenis nasabah e) Kondisi perekonomian f) Tingkat keuntungan yang diharapkan bank</p> <p>2. Variabel Prosedur Pembiayaan Indikator:</p> <p>a) Realisasi pembiayaan b) Kemudahan prosedur c) Kecepatan pelaksanaan d) Persyaratan</p> <p>3. Variabel keputusan nasabah Indikator:</p> <p>a) Transaksional (Ketertarikan) b) Referensial (Keyakinan) c) Prefensian (Keinginan) d) Eksploratif (Pencarian informasi)</p>	Analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS 16.00	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat margin dan prosedur pembiayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan <i>murabahah</i> . Sedangkan hasil koefisien determinasi (R^2) dengan nilai Adjust R Square sebesar 70,1% sedangkan sisanya 30%.
5.	Hanif Arifi Nanda, 2020, Pengaruh Tingkat Margin, Pengetahuan Nasabah, Prosedur Pembiayaan dan Kualitas Pelayanan	<p>1. Variabel Tingkat Margin Indikator:</p> <p>a) Hukum Syariah b) Keterjangkauan c) Persaingan d) Kesanggupan nasabah</p>	Teknik analisis pada penelitian ini dibantu software SPSS ver.23 dengan menggunakan uji analisis regresi berganda untuk mengetahui apa pengaruh antar variabel bebas	Hasil perhitungan SPSS menunjukkan hasil uji hipotesis parsial yang mana tingkat margin dan prosedur pembiayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan

	<p>Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan <i>Murabahah</i></p>	<p>e) Keadilan f) Sesuai dengan kesepakatan</p> <p>2. Variabel Pengetahuan Nasabah Indikator: a) Pengetahuan umum tentang karakteristik produk b) Hukum syariah c) Promosi penjualan</p> <p>3. Variabel Prosedur Pembiayaan Indikator: a) Hukum Syariah b) Kemudahan c) Realisasi Pembiayaan</p> <p>4. Variabel Kualitas Pelayanan Indikator: a) Empati b) Ketanggapan c) Keandalan d) Bukti Fisik</p> <p>5. Variabel Keputusan Nasabah Indikator: a) Transaksional/Ketertarikan b) Tingkat Margin c) Pengetahuan Nasabah d) Prosedur Pembiayaan e) Kualitas Pelayanan f) Kepuasan Nasabah</p>	<p>terhadap variabel terikat. Sampel pada penelitian ini yaitu dengan teknik purposive sampling diperoleh sampel sebanyak 60 orang</p>	<p>nasabah, sedangkan pengetahuan nasabah dan kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan nasabah.</p>
--	---	--	--	---

Sumber: Diolah dari berbagai sumber

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu ada beberapa penelitian membahas variabel yang sama dengan penelitian ini yaitu salah satunya variabel tidak terikat membahas mengenai pengetahuan produk dan tingkat margin dan variabel terikatnya adalah keputusan nasabah.

Perbedaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah ada beberapa penelitian di atas yang membahas pengaruh religiusitas, kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan, minat menabung yang dimana variabel tersebut tidak dibahas dalam penelitian ini melainkan yang dibahas adalah variabel pengetahuan produk dan tingkat margin, dalam pengambilan produk pembiayaannya pun berbeda yaitu pembiayaan *mudharabah* dan *wadiah*. Sedangkan dalam penelitian ini produk pembiayaan yang diambil adalah pembiayaan *murabahah* maka dari itu ini akan menjadi salah satu pembaharuan dari penelitian terdahulu.

2.7 Penjelasan Variabel dan Indikator

2.7.1 Variabel Bebas (X)

Variabel bebas (*independent variable*), adalah variabel yang menyebabkan atau secara teoritis cenderung memiliki efek pada variabel lain.⁵⁷

1) Variabel Bebas (X_1)

Variabel bebas (X_1) dalam penelitian ini adalah pengetahuan produk. Pengetahuan produk merupakan sebuah pengetahuan mengenai informasi dalam sebuah produk. Dengan arti lain yaitu semua informasi yang terkait dengan produk yang dijual sehingga dapat mendorong terjadinya suatu pembelian.

⁵⁷ Anis Endang Yudi Marihot, Sapta Sari, Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA), vol. Vol. 1, 2022.

Produk pembiayaan ditawarkan oleh bank umum syariah, unit syariah BPRS dan perusahaan pembiayaan. Tetapi ada juga mekanisme yang hanya melibatkan dua pihak seperti pembiayaan emas di bank atau BPRS dan pembiayaan dengan cara jual dan sewa balik (*sale and lease back*).

Pengetahuan produk dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:⁵⁸

a) Pengetahuan tentang karakteristik produk

Karakteristik suatu produk akan menjadi sebuah pengetahuan wajib bagi para konsumen pada umumnya, begitupun dengan anggota. Anggota akan mencari tahu tentang karakteristik produk jasa yang akan mereka gunakan sebagai pendukung dalam usaha-usaha yang mereka miliki.

b) Pengetahuan tentang manfaat produk

Manfaat produk akan dapat dirasakan oleh anggota apabila mereka telah memiliki pengetahuan akan karakteristik produk jasa yang telah mereka pilih karena setiap produk jasa memiliki keunggulannya masing-masing dalam membantu setiap keberlangsungan usaha-usaha anggota.

c) Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk

Sebuah perusahaan atau koperasi harus memastikan bahwa anggota telah menggunakan produk jasanya dengan benar. Kesalahan menggunakan produk jasa juga dapat mengakibatkan suatu produk tidak berfungsi dengan semestinya. Akibatnya anggota akan merasa kecewa, begitupun sebaliknya anggota akan

⁵⁸ Hasna, "Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah."

merasa puas jika mereka dapat menggunakan produk jasa dengan benar sesuai kebutuhan usaha yang mereka jalankan.

d) Pengetahuan tentang kategori produk

Setiap produk jasa memiliki keunggulannya masing-masing, oleh karena itu anggota harus dapat memilih kategori produk yang sesuai dengan kebutuhan usaha yang mereka jalankan.

2) Variabel Bebas (X_2)

Variabel bebas (X_2) dalam penelitian ini adalah tingkat margin. Margin adalah laba kotor atau tingkat selisih atau kenaikan nilai dari aset yang dinilai dengan harga produksi dan harga jual.⁵⁹ Margin adalah persentase keuntungan yang didapatkan perusahaan dari penjualan produk atau jasa dengan modal yang dikeluarkan. Margin sangat erat kaitannya dengan *profit* dan sering kali disebut sebagai profit margin atau keuntungan margin. *Profit* margin adalah hasil dari perbandingan laba setelah dikurangi bunga atau pajak.

Tingkat margin dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:⁶⁰

a) Tingkat keuntungan yang diharapkan

Setiap lembaga keuangan akan menetapkan margin sesuai dengan produk yang telah disediakan. Dalam setiap produk memiliki tingkat margin yang berbeda-beda yaitu sesuai dengan fasilitasnya. Anggota akan sangat terbantu dengan penetapan margin dalam fasilitas program peternak karena memiliki banyak keunggulannya masing-masing.

⁵⁹ Eliza, "Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* Pada BPRS Gajah Tongga Kotopiliang Kota Sawahlunto," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas* 21, no. 1 (2019): 143–153.

⁶⁰ Asri, "Pengaruh Tingkat Margin Dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan *Murabahah*."

b) Risiko Pembiayaan

Dalam memberikan pembiayaan kepada anggota, koperasi akan dihadapkan dengan risiko-risiko pembiayaan. Oleh karenanya koperasi harus melakukan survey lapangan untuk membuktikan dan memastikan pembiayaan yang diajukan oleh anggota layak untuk diberikan.

c) Tingkat persaingan

Dalam dunia bisnis perbankan banyak perusahaan atau koperasi lain yang juga menawarkan produk-produk jasa unggulan mereka untuk menarik minat anggota untuk menggunakan produknya. Dengan hal ini pemilihan strategi juga sangat penting untuk bertahan dengan banyak pesaing bisnis lainnya.

d) Kondisi perekonomian

Setiap anggota memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing, begitupun dengan kondisi ekonomi setiap anggota akan sangat beragam. Survey lapangan adalah menjadi salah hal wajib yang dilakukan oleh pihak koperasi dalam menentukan pembiayaan yang layak diberikan kepada anggotanya sesuai dengan kondisi ekonomi atau dengan kemampuan setiap anggota.

2.7.2 Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel terstruktur secara ilmiah yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan anggota yaitu penentuan dan pemilihan minimal pada dua pilihan sendiri. Secara umum,

pilihan elektif harus dapat diakses oleh seseorang ketika menentukan lebih banyak pilihan.⁶¹

Keputusan anggota dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:⁶²

a) *Transaksional* (Ketertarikan)

Setiap anggota akan mencari tahu produk-produk jasa yang mereka butuhkan dengan usaha yang mereka jalankan. Dengan hal tersebut anggota akan menemukan keunggulan produk jasa yang disediakan sehingga mereka akan tertarik untuk melakukan pembiayaan yang mereka butuhkan.

b) *Referensial* (Keyakinan)

Sebelum melakukan pembiayaan setiap anggota akan mempertimbangkan dalam memilih produk jasa yang akan mereka gunakan. Beberapa hal pendukungnya juga berhubungan dengan pengetahuan produk dan tingkat margin, yang dapat membantu anggota untuk memutuskan melakukan pembiayaan.

c) *Prefensian* (Keinginan)

Keinginan anggota melakukan pembiayaan tidak lain untuk meningkatkan usaha yang mereka jalankan. Keinginan tersebut juga muncul dari dalam diri setiap anggota bukan terbentuk karena paksaan orang sekitarnya.

d) *Eksploratif* (Pencarian Informasi)

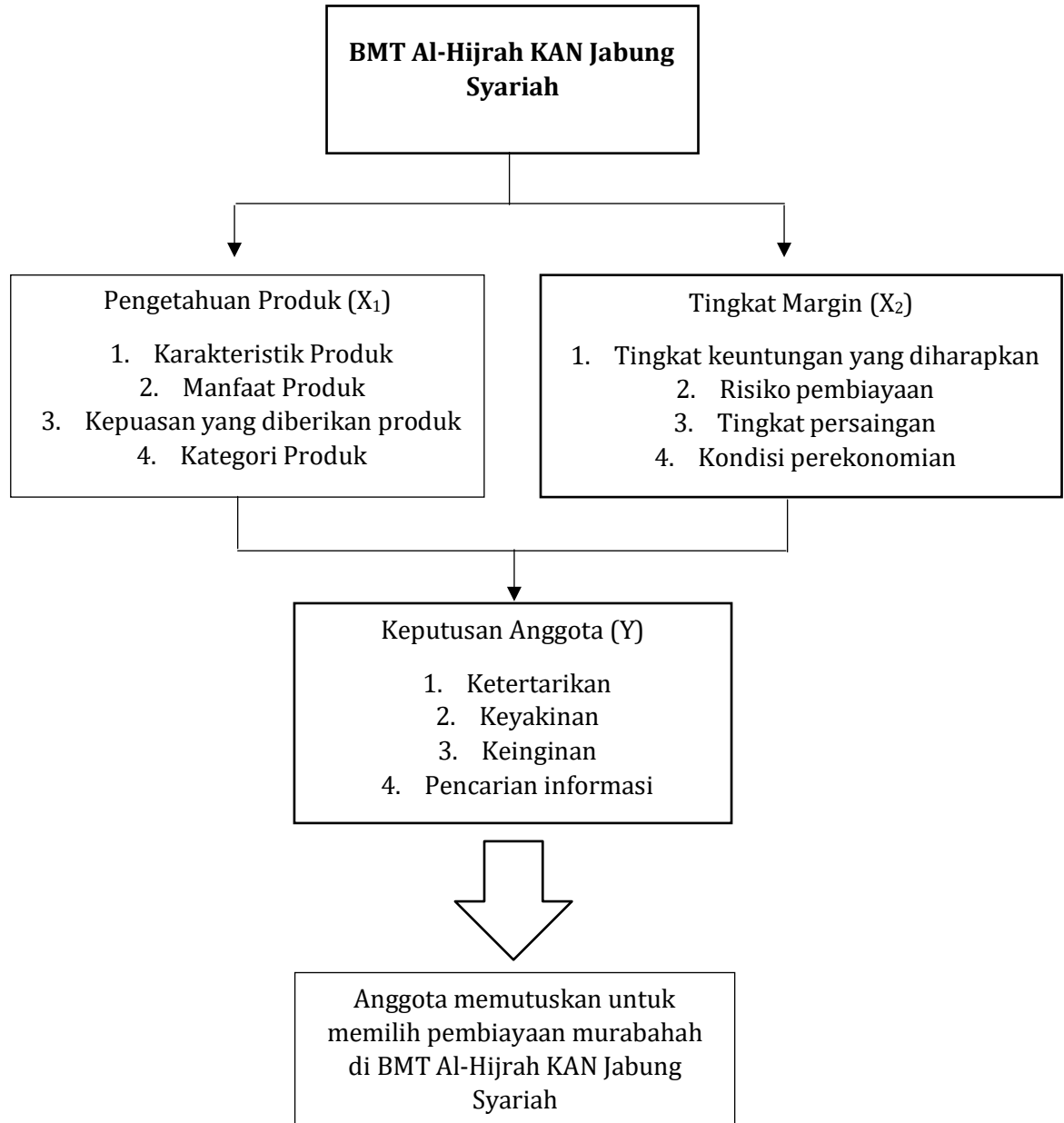
Anggota akan mencari informasi dari berbagai sumber tentang produk-produk jasa yang akan sangat dapat membantu usahanya.

⁶¹ Yusran, "Analisis Faktor Penentu Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Bank Syariah Di Kabupaten Mamuju."

⁶² Asri, "Pengaruh Tingkat Margin Dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan *Murabahah*."

2.8 Kerangka Konseptual

Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual



Sumber: Data primer diolah

Dalam gambar 2.1 dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel pengetahuan produk (X₁) dengan indikator tersebut yang diambil dari teorinya J Paul Peter

dan Jerry C. Olson dalam Hasna⁶³ dan variabel tingkat margin (X_2) dengan indikator tersebut yang diambil dari jurnal ilmiah yang dituliskan oleh Eliza⁶⁴ saling memberi pengaruh terhadap variabel keputusan anggota (Y) dengan indikator tersebut yang diambil dari teorinya Ferdinand dalam Afifah⁶⁵ dimana titik akhir dari 3 variabel tersebut menyatakan bahwa anggota memutuskan untuk memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah.

2.9 Hipotesis

1. Pengaruh Pengetahuan Produk (X_1) Terhadap Keputusan Anggota (Y) Memilih Pembiayaan *Murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur

Pengetahuan produk merupakan sebuah pengetahuan mengenai informasi dalam sebuah produk. Dengan arti lain yaitu semua informasi yang terkait dengan produk yang dijual sehingga dapat mendorong terjadinya suatu pembelian.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nanda yaitu membuktikan bahwa variabel pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah.⁶⁶

Berdasarkan deskripsi diatas maka peneliti menguraikan hipotesis dibawah ini:⁶⁷

⁶³ Hasna, "Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah."

⁶⁴ Eliza, "Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* Pada BPRS Gajahtongga Kotopiliang Kota Sawahlunto."

⁶⁵ Nugrahainy Siti Nur Afifah, "Pengaruh Pendapatan Mahasiswa Dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah," *Ekonomi dan Bisnis* (2020): h. 28.

⁶⁶ Nanda, "Pengaruh Tingkat Margin, Pengetahuan Nasabah, Prosedur Pembiayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus Pada KSPPS Muamalah Berkah Sejahtera)."

⁶⁷ Muhammad Syafitri and Mustaring, "Persepsi Normatif Masyarakat Terhadap Pembayaran Zakat Fitrah Melalui Lembaga Amil Zakat (Studi Di Kecamatan Mamajang Kota Makassar)," *Jurnal Tomalebbi* 3, no. 4 (2016): 54–63; Rafika, "Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Di BTN Syairah Kcps Pare Pare," *Central Library Of State Of Islamic Institutr ParePare* 7, no. 2 (2020): 107–15.

H₀: Pengetahuan produk (X₁) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota (Y) memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur

H₁: Pengetahuan produk (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota (Y) memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur

2. Pengaruh Tingkat Margin (X₂) Terhadap Keputusan Anggota (Y) Memilih Pembiayaan *Murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur

Margin adalah laba kotor atau tingkat selisih atau kenaikan nilai dari aset yang berasal dari nilai dari biaya produksi dan harga jual.⁶⁸ Margin adalah persentase keuntungan yang didapatkan perusahaan dari penjualan produk atau jasa dengan modal yang dikeluarkan. Margin sangat erat kaitannya dengan *profit* dan sering kali disebut sebagai profit margin atau keuntungan margin. *Profit* margin adalah hasil dari perbandingan laba setelah dikurangi bunga atau pajak.

Adapun penelitian terdahulu yang diteliti oleh Asri yang membuktikan bahwa tingkat margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan *murabahah*.⁶⁹

Berdasarkan deskripsi diatas maka peneliti menguraikan hipotesis dibawah ini:⁷⁰

H₀: Tingkat margin (X₂) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota (Y) memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur

⁶⁸ Eliza, "Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* Pada BPRS Gajahtongga Kotopiliang Kota Sawahlunto."

⁶⁹ Asri, "Pengaruh Tingkat Margun Dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan *Murabahah*."

⁷⁰ Rafika, "Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Di BTN Syariah Kcps Pare Pare."

H₂: Tingkat margin (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota (Y) memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur

3. Pengaruh Pengetahuan Produk (X_1) dan Tingkat Margin (X_2) Terhadap Keputusan Anggota (Y) Memilih Pembiayaan *Murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur

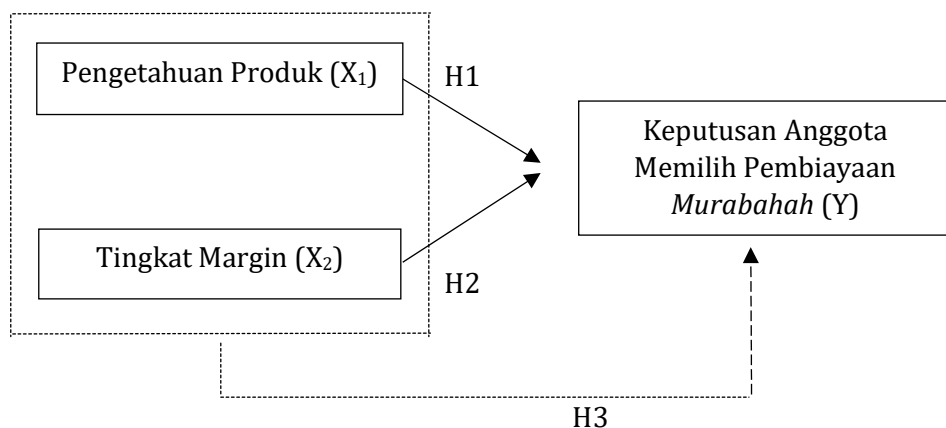
Berdasarkan deskripsi diatas maka peneliti menguraikan hipotesis dibawah ini:⁷¹

H₀: Pengetahuan Produk (X_1) dan Tingkat margin (X_2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota (Y) memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur

H₃: Pengetahuan Produk (X_1) dan Tingkat margin (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota (Y) memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur

Adapun hubungan antar variabel yang menggambarkan hipotesis dalam penelitian ini bisa dilihat dalam gambar kerangka hipotesis berikut ini:

Gambar 2. 2
Kerangka Hipotesis



⁷¹ *Ibid.*

Keterangan:

Garis lurus ———▶ : Uji Parsial

Garis putus - - - - -▶ : Uji Simultan

Dari kerangka hipotesis diatas dapat disimpulkan bahwa secara parsial (Uji t) variabel pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan anggota. dan variabel tingkat berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan anggota. Secara simultan (Uji F) variabel pengetahuan produk dan tingkat berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan anggota

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan jenis pendekatan yang bersifat asosiatif dengan bentuk kausal, dimana akan menguji pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).⁷². Dalam penelitian ini bertujuan untuk meneliti populasi atau sampel secara acak dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data yang bersifat statistik⁷³ dengan menggunakan alat bantu statistik *software* SPSS versi 23. Penelitian ini berfokus pada lokasi spesifik yaitu BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur. Artinya dalam penelitian ini ada interaksi antara dua variabel atau lebih. Konteks yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan produk dan tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur.

3.2 Fokus Penelitian dan Kehadiran Peneliti

Penelitian ini berfokus pada pengaruh pengetahuan produk dan tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur. Dalam penelitian ini peneliti bertindak di dalam pengumpulan, pengolahan, penyajian sampai penarikan kesimpulan. Peneliti secara langsung menggunakan kuesioner untuk pengambilan data yang telah dibagikan kepada responden.

⁷² M.M. Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E., Metode Penelitian Kuantitatif, 3rd ed., 2021.

⁷³ Muh Yani Balaka, "Metode Penelitian Kuantitatif" (2022): 130.

3.3 Tahapan Penelitian

Langkah-langkah dalam membuat penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut:⁷⁴

1. Pemilihan tema yang dijadikan sebagai fenomena dalam penelitian, kemudian menentukan judul penelitian.
2. Mengidentifikasi masalah
3. Menentukan rumusan masalah
4. Perumusan tujuan dan manfaat penelitian
5. Mengkaji teori
6. Perumusan hipotesis
7. Mengidentifikasi variabel dan data penelitian
8. Pemilihan alat pengumpulan data
9. Perancangan pengolahan data
10. Menentukan metode pengumpulan data
11. Menentukan teknik menghitung dan pengambilan sampel penelitian
12. Menentukan alat analisis yang tepat
13. Mengerjakan analisis data
14. Melakukan penarikan kesimpulan dan saran

3.4 Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini dilakukan di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur yang beralamatkan di Jl. Suropati No. 4 Kemantren Jabung Kabupaten Malang Jawa Timur 65155. Penelitian dilakukan selama bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2023.

⁷⁴ *Ibid.*

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

1) Populasi

Populasi adalah gabungan dari semua faktor yang berupa kejadian, hal atau orang dengan karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti karena dianggap sebagai semesta penelitian.⁷⁵

Populasi mencakup semua orang atau unit yang diteliti. Populasi dalam penelitian adalah seluruh anggota yang memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur berjumlah 3.900 anggota.

2) Sampel

Sampel merupakan terdiri dari beberapa anggota populasi yang menjadi perwakilan populasi dengan cara tertentu yang sifat-sifatnya sedang diselidiki.⁷⁶

Penentuan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dasar perhitungan yang dikemukakan oleh Sugiyono dalam Febriasari dkk sebagai berikut:⁷⁷

$$\text{Rumus } n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = *Standar error* (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05 dan 10% atau 0,1)

⁷⁵ Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E., Metode Penelitian Kuantitatif.

⁷⁶ *Ibid.*

⁷⁷ Puty P Febriasari et al., "Jurnal Equilibrium Manajemen Online ISSN: 2460-2299," Jurnal Equilibrium Manajemen Online iSSN: 2460-2299 7, no. 2 (2021): 50-64.

Berdasarkan data yang diperoleh jumlah rata-rata anggota tetap BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah tahun 2023 sebanyak 3.900 anggota. Data yang didapat dari penelitian kemudian digunakan untuk menghitung total sampel yang dikumpulkan. Dibawah ini adalah rumus dari pengambilan sampel.

$$\text{Jumlah anggota} = \frac{3900}{1 + 3900 (0,1)^2} = 97,5$$

Hasil perhitungan sampel diatas yang didapatkan adalah 98 orang dengan teknik pengambilannya yaitu teknik *Sampling Accidental*.⁷⁸ *Sampling Accidental* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan dan sesuai untuk dijadikan sumber data.

3.6 Sumber Data dan Jenis Data

Sumber data adalah sesuatu yang dapat memberikan informasi yang dapat dijadikan data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan dari sumber utama yang telah diteliti. Selain itu data primer merupakan suatu data yang diamati langsung peneliti dari narasumber atau responden seperti hasil pengisian kuesioner.⁷⁹ Data ini diambil dari kuesioner yang telah disebar kepada anggota BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur.

⁷⁸ Putu Ade, Gusti Agung, Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS (Yogyakarta, CV Budi Utama: 2018) hlm.25

⁷⁹ Rafika, "Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Di BTN Syairah Kcps Pare Pare."

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan bukan dari sumber utama. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yakni data yang diperoleh dari karya ilmiah akademik terdahulu, buku, *website* dan referensi lainnya tentang pengetahuan produk dan tingkat margin.⁸⁰ Data sekunder berguna untuk melengkapi data utama yang terkumpul di lapangan.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Hal yang diperlukan dalam penelitian adalah memperoleh informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian, sehingga pengumpulan data sangat penting dilakukan. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah observasi, kuesioner yang disebar kepada responden dan dokumentasi.⁸¹

1. Observasi

Observasi adalah metode yang dilakukan dengan cara mencatat informasi sebagaimana yang telah disaksikan peneliti selama penelitian. Kejadian yang disaksikan oleh peneliti baik dengan cara melihat, mendengarkan, maupun merasakan itu yang kemudian akan dicatat. Peneliti memakai jenis observasi *Participant Observation*⁸², yakni peneliti terlibat dalam aktivitas subjek yang sedang diteliti.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara membagikan daftar pernyataan kepada responden dan harapannya mereka akan menjawab daftar pernyataan tersebut. Katalog Pertanyaan dapat dibuka jika tidak ada pilihan jawaban yang diberikan, atau ditutup jika

⁸⁰ Sari, "Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Santri Terhadap Minat Dalam Memilih Produk-Produk Bank Syariah," *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah* (2019).

⁸¹ Rafika, "Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Di BTN Syariah Kcps Pare-Pare."

⁸² Yudi Marihot, Sapti Sari, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, vol. Vol. 1, p. .

pilihan jawaban telah diberikan sebelumnya. Instrumen tersebut dapat berupa angket (kuesioner), *checklist*, atau skala. Kuesioner ini disampaikan kepada anggota BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur. Skala *Likert* digunakan sebagai skala pengukuran. Skala ini diperlukan jika penelitian memakai kuesioner dipakai untuk menilai orang yang diteliti pada 5 titik pada interval yang sama. Oleh karena itu, tipe data yang digunakan adalah tipe interval:⁸³

1. Jawaban sangat setuju (SS) diberi nilai 5
2. Jawaban setuju (S) diberi nilai 4
3. Jawaban netral (N) diberi nilai 3
4. Jawaban tidak setuju (TS) diberi nilai 2
5. Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi nilai 1

Instrumen penelitian dengan skala *likert* dapat dibuat seperti bentuk *checklist* atau pilihan ganda. Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh pengetahuan produk dan tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan strategi mengumpulkan informasi, dimana informasi disimpan dalam bentuk dokumen seperti surat, jurnal, file foto, hasil pertemuan, kenang-kenangan, buku harian dll. Bahan naratif diisolasi menjadi beberapa macam menjadi koleksi khusus memoar, surat individu, buku atau jurnal, peringatan, kliping, catatan pemerintah atau rahasia, informasi di server dan *blaze drive*, informasi yang disimpan di situs, dan

⁸³ Meli Saputri, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Bina Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung (Studi Pada Anggota Simpanan Wadiah Personal)," *Skripsi* (2017): 1-153.

lain-lain. Informasi semacam ini memiliki ciri khas yang sangat penting sehingga tidak terbatas pada kenyataan sehingga data penyelidikan yang terjadi di masa lalu dapat dimanfaatkan.⁸⁴

3.8 Instrumen Penelitian

Pengembangan alat merupakan tahap yang dibutuhkan dalam pola tata cara penelitian. Perangkat ini bertindak sebagai bantuan dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan.

Skala *likert* digunakan untuk menilai pendapat seseorang tentang kejadian umum. Oleh karena itu, penulis menggunakan penskalaan *likert* untuk menguji ukuran respon responden dalam penelitian ini dengan menggunakan alat survey ala kuesioner. Instrumen survei dibangun menggunakan skala *likert* berupa *checklist* dalam mengukur dampak karakteristik pengetahuan produk dan tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Al-Hijrah KAN Jabung Syariah Jawa Timur.⁸⁵

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Sebuah tes guna mengetahui keabsahan atau ketepatan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Alat ukur disini adalah pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam survey. Suatu survei dinyatakan valid apabila soal pada kuesioner tersebut dapat berkata sesuatu yang dinilai oleh kuesioner tersebut.⁸⁶

⁸⁴ Oktavia et al., "Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Di Bank."

⁸⁵ Saputri, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Nisbah Bagi Hasil Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BTM Bina Masyarakat Utama Way Dadi Bandar Lampung (Studi Pada Anggota Simpanan Wadiah Personal)."

⁸⁶ Nilda Miftahul Janna dan Herianto, "Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS," *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, no. 18210047 (2021): 1-12.

Kemudian penelitian menemukan validitas dengan rumus *korelasi product moment* yaitu:⁸⁷

$$R = \frac{N\sum XY - \sum X (\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - \sum X^2) \times (N\sum Y^2 - \sum Y^2)}}$$

Keterangan:

R = Koefisien Validitas Item yang Dicari

X = Skor Responden Untuk Setiap Item

$\sum X$ = Jumlah Skor dalam Distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah Skor dalam Distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat Masing-Masing Skor X

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat Masing-Masing Skor Y

N = Jumlah Subjek / Responden

Ketika menentukan apakah unit yang hendak dipakai layak, uji signifikansi koefisien biasanya dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05. Ini berarti unit tersebut dianggap valid apabila ada kesesuaian yang substansi dengan *score* penuh atau jika berarti divalidasi $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2) Uji Reliabilitas

Keandalan adalah tes yang menunjukkan seberapa andal meteran itu. Oleh karena itu pengujian reliabilitas memiliki kemampuan untuk menentukan kesesuaian alat ukur, apa tetap sesuai pada penilaian berulang Suatu alat ukur dianggap andal jika memberikan kesamaan hasil setelah beberapa kali pengukuran. Uji validitas data sebelum uji reliabilitas data. Karena data yang Anda ukur harus valid. Bila data

⁸⁷ Oktavia et al., "Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Di Bank."

yang dinilai tidak valid, maka tidak usah melakukan uji reliabilitas data tersebut.⁸⁸

Tes keyakinan dapat dijalankan secara bersamaan untuk semua pertanyaan. *Alpha Cronbach* adalah ukuran global umum untuk mengukur indeks kelompok dari dua atau lebih variabel. Nilai ini berkisar antara 0 hingga 1, dengan nilai alpha (α) yang tinggi menunjukkan kepercayaan yang tinggi untuk setiap variabel independen. Sebagai aturan praktis, nilai *Alpha Cronbach* 0,6 atau lebih tinggi dianggap cukup.⁸⁹

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apa data kita menyebar secara normal atau tidak, hingga cenderung dipakai dalam pengukuran parameter menurut Sujianto dalam Ainina Berdasarkan arti diatas bahwa uji normalitas memiliki tujuan untuk tahu apa variabel kita normal atau tidak.⁹⁰

Saat mengerjakan uji normalitas data, pendekatan Kolmogrov Smirnov dapat digunakan dalam kombinasi dengan kurva P-plot. Menurut Sujianto dari Ainina, pengambilan keputusan dengan Kolmogrov-Smirnov berjalan seperti ini:⁹¹

⁸⁸ *Ibid.*

⁸⁹ Muhammad Achyar, "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan Dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di BTM Mentari Ngunut Tulungagung," *Executive Summary*, no. 23 (2015): 57168.

⁹⁰ Muhammad Ridwan and Sintya Noviyanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek," *Kinerja* 4, no. 1 (2022): 53-66; Wida Ainina, "Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta," *Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia* (2018).

⁹¹ Ainina, "Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta."

- 1) Nilai Sig. atau signifikansi atau probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidak normal.
 - 2) Nilai Sig atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalah normal.
- 2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah terdapat hubungan langsung yang ideal antara beberapa variabel bebas dalam model regresi.⁹² Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas berhubungan. Dalam hal ini, cukup sulit dalam mengenalkan variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat. Ada kesesuaian yang mendekati +1 atau -1 antara variabel terikat. Artinya persamaan regresi tidak digunakan dengan benar dalam penyerupaan. Untuk menemukan multikolinearitas, Nugroho menjelaskan bahwa jika *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah 10 atau kurang, maka model tersebut multikolinear.⁹³ Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel independen mana yang mempengaruhi variabel dependen. Terdapat korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, jika *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinearitas.

⁹² Dwi Prihastuti, "Analisis Generalized Two Stages Ridge Regression (GTSRR) Untuk Mengatasi Multikolinearitas Dan Autokorelasi Beserta Aplikasinya" (2014).

⁹³ Ainina, "Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta."

3) Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah perubahan mood diferensial residual dalam model regresi.⁹⁴ Dalam regresi yang baik tidak boleh terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas sering terjadi pada model yang menggunakan data *cross section* dari pada *time series*, namun bukan berarti bahwa model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Sedangkan untuk membedakan ada atau tidaknya heteroskedastisitas, cenderung menganggap bahwa model regresi yang cocok adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas, dalam karya ilmiah yang tulis oleh Ainina⁹⁵ menurut teori Sujianto adalah:

- a) Distribusi (penyebaran) titik-titik data sebaiknya tidak terstruktur
- b) Titik-titik data tersebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0
- c) Titik-titik data tidak hanya dikumpulkan di atas atau di bawah saja

4) Uji Autokorelasi

Istilah autokorelasi adalah hubungan antara individu dari persepsi berdasarkan waktu. Dibandingkan dengan teknik asumsi metode kuadrat terkecil, autokorelasi merupakan hubungan di antara satu variabel yang mengganggu dengan variabel yang mengganggu lainnya.⁹⁶

⁹⁴ Sefy Frinthasari Putri, "Kepemilikan Rumah Syariah (Studi Pada Bank Umum Syariah Di Kota Malang)," *Jurnal Ilmiah* (2021).

⁹⁵ Ainina, "Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta."

⁹⁶ Prihastuti, "Analisis Generalized Two Stages Ridge Regression (GTSRR) Untuk Mengatasi Multikolinearitas Dan Autokorelasi Beserta Aplikasinya."

Tes *Durbin-Waston* (DW) merupakan tes yang paling umum digunakan dalam menentukan terjadi atau tidaknya autokorelasi. Sebagian besar program statistik telah menyediakan cara menghitung nilai d (koefisien DW).

1. Hipotesis

$H_0: \rho = 0$ (tidak ada autokorelasi)

$H_1: \rho \neq 0$ (ada autokorelasi)

2. Tingkat signifikansi $\alpha = 0.05$

3. Statistik Uji

3.9.3 Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis yang bertujuan untuk membangun model dan melihat apakah variabel independen yang lebih dari satu mempengaruhi variabel dependen.⁹⁷

Persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen atau respon

X = variabel independen atau prediktor

a = konstanta

b = koefisien perkiraan

e = residual/*error*

2. Uji t (Parsial)

Uji t diperlukan untuk melihat besarnya pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji t

⁹⁷ Putri, "Kepemilikan Rumah Syariah (Studi Pada Bank Umum Syariah Di Kota Malang)."

ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Langkah-langkah uji statistik adalah:⁹⁸

1) Rumusan hipotesis mencakup H_0 dan H_a , yaitu:

$H_0: \beta_i=0$ maka tidak berpengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y

$H_a: \beta_i>0$ maka memiliki pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y

2) Tingkat signifikan (α), misalnya $\alpha = 0,05$

3) Hitung *degree of freedom* (DF) atau derajat kebebasan (DK)

dengan rumus $DF = n-2$

4) $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya H_a diterima

5) $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya H_a ditolak

3. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji secara bersamaan signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji F dapat diuji menggunakan program SPSS dengan kriteria sebagai berikut:⁹⁹

1) Tingkat signifikan (α), biasanya $\alpha = 0,055$

2) Hitung *degree of freedom* (df) dengan rumus: df pembilang (v_1) = k dan df penyebut (v_2) = $n - k - 1$

3) $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya H_a diterima

4) $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya H_a ditolak

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien penentu (KP) atau koefisien determinasi (KD) adalah angka yang digunakan untuk memutuskan komitmen lebih variabel bebas lebih dari satu terhadap variabel terikat. R^2 menjelaskan sejauh

⁹⁸ Afifah, "Pengaruh Pendapatan Mahasiswa Dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah."

⁹⁹ Febriasari et al., "J. Equilib. Manaj. Online ISSN 2460-2299."

mana variasi dalam variabel dependen (Y) secara simultan dijelaskan oleh variabel independen.¹⁰⁰

Nilai koefisien penentu berada antara 0 sampai 1 ($0 \leq KP \leq 1$)

- a) Jika koefisien penentu (KP) = 0, berarti tidak berpengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- b) Jika koefisien penentu (KP) = 1, berarti variasi (naik atau turunnya) variabel bebas (Y) adalah 100% dipengaruhi oleh variabel terikat (X).
- c) Jika koefisien penentu berada di antara 0 dan 1 ($0 \leq KP \leq 1$) maka besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variasi (naik atau turunnya) variabel dependen adalah sesuai dengan nilai KP itu sendiri, dan selebihnya berasal dari faktor lain

¹⁰⁰ Afifah, "Pengaruh Pendapatan Mahasiswa Dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah."