

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Teori Asal

a. Murabahah

Menurut Hakim (2012:116-117), murabahah merupakan akad jual beli atas barang tertentu dimana penjual menyebutkan harga jual yang terdiri atas harga pokok barang dan tingkat keuntungan tertentu atas barang, dimana harga jual tersebut disetujui pembeli

Jual beli menurut istilah adalah pertukarkan harta dengan harta untuk keperluan pengelolaan yang disertai dengan lafal ijab dan kabul menurut tata aturan yang ditentukan dalam syariat islam

b. Jaminan

Jaminan merupakan sesuatu yang diberikan kepada pemberi pinjaman (kreditur) untuk menimbulkan keyakinan bahwa penerima pinjaman (debitur) akan memenuhi kewajiban yang dapat dinilai dengan uang yang timbul dari suatu perjanjian.

c. Keputusan

Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa

kemungkinan-kemungkinan dari alternatif tersebut bersama konsekuensinya.

Dari pengertian variabel diatas maka didapatkan teori utama yang digunakan yaitu teori *Consumer Behavior*. dimana kotler dan keller (2009) menyetakah bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Model perilaku konsumen yang dikembangkan Philip Kotler (2001) dimana, memahami pengaruh konsumen dalam proses keputusan adalah masalah utama. Pengaruh pertama, dalam pemilihan konsumen adalah rangsangan pemasaran (stimuli). Pengaruh kedua, datang dari konsumen itu sendiri yang meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap. Pengaruh ketiga, yaitu lingkungan seperti lingkungan ekonomi, lingkungan teknologi, lingkungan politik, dan lingkungan budaya.

Pada langkah berikutnya proses pengambilan keputusan konsumen yang meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, keputusan pembelian dan keputusan pasca pembelian. Kemudian sampai pada tahap pengaruh terakhir yaitu keputusan pembelian yang meliputi : jenis produk, pilihan produk, jumlah dan saat tepat melakukan transaksi dan metode pembayaran.

2. Akad Murabahah

a. Definisi Akad Murabahah

Murabahah berasal dari dharh, yang artinya memukul atau berjalan. Murabahah adalah bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih, dimana salah satu pihak sebagai pemilik dana yang mempercayai pihak lain sebagai pengelola dananya. Dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Murabahah didefinisikan sebagai akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (shahibul mal) menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua (mudharib) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan dibagi antara mereka sesuai kesepakatan sedangkan kerugian hanya ditanggung oleh pemilik dana. Kerugian akan ditanggung oleh pengelola dana apabila diakibatkan oleh kelalaian dari pengelola dana.⁷

Murabahah adalah perjanjian jual-beli antara bank dengan nasabah. Bank syariah membeli barang yang diperlukan nasabah kemudian menjualnya kepada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati antara bank syariah dan nasabah.

⁷ Silvia Isfiyanti, Rozmita Dewi Yuniarti, and Rumaisah Azizah Al Adawiyah, 'Pengaruh Risiko Pembiayaan Akad Murabahah, Musyarakah, Dan Mudharabah Terhadap Profitabilitas BPRS Di Indonesia Tahun 2011-2019', *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 12.1 (2020).

Mengutip dari Lathif (2012) menjelaskan bahwa menurut istilah, para ulama fiqh mendefinisikan murabahah sebagai berikut :

- 1) Menurut Burhanuddin Marghinani dari madzhab Hanafi, murabahah adalah memindahkan sesuatu (harta) yang dimiliki dari hasil akad (jual beli) yang pertama dengan harga pembelian (at tsaman al awwal) pada akad yang pertama disertai dengan pengambilan tambahan keuntungan.
- 2) Menurut Ibnu Rusdy dari madzhab Maliki mendefinisikan murabahah adalah jual beli yang terjadi apabila penjual menyebutkan kepada pembeli harga awal pembelian (at tsaman al awwal) barang dan mensyaratkan adanya keuntungan baik dalam bentuk dinar ataupun dirham.
- 3) Menurut Imama Mardawi dari madzhab Syafii memberikan makna murabahah dalam bentuk ilustrasi sebagai berikut : jual beli murabahah adalah apabila seorang berkata “ aku jual baju ini kepada mu secara murabahah, dari harga beli sebesar seratus dirham, saya mengambil keuntungan pada setiap sepuluh dirham”.
- 4) Menurut Ibnu Qudamah al Maqdisi dari madzab Hambali, memaknai murabahah dengan singkat dan padat yaitu jual beli dengan harga modal ditambah keuntungan tertentu.⁸

⁸ Laksmana, ‘Definisi Murabahah Menurut Para Ahli’, *Repository-Suska.Ac.Id*, 2009 <<http://Repository.Uin-Suska.Ac.Id> > [accessed 2 February 2023].

spesifikasi pesanan nasabah secara sah dari penjual pertama.

- 3) Bank menawarkan barang dengan spesifikasi yang diminta dan nasabah harus membelinya sesuai perjanjian yang telah disepakati.
- 4) Bank dan nasabah melakukan transaksi jual beli *murabahah* meliputi negosiasi harga, sistem dan jangka waktu pembayaran, ijab dan kabul, serah terima barang.
- 5) Nasabah membayar kewajibannya kepada bank, baik secara angsur atau sekaligus dalam jangka waktu yang telah disepakati bersama.⁹

c. Indikator Akad Murabah

Adapun indikator murabahah sebagai berikut:

- 1) persyaratan awal pembiayaan tidak rumit
- 2) pembiayaan mencukupi kebutuhan
- 3) nisbahnya tidak memberatkan
- 4) Pembiayaan untuk menambah modal
- 5) Jangka waktu pelunasan tidak memberatkan

⁹ Yuli Dwi Yusrani Anugrah, 'Analisis Konsep Penerapan Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah', *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2.2 (2020).

b. Konsep Akad Murabahah

Adapun Konsep dari Murabahah sebagai berikut:

Para ekonom-ekonom Islam dan ahli-ahli Fiqh, menganggap *Murabahah* sebagai bagian dalam jual beli. maka, secara umum kaidah yang digunakan adalah jual beli. Sebagai akad jual beli maka *murabahah* memiliki rukun dan syarat jual beli, diantaranya; Rukun jual beli *murabahah* ada tiga, yaitu orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli), akad (*ijab qabul*), dan *ma'kud alaih* (obyek akad) (Hendi Suhendi. 2002, dalam Rahmatuloh Pajar, 2015).²³ Sedangkan syarat yang harus dipenuhi pada barang yang akan diperjualbelikan sesuai dengan fatwa DSN nomor 4/DSN-MUI/IV/2000 ada empat syarat diantaranya; 1) barang harus ada 2) barangnya berupa harta yang jelas harganya 3) barang dimiliki sendiri dan 4) barang diserahkan pada waktu akad.

Adapun mekanisme pembiayaan *murabahah* bank syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Nasabah mengajukan permohonan pembelian barang kepada bank.
- 2) Bank mempelajari permohonan nasabah. Apabila diterima, maka bank membeli barang/ aset sesuai

4. Jaminan

a. Definisi jaminan

Pelaku UMKM dalam melakukan pembiayaan KUR tentunya menghadapi ketidakpastian spekulatif maupun ketidakpastian murni yang selalu menimbulkan kerugian. Kebutuhan rasa aman merupakan solusi yang kuat untuk menghadapi suatu resiko. Misalnya kegagalan dalam usaha dan tertimpa musibah seperti kehilangan modal usah. Dalam lembaga keuangan, jaminan rasa aman diperlukan oleh setiap nasabah salah satunya nasabah pembiayaan kur.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang perasuransian menyatakan bahwa asuransi syariah adalah asuransi kumpulan perjanjian, yang terdiri atas perjanjian antara perusahaan asuransi syariah dan pemegang polis, serta perjanjian di antara para pemegang polis, dalam rangka pengelolaan kontribusi berdasarkan prinsip syariah guna saling menolong dan melindungi. Menurut undang-undang tersebut bentuk perlindungan diberikan dengan:

- 1) penggantian kepada peserta atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita peserta atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti memberikan pembayaran yang didasarkan pada

meningkatnya peserta atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya peserta dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.¹⁰

Menurut (Sastrohadiwiryo, 2001) bahwa kebutuhan rasa aman merupakan suatu bentuk kondisi dan suasana kerja yang kondusif dalam menjamin setiap nasabah untuk melakukan transaksi dengan aman dan tenang. Wujud jaminan dalam penelitian ini adalah saat pihak bank memberikan jaminan kerahasiaan pada nasabah pelaku umkm dan memberikan jaminan pertanggungjawaban yang kemudian akan membuat nasabah pelaku UMKM merasa aman dalam melakukan pembiayaan kur di bank sumsel babel syariah.¹¹

b. Indikator Jaminan

Menurut Parasuraman,etal., indikator jaminan sebagai berikut:

¹⁰ Yuliyati Yuliyati and Ignatius Soni Kurniawan, 'Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah Bmt Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur', *Jurnal Manajemen*, 6.2 (2016).

¹¹ Ignasius Setitit, 'Pemenuhan Rasa Aman Pegawai Pada Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Takalar Fulfillment of the Sense of Security of Employees at the Public Works Office of Takalar Regency', 5.1 (2020), 1–6.

- 1) Kopetensi (competence) adalah kemampuan dalam bidang keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memberi jasa pada pelanggan.
- 2) Kesopanan (courtesy) adalah sikap santun, perhatian serta keramahan
- 3) Kredibilitas (credibility) adalah hal yang bersangkutan dengan kejujuran dan bisa dipercaya
- 4) Keamanan (security) kemampuan menjamin jasa untuk ditawarkan tanpa batas dan tidak berdaya, beresiko serta ragu.¹²

5. Keputusan

a. Definisi keputusan

Menurut Amirullah (2002:61) dalam Handayani (2012) pengambilan keputusan merupakan suatu proses penilaian dan pemulihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilhan yang dianggap paling menguntungkan. Selain itu, menurut salusu (2006) pengambilan keputusan ialah proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi. Pengambilan keputusan memerlukan satu seri tindakan membutuhkan beberapa langkah.

¹² Y. N Japarinto, 'Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon Di Surabaya. Jurnal Manajemen.', 2.1 (2004), 1-8.

Menurut Marimin (2004:10) dalam Wachid (2014) dalam mengambil keputusan seseorang seringkali dihadapkan pada berbagai kondisi antara lain unik, tidak pasti, jangka panjang dan kompleks. Pertama, pengertian dari kondisi unik adalah masalah tersebut tidak mempunyai preseden dan di masa depan mungkin tidak akan berulang kembali. Kedua, pengertian dari tidak pasti adalah faktor-faktor yang diharapkan mempengaruhi dan memiliki kadar ketahuan atau informasi yang sangat rendah. Ketiga, pengertian dari jangka panjang adalah implikasinya memiliki jangkauan yang cukup jauh ke depan dan melibatkan sumber-sumber usaha yang penting. Adapun kompleks yaitu dalam pengertiannya preferensi pengambilan keputusan atas resiko dan waktu memiliki peranan yang besar.¹³

b. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

1) Faktor budaya

- a) Budaya Merupakan penentuan keinginan dan perilaku yang mendasar yang terdiri dari kumpulan nilai, preferensi dan perilaku yang memberikan pengaruh kepada konsumen.
- b) Banyaknya sub budaya yang membentuk segmen pasar yang penting dan perusahaan sering merancang

¹³ Andriano Januar, 'Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)', *Jurnal Ilmiah*, 2016, 24.

produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

c) Kelas sosial

Kelas sosial berkaitan dengan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal.

2) **Faktor sosial**

a) Kelompok acuan

Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku konsumen

b) Keluarga

Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga. Perusahaan tertarik pada peran dan pengaruh relatif dari suami, istri dan anak-anak dalam membeli beragam produk dan jasa yang dikonsumsinya.

c) Peran dan status

Masing – masing peran mengharapkan status. Konsumen orang yang memilih produk yang tepat mengkomunikasikan peran dan status mereka dimasyarakat.

3) **Faktor pribadi**

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep dari pembelian.

4) **Faktor psikologis**

Pilihan pembeli konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama yaitu: motivasi, persepsi, kelayakan dan sikap.¹⁴

c. **Indikator keputusan**

1) **Pengenalan kebutuhan**

Proses pengambilan keputusan dilakukan ketika nasabah mengenali suatu masalah atau kebutuhannya. Atau nasabah merasakan adanya kebutuhan dan keinginan yang belum dipehuhi dan terpuaskan.

2) **Pencarian informasi**

Konsumen yang bergerak oleh stimulan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi. Kita dapat membedakan dua tingkatan. Keadaan pencarian informasi yang lebih ringan disebut perhatian yang

¹⁴ Victor Hambali and Iswan Noor, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Di Dalam Memilih Jenis Bank', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5.1 (2016).

memuncak. Beberapa pencarian dilakukan tergantung pada kekuatan dorongannya, jumlah informasi tambahan, nilai yang dia berikan pada informasi tambahan dan kepuasan yang dia peroleh dari pencarian. sumber informasi pertama yang dicari konsumen dan kepentingan relatifnya terhadap keputusan pembelian sesudahnya. Sumber informasi konsumen bisa diperoleh melalui sumber pribadi yaitu : keluarga, teman, tetangga, dan sumber komersial yaitu: iklan, karyawan.

Dan Konsumen mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan atau mendapatkan informasi yang relevan dengan kepuasan dari lingkungannya.

3) Evaluasi alternatif

Konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dengan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih.

4) Keputusan melakukan pembiayaan

Konsumen memilih alternatif yang dipilih dan memutuskan pembelian.

5) Perilaku Pasca Pembelian

Konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih telah memenuhi kebutuhan dan harapan setelah digunakan.¹⁵

B. Penelitian Terdahulu / Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan kumpulan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu dan mempunyai kaitannya dengan penelitian yang akan dilakukan. Diantaranya sebagai berikut :

Tabel 2.1

No	Nama/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Selvia Isfiyanti, Rozmita Dewi Yuniarti & Rumaisah Azizah Al Adawiyah/2 020	Pengaruh Resiko Pembiayaan Akad Murabahah, Musyarakah Dan Mudharabah Terhadap Profitabilitas BPRS Indonesia Tahun 2011- 2019	Variabel Independen: Akad Murabahah (X1) Akad Musyarakah (X2) Akad Mudharabah (X3) Variabel Dependen : Profitabilitas	Analisis Regresi Linier Berganda	Resiko Pembiayaan Akad Murabahah Dan Mudharabah Berpengaruh Signifikan Terhadap Profitabilitas Sedangkan Akad Musyarakah Tidak

¹⁵ Eko Yuliawan, 'Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung', *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 1.1 (2011), 21–30.

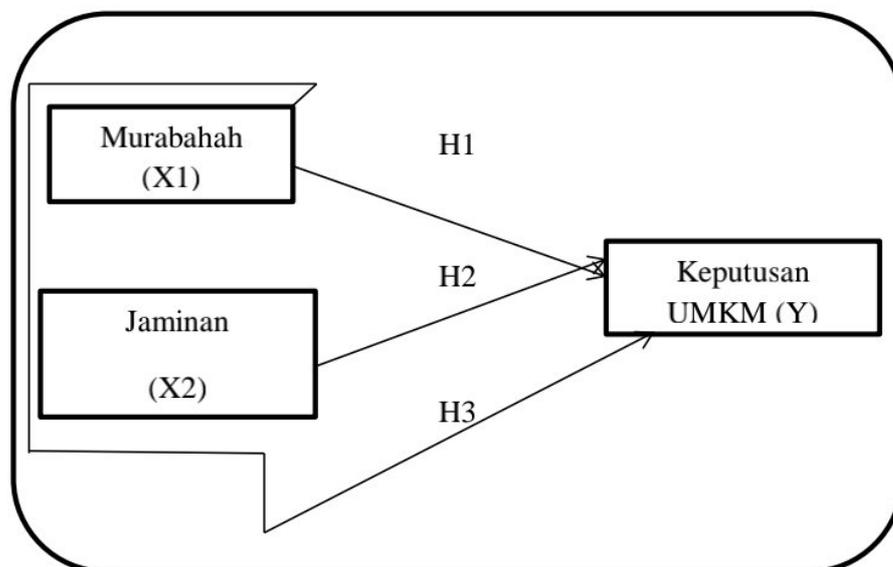
No	Nama/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
2	Ade Handoko, Inemy Prastiwi, Abdul Haris Romdhoni	Pengaruh Religiusitas, Loyalitas Dan Margin Murabahah Terhadap Minat Pembiayaan Akad Murabahah Di KSPPS BMT Syech Hasyimasy'ari Kantor Cabang Karangnongko	Variabel Independen: Religiusitas (X1) Loyalitas (X2) Margin Murabahah(X3)) Variabel Dependen: Minat Pembiayaan Murabahah(Y))	Analisis Regresi Linier Berganda	Religiusitas Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Pembiayaan Akad Murabahah Sedangkan Looyalitas Dan Margin Murabahah Secara Persial Berpengaruh Terhadap Minat Pembiayaan Akad Muarabaha
3	STAI Pelita Bangsa/2020	Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Kesejahteraan Nasabah	Variabel Independen: Pembiayaan Murabahah (X) Variabel Dependen (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Pembiayaan Urabahah Tidak Berpengaruh Terhadap Kesejahteraan asabah
4	Mody Nurhidayati & Wida Purwidiati /2021	pengaruh persepsi bagi hasil,laba dan jaminan terhadap pengambilan keputusan pembiayaan (studi kasus pada umkm di BPRS khasana ummat	Variabel Independen: Bagi hasil (X1) Laba (X2) Jaminan (X3) Variabel dependen: Pengambilan	Analisis regresi linier berganda	persepsi bagi hasil (X1) dan jaminan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan pembiayaan pada umkm di BPRS khasanah ummat

No	Nama/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		purwokerto	keputusan(Y)		purwokerto (Y).
5	Hary Prabowo,Elia da Herwiyanti & Umi Pratiw/2020	Pengaruh literasi keuangan,tingkat suku bunga,kualitas pelayanan dan jaminan terhadap pengambilan kredit perbankan oleh UKM	Variabel Independen : Literasi Keuangan(X1) Tingkat Suku Bunga(X2) Kualitas Pelayanan(X3) Jaminan (X4) Variabel Dependen: Pengambilan kredit(Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Literasi keuangan,kualit as layanan dan jaminan berpengaruh positif terhadap pengambilan kredit Perbankan oleh UMK Tingkat suku bunga tidak berpengaruh terhadap pengambilan kredit perbankan oleh UMKM
6	Vargo Kristian L. Tobing & Hidri Herman	Analisis Suku Bunga Kredit Dan Jaminan Kredit Terhadap Keputusan Kredit Pada Perusahaan Pembiayaan Batam	Variabel Independen: Suku Bunga (X1) Jaminan(X2) Variabel Dependen: Keputusan (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Suku Bunga Dan Jaminan Secara Simultan Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit

No	Nama/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
7	Roos Nana Sucihati, Sumprianto & Dedi Mustiadi/2020	Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat (KUR)	Variabel Independen Promosi (X1) Lokasi(X2) Pelayanan (X3) Suku Bunga(X4) Variabel Dependen	Analisis Regresi Linier Berganda	Promosi Dan Lokasi Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat(KU) Sedangkan Pelayanan Dan Suku Bunga Berpengaruh Positif
9	Feby evelyna/2022	Pengaruh promosi, lokasi, pelayanan dan suku bungan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan kredit usaha rakyat (KUR) pada bank BRI cabang kebume	Variabel independen : Promosi (X1) Lokasi (X2) Pelayanan (X3) Suku bunga (X4) Variabel dependen : Keputusan	Analisis regrasi linier berganda	Promosi, lokasi dan suku bunga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR sedangkan pelayanan tidak berpengaruh
10.	I Komang Sudarpa Galung, Ni Wayan Eka Mitariani & I Gusti Ayu Imbayani/2019	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Kredit Pada PT. BPR Sentral	Variabel Independen : Kualitas Pelayanan(X1) Promosi(X2) Variabel	Analisis Regresi Linier Berganda	Kualitas Pelayanan Dan Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Kredit Pada PT.BPR

No	Nama/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		Ekonomi Nusantara Di Den Pasar	Dependen : Keputusan (Y)		Sentral Ekonomi Nusantra

C. Kerangka Berpikir



D. Hipotesis

Hipotesis pada dasarnya merupakan suatu proporsi atau anggapan yang mungkin benar dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan atau pemecahan persoalan ataupun untuk dasar penelitian lebih lanjut. Berdasarkan kerangka berfikir diatas maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H1 = Murabahah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang

H2 = Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang

H3 = Murabahah dan Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.