

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Bank syariah memiliki sistem operasional yaitu, penarikan bunga dilarang dalam bentuk transaksi apapun. Bank syariah tidak mengenal yang namanya sistem bunga, baik itu bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah. Dalam bank syariah hanya mengenal riba atau bagi hasil pada semua akad yang dipraktekkan dalam bank syariah (Andrianto, dkk, 2019).

Bank syariah memiliki tiga produk yaitu produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana, dan produk jasa layanan. Masing-masing produk memiliki akad untuk pengaplikasian produk tersebut, antara lain sebagai berikut.

1. Akad produk penghimpunan dana yaitu: *wadhiah* dan *murabahah*
2. Akad produk penyaluran dana yaitu:
 - a. Akad jual beli; *murabahah*, *salam*, dan *istishna*
 - b. Akad sewa-menyewa; *ijarah*
 - c. Akad pinjam-meminjam; *qard*
 - d. Akad investasi; *mudharabah* dan *musyarakah*

- e. Akad produk jasa layanan yaitu: *wakalah*, *kafalah*, *sharf*, *hawalah/hiwalah*, dan *rahn*.

Sistem penggunaan akad diatas merupakan pengganti instrumen bunga yang banyak di pakai di sistem keuangan konvensional. Instrumen tersebut adalah sebuah instrument yang lebih mengedepankan dan menggunakan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*). Sistem transaksi seperti itu akan mendapatkan keuntungan maupun kerugian yang bisa ditanggung bersama oleh pihak-pihak yang melakukan transaksi. Oleh karena itu, kedua belah pihak yang melakukan transaksi tersebut akan saling memperhatikan akan kemajuan dan kemunduran usaha yang dijalankan. Diantara sistem bagi hasil, jual beli dan sewa-menyewa yang paling dikenal adalah *musyarakah*, *mudharabah*, *murabahah* dan *ijarah* (Yadi, 2015).

Akan tetapi, sebagian besar masyarakat muslim di Indonesia, masih banyak yang belum mengetahui sebenarnya bahwa bank syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait. Prinsip utama yang diakui oleh bank islami itu adalah (Arifin, 2012):

1. Larangan riba dalam bentuk transaksi.
2. Melakukan kegiatan usaha dan perdagangan berdasarkan perolehan keuntungan yang sah.
3. Memberikan zakat.

Sesuai dengan prinsipnya, jasa keuangan perbankan syariah diciptakan untuk memberikan produk-produk unggul yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Unggul dalam produk masih belum mencukupi untuk mempertahankan *customer* pada masyarakat yang semakin kritis seperti sekarang ini. Oleh karena itu, selain menciptakan produk yang unggul perbankan syariah juga meningkatkan pelayanannya sehingga masyarakat yang ingin menggunakan jasa bank syariah dapat percaya.

Adapun Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 yang menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam seperti yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan kemaslahatan (*maslahah*), keseimbangan (*'adl wa tawazun*), universalisme (*alamiyah*), serta dalam usahanya tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan objek yang haram. Menurut jenisnya perbankan syariah terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Ismail, 2011).

Secara yuridis di tataran undang-undang perbankan syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1992 dengan beroperasinya Bank Muamalat sebagai pioner perbankan syariah, serta dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Bank syariah diatur secara

formal sejak diamandemennkannya UU No. 7 tahun 1992 dengan UU No. 10 tahun 1998 diubah dalam UU No. 23 tahun 1999, UU No. 9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia dan terakhir diubah dalam UU No. 21 tahun 2008 tentang Bank Syariah (Anshori, 2018).

Dari data statistik Perbankan Syariah (2005) sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia tingkat pertumbuhan perbankan syariah di Tanah Air sangat signifikan, rata-rata mencapai 17 unit usaha syariah dari bank umum konvensional, dan 90 bank pembiayaan syariah yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia (Nuralam, 2018).

Berikut ini tabel yang menunjukkan perkembangan kelembagaan Bank Syariah di Indonesia, yaitu:

Tabel 1.1 Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia

Indikator	2017	2018	2019	2020	2021
Bank Umum Syariah (BUS)					
• Jumlah Bank	13	14	14	14	14
• Jumlah Kantor	1.825	1.875	1.919	2.034	2.035
Unit Usaha Syariah (UUS)					
• Jumlah Bank Umum Konvensional yang Memiliki UUS	21	20	20	20	21
• Jumlah Kantor	344	354	381	392	444
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)					
• Jumlah Bank	167	167	164	163	164
• Jumlah Kantor	441	495	617	627	659

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (Statistik Perbankan Syariah), 2021

Data di atas menunjukkan bahwa bank syariah terus mengalami perkembangan dari tahun ketahun. Kendati jumlah kelembagaan bank syariah sudah cukup banyak dimana sampai dengan 2021, meliputi 14 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 164 Bank Pembiayaan

Rakyat Syariah (BPRS). Sebenarnya, bank syariah di Indonesia masih dalam masa pertumbuhan. Sampai saat ini, pangsa pasarnya masih kecil yang hanya sekitar lima persen. Hal tersebut tentunya sangat disayangkan jika potensi berupa penduduk Muslim yang besar tidak bisa dimanfaatkan.

Dalam perkembangan tersebut, bank syariah menghadapi kesulitan dan masalah besar. Rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat menjadi pemicu dasar dalam isu-isu yang muncul. Hal ini juga karena jumlah bank konvensional di Indonesia lebih banyak dibandingkan bank syariah. Ada beberapa hambatan yang muncul terkait dengan pengembangan perbankan syariah yaitu diantaranya (Hadi, 2010):

1. Pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap kegiatan operasional bank syariah
2. Peraturan perbankan yang berlaku belum sepenuhnya mengakomodasi operasional bank syariah
3. Jaringan kantor bank syariah yang belum luas
4. Sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bank syariah masih sedikit.

Peningkatan jaringan perbankan syariah membutuhkan upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk, mekanisme, kerangka kerja dan seluk beluk perbankan syariah mengingat kemajuan perbankan syariah akan bergantung pada seberapa besar minat masyarakat terhadap sistem perbankan ini. Oleh karena itu, untuk melengkapi kegiatan sosialisasi tentang memperluas pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah,

membutuhkan data kualitas dan perilaku nasabah atau calon nasabah terhadap perbankan syariah.

Berdasarkan bauran pemasaran keputusan konsumen terhadap pembelian suatu produk atau jasa dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Manualang, 2008). Faktor Internal yaitu bauran pemasaran yang terdiri dari 11p yaitu product (produk), price (harga), promotion (promosi), place (distribution), people (orang), process, physical evidence (bukti fisik), positioning (posisi), pleasure, pointing out as a reference (referensi) (Petter & Olson, 2003). Sedangkan dari Faktor Eksternal yaitu faktor lingkungan sekitar yang terdiri dari pengetahuan, informasi, kepribadian, sikap dan nilai seseorang (Manualang, 2008).

Salah satu faktor internal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu ada 11p didalam penelitian ini peneliti mengambil terkait *process*. Dengan alasan bahwa *process* disini terkait dengan proses pelayanan yang melibatkan konsumen dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan serta kompleksitas prosedur kerja yang ada di lembaga yang bersangkutan. Proses pelayanan ini menjadi bagian yang sangat penting bagi masyarakat yang memilih pembiayaan karena dari proses pelayanan dapat menghasilkan layanan suatu jasa serta prosesnya bisa berjalan efektif dan efisien, tentunya bisa diterima dengan baik oleh masyarakat di Bank tersebut, namun jika proses pelayanannya dari lembaga kurang baik tentunya masyarakat enggan menerimanya dan kemungkinan akan berpindah di lembaga lain.

Faktor eksternal yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen adalah faktor pengetahuan dan sikap konsumen yang mana dari sikap tersebut merupakan bagian dari kepercayaan yang telah terasumsi pada konsumen. Jika ada rasa percaya maka para konsumen akan mengambil keputusan untuk memilih suatu produk jasa karena penyedia layanan jasa dapat dipercaya dan juga mempunyai derajat integritas yang tinggi. Oleh sebab itu kepercayaan memegang peranan penting bagi perusahaan dengan mengetahui kepercayaan konsumen maka perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang berhubungan dengan penguatan untuk mengubah sikap konsumen supaya konsumen mengambil keputusan memilih produk jasa (Hurriyati, 2019).

Sedangkan pengetahuan produk disini mempunyai arti yaitu semua informasi yang dimiliki oleh konsumen atau calon anggota mengenai berbagai macam produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai produk tersebut. Pengetahuan juga dapat menimbulkan pengaruh terhadap konsumen. Konsumen yang memiliki pengetahuan banyak akan memiliki informasi yang disimpan di dalam ingatan mengenai dimensi yang akan digunakan untuk membandingkan alternatif pilihan dari produk jasa tersebut dan pemilihan pada produk pembiayaan yang akan digunakan (Manualang, 2008).

Bank Syariah Indonesia KCP Penajam yang bertempat jl. Povinsi KM. 18, RT.07, Desa Giri Mukti, kec. Petung, kab. Penajam Paser Utara merupakan salah satu bank syariah yang mengalami perkembangan serta

sekarang masih eksis di wilayah Penajam untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Bank Syariah Indonesia ini menyelenggarakan pembiayaan untuk usaha masyarakat terutama dengan akad *Murabahah dan Ijarah*. Kebutuhan yang membutuhkan akan modal membuat pembiayaan ini cukup diminati oleh masyarakat (wawancara dengan Nanang Budi Hartono, 14 Juni 2022).

Secara umum calon masyarakat yang menjadi nasabah BSI KCP Penajam akan melakukan kegiatan menabung dan menyimpan uangnya serta akan melakukan pembiayaan dengan memilih lembaga keuangan bank syariah yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan di dalam proses pembiayaannya. Adapun setiap calon anggota akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi untuk memutuskan memilih suatu pembiayaan (wawancara dengan Nanang Budi Hartono, 14 Juni 2022).

Dalam penelitian ini, meneliti pengguna jasa pembiayaan pada BSI KCP Penajam. Alasan dilakukan penelitian ini karena adanya persaingan yang sangat ketat dikarenakan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah saat ini yang sama-sama memiliki pembiayaan seperti di Bank Syariah. Dan alasan peneliti memilih variabel dependen keputusan anggota dengan variabel independennya pengetahuan produk, proses pelayanan dan kepercayaan karena pengambilan keputusan memilih pembiayaan *murabahah* dan pembiayaan *ijarah* pada BSI KCP Penajam berkaitan dengan ketiga hal tersebut. Dimana pengetahuan produk, proses pelayanan dan kepercayaan

merupakan faktor yang seringkali dijadikan pertimbangan oleh masyarakat dalam pengambilan keputusan memilih suatu pembiayaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik mengambil judul yang berkaitan dengan salah satu yang ada di dalam faktor faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat memilih pembiayaan *murabahah* dan pembiayaan *ijarah* di BSI KCP Penajam dengan menggunakan beberapa macam faktor internal dan faktor eksternal oleh karena itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh Pengetahuan Produk, Proses Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Masyarakat dalam Memilih Pembiayaan *Murabahah* dan Pembiayaan *Ijarah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam di Kabupaten Penajam Paser Utara”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk, proses pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk, proses pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan *ijarah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam secara parsial?
3. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk, proses pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan

murabahah di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam secara simultan?

4. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk, proses pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan *ijarah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam secara simultan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan produk, proses pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam secara parsial.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan produk, proses pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan *ijarah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam secara parsial.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan produk, proses pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam secara simultan.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan produk, proses pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam

memilih pembiayaan *ijarah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam secara simultan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Memberikan gambaran pada pengembangan teori terutama yang berkaitan dengan pengaruh pengetahuan produk, proses pelayanan, dan biaya administrasi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *murabahah* dan pembiayaan *ijarah* di BSI KCP Penajam serta manfaat untuk nasabah yaitu menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang di bahas tersebut.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Bagi peneliti dapat memberikan khasanah keilmuaan dan dapat memperdalam pengetahuan, khususnya tentang pengaruh pengetahuan, proses pelayanan dan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah dalam pelaksanaan akad *Murabahah* pada saat menabung.

b. Bagi BSI KCP Penajam

Hasil penelitian ini diharapkan bisa sebagai masukan dalam perkembangan bank yang berlandaskan syariah, agar dalam perjalanannya mampu tetap eksis dan dapat dijadikan sebagai catatan untuk mempertahankan serta meningkatkan kinerjanya. Sekaligus

memperbaiki apabila ada kelemahan dan kekurangan yang berguna bagi BSI KCP Penajam dalam meningkatkan pelayanannya kepada masyarakat maupun ke anggotanya tersebut.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan tambahan serta menambah wawasan kepada masyarakat mengenai kemudahan yang ditawarkan oleh bank syariah mulai dari prinsip lembaga, sistem pembiayaan, produk dan kegiatan yang ada di dalamnya.

d. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini di harapkan dapat dipergunakan untuk menambah kepustakaan UIN Antasari Banjarmasin serta bisa dijadikan untuk referensi bagi mahasiswa khususnya jurusan perbankan syariah.

e. Bagi Peneliti yang akan datang

Dapat dijadikan bahan tambahan informasi dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang lembaga keuangan syariah. Terutama yang berminat untuk mengkaji tentang pengetahuan produk, proses pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat memilih pembiayaan *murabahah* dan pembiayaan *ijarah* di BSI KCP Penajam.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam penafsiran judul penelitian yang telah diteliti dan kekeliruan dalam memahami tujuan penelitian, maka penulis bermaksud untuk menjelaskan definisi operasional mengenai judul penelitian ini sehingga penelitian menjadi lebih terarah. Adapun beberapa istilah yang harus dijelaskan, antara lain:

1. Pengetahuan produk merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang mengenai berbagai macam produk jasa yang di peroleh dari media sosial maupun segi promosi biasanya.
2. Proses pelayanan adalah sebuah keterlibatan pelanggan atau konsumen dalam pelayanan sebuah produk dan jasa, selain itu proses aktivitas, kegiatan, standar pelayanan, dan kesederhanaan atau kompleksitas prosedur kerja yang ada di lembaga bank maupun non bank yang bersangkutan.
3. Kepercayaan merupakan suatu sikap yang ditunjukkan oleh msyarakat saat merasa cukup tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran. Yang mana kebenaran itu berdasarkan kesesuaian kinerja yang diharapkan masyarakat oleh pelayanan dari BSI KCP Penajam sehingga memutuskan untuk memilih produk pembiayaan.
4. Keputusan masyarakat adalah suatu reaksi dari proses pemikiran yang sudah memiliki informasi mengenai suatu produk pembiayaan *murabahah* dan *ijarah* dengan sudah mengetahui proses pelayanan dan tingkat kepercayaan yang bisa dipercaya.

5. Pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan yang konsepnya jual beli dengan menyebutkan harga perolehan barang dan keuntungan yang disepakati. Pada penelitian ini digambarkan sebagai suatu upaya BSI KCP Penajam dalam menyalurkan dana untuk nasabah yang akan membeli suatu barang atau benda yang halal.
6. Pembiayaan *ijarah* adalah pembiayaan yang bisa memberikan manfaat (hak guna), baik dari barang maupun tenaga kerja (jasa) dengan adanya imbalan sebagai ganti pengembalian manfaat tersebut. Pada penelitian ini digambarkan sebagai suatu upaya BSI KCP Penajam dalam menyalurkan dana untuk membantu nasabah yang akan membuka usaha dalam bentuk penyewaan tempat, membayar gaji karyawan dan sebagainya.

F. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sicma Okta Wulandari (2020). Judul: *Pengaruh Pengetahuan Produk, Proses Pelayanan dan Biaya Administrasi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan Ijarah dan Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wa Tamwil Sahara Kauman Tulungagung*
 - a. Pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung. Begitu juga pada objek pembiayaan satunya bahwa pengetahuan produk juga berpengaruh positif signifikan

- terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *mudharabah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung.
- b. Proses pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung. Begitu juga pada objek pembiayaan satunya bahwa proses pelayanan juga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *mudharabah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung.
 - c. Biaya administrasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung. Begitu juga pada objek pembiayaan satunya bahwa biaya administrasi juga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *mudharabah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung.
 - d. Pengetahuan produk, proses pelayanan dan biaya administrasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *musyarakah* di BMT Sahara Kauman Tulungagung dan keputusan anggota pembiayaan *mudharabah*.
2. Arum Sri Wahyuni Ningsih (2019). Judul: *Komitmen, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pemekasan*.

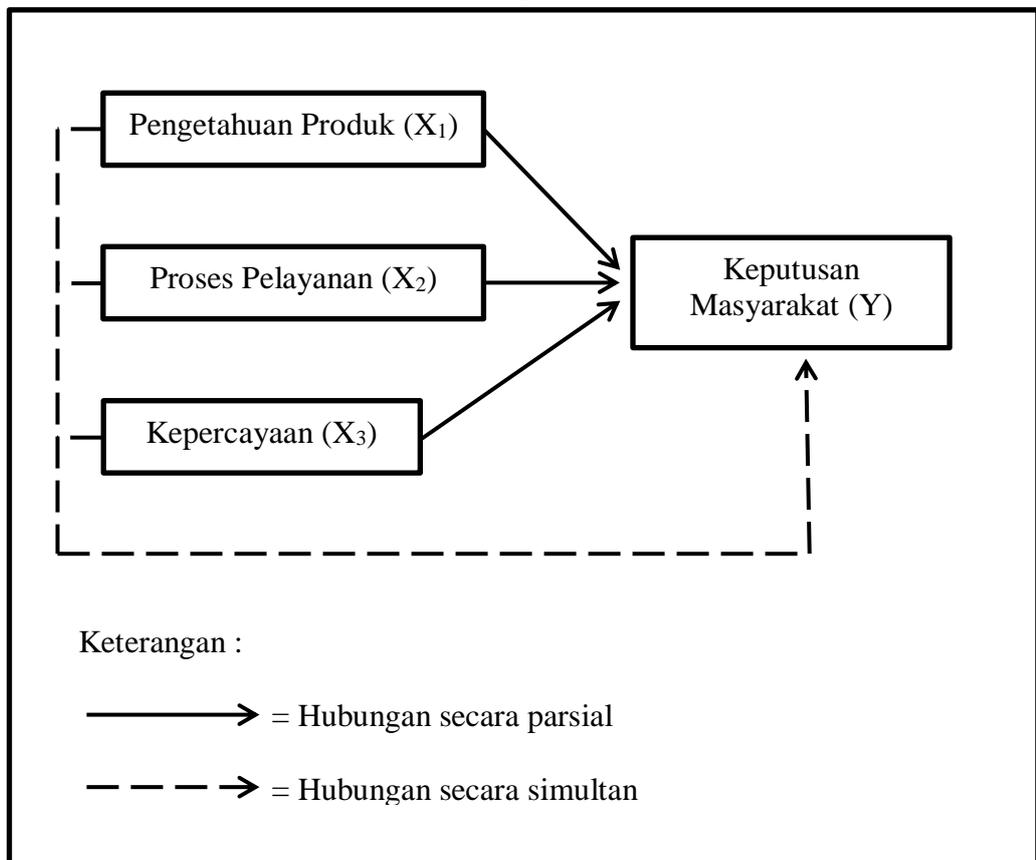
Adanya komitmen nasabah tentang pemahaman Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan maka akan melekat pada kepercayaan nasabah untuk tetap setia atau loyal pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan, selanjutnya dapat berdampak pada suatu kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Jika komitmen, kepercayaan, dan kepuasan nasabah baik maka akan berdampak baik pula tanggapan nasabah tentang Loyalitas Nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

3. M. Agus Maulana (2019). Judul: *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*
 - a. Ada pengaruh positif dan signifikan Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara secara parsial.
 - b. Ada pengaruh positif dan signifikan Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara secara simultan.

G. Kerangka Pemikiran

Pengaruh Pengetahuan Produk, Proses Pelayanan Dan Kepercayaan terhadap Keputusan Masyarakat dalam Memilih Pembiayaan Murabahah dan Pembiayaan Ijarah di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam di Kabupaten Penajam Paser Utara

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran



H. Hipotesis Penelitian

1. Secara Parsial

H₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam.

H₂ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara proses pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam.

H₃ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam.

H₄ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan *ijarah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam.

H₅ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara proses pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan *ijarah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam.

H₆ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan *ijarah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam.

2. Secara Simultan

H₇ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk, proses pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan

masyarakat dalam memilih pembiayaan *murabahah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam.

H₈ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk, proses pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pembiayaan *ijarah* di PT Bank Syariah Indonesia KCP Penajam.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada penelitian ini terbagi menjadi lima bab berisi uraian singkat tentang isi bab demi bab. Adapun sistematikanya yaitu sebagai berikut:

1. Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis dan sistematika penulisan.
2. Bab II merupakan landasan teori. Bab ini menyajikan informasi mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yakni teori tentang pengetahuan produk, proses pelayanan, kepercayaan, keputusan masyarakat, pembiayaan *murabahah* dan pembiayaan *ijarah*.
3. Bab III adalah metode penelitian. Pada bab ini disajikan informasi secara deskriptif tentang pelaksanaan penelitian yang termasuk mengenai jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi, populasi,

sampling, sampel, sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian, dan teknik analisis data.

4. Bab IV berisi tentang laporan hasil penelitian, yang mencakup tentang penyajian data, analisis data yang berhubungan dengan pertanyaan yang ada pada rumusan masalah.
5. Bab V merupakan penutup. Dalam bab ini mengungkapkan kesimpulan, dan saran atas dasar penelitian.