

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TEORI TENTANG KEPERIBADIAN TERHADAP

KEPUTUSAN NASABAH

A. Perilaku konsumen (*Consumer Behaviour*)

Keberhasilan kegiatan pemasaran suatu perusahaan sangat di pengaruhi oleh kemampuan perusahaan itu menyelami persepsi para pembeli atau konsumen, sehingga dapat di ketahui mengapa seseorang lebih senang dan membeli produk merek tersebut.

Tujuan kegiatan pemasaran adalah mempengaruhi pembeli atau calon pembeli agar bersedia membeli produk produk perusahaan karena itu sangat penting bagi manajer pemasaran untuk mengetahui perilaku pembeli dan pola pembelian mereka, sehingga perusahaan dapat mengembangkan, menentukan harga, melakukan promosi, dan mendistribuibkan produknya secara lebih efektif.⁶²

Perusahaan menghasilkan produk tidak untuk dipakai sendiri melainkan untuk dijual kepada pemakai akhir atau di proses kembali untuk menghasilkan jenis produk lainnya, perilaku konsumen atau pembeli berkaitan dengan proses pemilihan produk yang akan dibeli, yang terdapat dalam proses pembelian.⁶³

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu :

a. Faktor Budaya

Kebudayaan merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku seorang yang paling mendasar, budaya yang menjadi panutan didalam kehidupan seseorang akan mendorong orang tersebut untuk memenuhi

⁶² *Ibid*

⁶³ *Ibid*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebutuhan kehidupannya. Contohnya seseorang dengan sub-budaya terpelajar akan sangat berminat untuk memperoleh buku atau alat bantu lainnya untuk belajar.⁶⁴

b. Faktor Sosial

Banyak kelompok mempengaruhi perilaku seseorang yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang, pengaruh kuat yang mempengaruhi seseorang yaitu keluarga, peran dan status di masyarakat, hal tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan ekonomi.⁶⁵

c. Faktor Pribadi

Pribadi perorangan yang mempengaruhi yang mempengaruhi perilaku konsumen atau pembeli barang-barang konsumsi terdiri dari tingkat siklus kehidupan, dan umur si pembeli, pekerjaan, keadaan ekonomi, cara hidup, kepribadian dan konsep diri sendiri, yaitu bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri.⁶⁶

d. Faktor psikologis

Keberadaan orang-orang yang berada di sekitar juga mempengaruhi pembelian dalam bentuk motivasi, persepsi, proses belajar dari pengalamannya serta kepercayaan diri dan sikap seseorang.⁶⁷

⁶⁴ Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT, Gelora Aksara Pratama 1996), cet. ke-1, h.178

⁶⁵ Thamrin abdullah, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada 2012), cet. ke 1, h,115

⁶⁶ Sofjan Assauri, *op,cit* h, 138

⁶⁷ *Ibid*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

B. Faktor Kepribadian dalam Perspektif Teori (*Consumer Behaviour*)

Menurut perspektif *customer behaviour* keputusan seorang pembeli merupakan salah satu faktor penting, keputusan seorang konsumen juga dipengaruhi oleh kepribadian/karakter, kepribadian yang kita maksudkan disini dalam perspektif psikologis dapat diartikan sebagai seseorang yang menimbulkan tanggapan secara relatif dan konsisten terhadap lingkungannya.⁶⁸ Kepribadian yang dimiliki oleh seseorang juga berbeda dengan orang lain. Adapun beberapa unsur yang mempengaruhi pembentukan karakter kepribadian seseorang adalah:

a. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Orang membeli barang dan jasa berbeda sepanjang hidupnya dari usia bayi, balita ke dewasa memiliki kebutuhan yang berbeda, jenis konsumsinya pun berbeda, konsumsi dipengaruhi oleh tahap-tahap dalam siklus hidup keluarga, para pemasar sering memilih kelompok siklus hidup sebagai pasar sasaran mereka, para pemasar juga harus memusatkan perhatian pada minat konsumsi yang berubah-ubah yang mungkin ada hubungannya dengan perjalanan usia orang-orang dewasa tersebut.⁶⁹

b. Pekerjaan

pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Sebagai pekerja berkerah biru akan membeli pakaian kerja, sepatu kerja dan transportasi, sedangkan seorang direktur perusahaan akan membeli pakaian mahal pula. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok yang mempunyai minat lebih dari rata-rata pada produk dan jasa mereka, bahkan

⁶⁸ Philip Kotler, *Marketing*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1999), cet. ke-1, h. 118

⁶⁹ Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), cet. ke-1, h.118

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat mengkhususkan produk mereka hanya untuk kelompok pekerjaan tertentu.⁷⁰

c. Kondisi Ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi seseorang, kondisi ekonomi meliputi pendapatan yang bisa di belanjakan, tabungan dan kekayaan, utang, kemampuan dan sikap terhadap belanja sangat mempengaruhi kebutuhan kehidupan sehari-hari. Para pemasar barang sangat sensitive terhadap pendapatan dan selalu memperhatikan tren-tren yang terjadi pada kehidupan sehari-hari.⁷¹

d. Gaya Hidup

Orang-orang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda. Perubahan yang terjadi dalam gaya hidupnya lah yang mempengaruhi kebutuhan seseorang.

Gaya hidup pribadi (*personal lifestyle*) merujuk kepada keyakinan individu mengenai aktivitas konsumsi individu didalam masyarakat, kultur, atau subkulturnya. Hal-hal seperti perilaku berbelanja, harga, dan keterlibatan keluarga dalam proses pembelian terwujud akibat gaya hidup pribadi.⁷²

Banyak pemasar menggunakan menggunakan konsep yang berhubungan dengan kepribadian–konsep diri seseorang. Teori ini diakui tidaklah begitu sederhana karena hal ini masih kurang jelas, teori konsep pribadi memiliki

⁷⁰ *Ibid*

⁷¹ *Ibid*

⁷² *Ibid*

berbagai variasi catatan keberhasilan (kadang berhasil-kadang gagal) dalam memiliki respon konsumen terhadap citra merek.⁷³

Kepribadian bisa berguna untuk menganalisis tingkah laku konsumen jika terdapat hubungan antara jenis kepribadian tertentu dengan produk atau pilihan mereka. Banyak pemasar menggunakan konsep yang berhubungan dengan kepribadian-konsep diri.⁷⁴

C. Perilaku Konsumen dan kepribadian dalam Teori Ekonomi Islam

Perilaku manusia yang baik ditunjukkan oleh sifat-sifat dan gerak kehidupannya sehari-hari, Manusia sebagai individu dan sebagai makhluk sosial, tidak berhenti dari berperilaku. Setiap hari, perilaku manusia dapat berubah-ubah, penting untuk direnungkan oleh manusia dalam menjalani kehidupan ini, tentang terminologi yang hitam-putih mengenai perilaku baik dan buruk, mengenai akhlak yang terpuji dan tercela. Manusia wajib mengerti dan memahami makna baik dan buruk.⁷⁵

Kepribadian atau karakter dalam Islam lebih dikenal dengan sebutan akhlak, kepribadian serta watak seseorang yang dapat dilihat dari sikap, perasaan, perkataan dan perbuatan berdasarkan norma-norma agama islam. Dalam perspektif lain akhlak dapat juga disebut dengan kepribadian atau karakteristik, karakteristik muslim ideal adalah karakteristik Qur,ani yang bersumber dari dogma Qur'an maka seorang muslim diharapkan menjadi pengabdian yang menjalankan perintah Allah SWT sesuai dengan petunjuk-Nya.

⁷³ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional*, (jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2007). cet. ke-1, h,125

⁷⁴ Thamrin Abdullah, *op,cit.* h.120

⁷⁵ Beni Ahmad Saebani, *Ilmu Akhlak*, (Jakarta: Pustaka Setia, 2010), cet. ke-1, h. 205

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepribadian yang baik dalam islam merupakan salah satu kepribadian yang mempunyai ciri khas dari keseluruhan tingkah laku, sikap, cita dan hasrat, baik secara lahiriyah maupun batiniyah yang menjadikan ajaran islam ebagai pedoman dalam berperilaku. Hal ini dapat dikatakan, kata muslim sebagai identitas atau yang menandai seseorang dalam berilaku dalam kehidupan sehari-hari.

Istilah akhlak secara sosiologis disamaartikan dengan istilah moral, etika, tata susila, tingkah pola, perilaku, sopan santun dan tatakrama manusia menjalankan kehidupan bermasyarakat. Dalam agama islam, landasan normatif akhlak manusia adalah *al-Qur'an dan Sunnah*. Diantaranya adalah firman Allah SWT. dalam surat *al-Qalam* ayat 1-4:

نَّ وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ ﴿١﴾ مَا أَنْتَ بِمَجْنُونٍ ﴿٢﴾ وَإِنَّ لَكَ لَأَجْرًا غَيْرَ
 مَمْنُونٍ ﴿٣﴾ وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾

Artinya: Nun, demi kalam dan apa yang mereka tulis.(1) Berkat nikmat Tuhanmu kamu (Muhammad) sekali-kali bukan orang gila.(2) Dan sesungguhnya bagi kamu benar-benar pahala yang besar yang tidak putus-putusnya.(3) Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung”(4). (Q.S. al-Qalam : 1-4)⁷⁶

Ayat diatas menyatakan bahwa Nabi Muhammad SAW. memiliki akhlak yang paling mulia. Oleh karena itu, seluruh umat manusia yang beriman kepada

⁷⁶Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Jakarta: Divida, 2009), cet. ke-1, h.

Nabi Muhammad SAW. wajib menjadikan akhlak Beliau sebagai rujukan perilaku dan suri teladan.⁷⁷

Maksudnya, agung dan tinggi dengan budi pekerti yang dikaruniakan Allah. dijelaskan oleh Aisyah ketika ditanya tentang akhlak Rasulullah, ia menjawab,

كَانَ خُلُقُهُ الْقُرْآنَ .

Artinya: “Akhlaknya adalah al- Qur’an” (H.R.Muslim)

Beliau memiliki akhlak yang paling sempurna dan agung. Beliau selalu berada di puncak tertinggi pada masing- masing akhlak baik.⁷⁸

Di dalam Mu’jam Wasit disebutkan defenisi akhlak sebagai berikut:

أَخْلُقُ حَالًا لِلنَّفْسِ رَا سِخَةً تَصْدُرُ عَنْهَا أَلْأَعْمَالُ مِنْ خَيْرٍ أَوْ شَرٍّ مِنْ غَيْرِ
حَاجَةٍ إِلَى فِكْرٍ وَرُؤْيَةٍ

Artinya: “Akhlak ialah sifat yang tertanam dalam jiwa yang dengannya lahiriah macam- macam perbuatan, baik atau buruk, tanpa membutuhkan pemikiran dan pertimbangan”. (H.R.Bukhari dan Muslim)⁷⁹

Dr. H. Hamzah Ya’qub dalam bukunya etika islam mengemukakan pengertian ilmu akhlak:

- a) Ilmu akhlak adalah ilmu yang menentukan batas antara baik dan buruk, antara yang terpuji dan yang tercela, tentang perkara atau perbuatan manusia lahir dan bathin.

⁷⁷ Beni Ahmad Saebani, *op. cit.*, h. 51-54

⁷⁸ Syaikh Abdurrahman Bin Nashir As- Sa’di, *Tafsir Karim Rahman Fi Tafsir Kalam Mannan*, Muhammad Iqbal, Dkk. (Jakarta: Darul Haq, 2006), cet. ke-1, h. 319

⁷⁹ *Ibid*, h, 354

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b) Ilmu akhlak adalah ilmu pengetahuan yang memberikan pengertian tentang baik dan buruk, yang mengajarkan pergaulan manusia dan menyatakan tujuan mereka yang terakhir dari seluruh usaha dan pekerjaan mereka.⁸⁰

Dengan pengertian diatas dapat dirumuskan bahwa ilmu akhlak ialah ilmu yang membahas perbuatan manusia dan mengajarkan perbuatan baik yang harus dikerjakan dan perbuatan jahat yang harus dihindari dalam pergaulannya dengan Tuhan, manusia dan makhluk di sekelilingnya dalam kehidupan sehari-hari.⁸¹

D. Keputusan Pembelian

1. Pengertian keputusan pembelian

Menurut James A.F. Stoner keputusan adalah pemilihan di antara berbagai alternatif. Definisi ini mengandung tiga pengertian, yaitu:

- a. Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan
- b. Ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik
- c. Ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu makin mendekati pada tujuan tersebut.

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.⁸²

Pengambilan keputusan juga merupakan suatu kegiatan individu (nasabah) yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan

⁸⁰ Asmaraan, *Pengantar Studi Akhlak*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), cet. ke-1, h. 1-5

⁸¹ *Ibid.*

⁸² Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 2004), cet. ke-1, h. 141

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian.⁸³

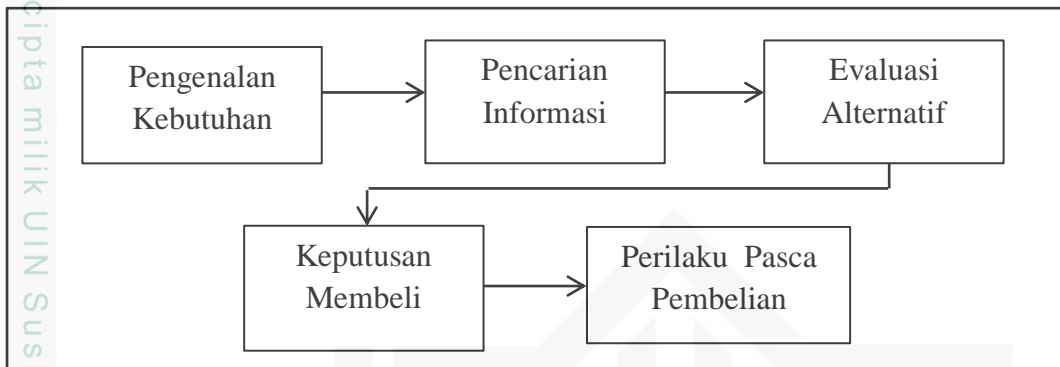
Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu proses keputusan akan pembelian suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya setelah sebelumnya memikirkan layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi-informasi yang di ketahui dengan realitas tentang produk itu setelah menyaksikannya.

2. Model Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Dalam membeli suatu produk, seorang konsumen biasanya melalui 5 tahap proses keputusan pembelian. Walaupun hal ini tidak selalu terjadi dan konsumen bisa melewati beberapa tahap urutannya, namun kita akan menggunakan model dibawah ini, karena model ini menunjukkan pertimbangan selengkapnya yang muncul pada saat seorang konsumen melakukan pembelian. Ada lima tahap dalam proses keputusan pembelian, yang terlihat pada gambar 2.1 sebagai berikut :

⁸³ Swastha, Basu dan T, Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), cet. ke-1, h. 15

Gambar 3.1
Proses Pengambilan Keputusan Pembelian⁸⁴



Dari Gambar 3.1 tahap-tahap proses keputusan pembelian dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara aktualnya dengan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal dan eksternal. Pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu. Dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen, pemasar dapat mengidentifikasi rangsangan yang paling sering membangkitkan minat terhadap satu jenis produk. Pemasar kemudian dapat mengembangkan strategi pemasaran yang memicu minat konsumen.

b. Pencarian Informasi

Seseorang yang tergerak oleh stimulus akan berusaha mencari lebih banyak informasi yang terlibat dalam pencarian akan kebutuhan. Pencarian informasi merupakan aktivitas termotivasi dari pengetahuan yang tersimpan

⁸⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid II Ed. Milenium*, alih bahasa oleh Teguh dan Rusli Molan (Jakarta: Prenhalindo, 2004), cet. ke-1, h. 204.

dalam ingatan dan perolehan informasi dari lingkungan. Sumber informasi konsumen terdiri atas empat kelompok, yaitu:

- 1) Sumber pribadi meliputi keluarga, teman, tetangga, kenalan.
- 2) Sumber komersial meliputi iklan, tenaga penjual, pedagang perantara, pengemasan.
- 3) Sumber umum meliputi media massa, organisasi ranting konsumen.
- 4) Sumber pengalaman meliputi penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.

Secara umum, konsumen mendapatkan sebagian besar informasi tentang suatu produk dari sumber komersial, yaitu sumber yang didominasi pemasar. Namun informasi yang paling efektif berasal dari sumber pribadi. Tiap informasi menjalankan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Informasi komersial biasanya menjalankan fungsi pemberi informasi dan sumber pribadi menjalankan fungsi legitimasi dan/atau evaluasi.

c. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif merupakan proses dimana suatu alternatif pilihan disesuaikan dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Konsep dasar dalam proses evaluasi konsumen terdiri atas empat macam:

- 1) Konsumen berusaha memenuhi kebutuhan.
- 2) Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Konsumen memandang setiap produk sebagai kumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang dicari dalam memuaskan kebutuhan.

4) Konsumen mempunyai sifat yang berbeda-beda dalam memandang atribut-atribut yang dianggap relevan dan penting. Konsumen akan memberikan perhatian besar pada atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya.

d. Keputusan Pembelian

Keputusan untuk membeli di sini merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Jadi, setelah tahap-tahap di muka dilakukan, maka konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Konsumen mungkin juga akan membentuk suatu maksud membeli dan cenderung membeli merek yang disukainya. Namun, ada faktor-faktor lain yang ikut menentukan keputusan pembelian, yaitu sikap orang lain dan faktor-faktor situasional yang tidak terduga. Bila konsumen menentukan keputusan untuk membeli, konsumen akan menjumpai keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk, merek, penjual, kuantitas, waktu pelayanan, dan cara pembayarannya.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Tugas pemasar tidak berakhir saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian. Setelah pembelian produk terjadi, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Kepuasan atau ketidakpuasan pembeli terhadap produk akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya. Konsumen yang merasa puas akan memperlihatkan peluang membeli yang lebih tinggi dalam kesempatan berikutnya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konsumen yang merasa puas akan cenderung mengatakan sesuatu yang serba baik tentang produk yang bersangkutan kepada orang lain. Apabila konsumen dalam melakukan pembelian tidak merasa puas dengan produk yang telah dibelinya, ada dua kemungkinan yang akan dilakukan oleh konsumen.

Pertama, dengan meninggalkan atau konsumen tidak mau melakukan pembelian ulang. *Kedua*, ia akan mencari informasi tambahan mengenai produk yang telah dibelinya untuk menguatkan pendiriannya mengapa ia memilih produk itu sehingga ketidakpuasan tersebut dapat dikurangi.

E. Pembiayaan Murabahah

1. Pengertian Murabahah

Kata murabahah berasal dari bahasa arab *rabaha, yurabihu, murabahatan* yang berarti untung atau menguntungkan. Kata murabahah juga berasal dari kata *ribhun* atau *rubhun* yang berarti tumbuh, berkembang dan bertambah.⁸⁵

Secara sederhana *murabahah* berarti jual beli barang ditambah keuntungan yang disepakati. Jual beli secara murabahah secara terminologis adalah pembiayaan saling menguntungkan yang dilakukan oleh *shahibul al-mal* dengan pihak yang membutuhkan, melalui transaksi jual beli dengan penjelasan bahwa harga pengadaan barang dan harga jual terdapat nilai lebih

⁸⁵ Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), cet. ke-2, h. 108

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang merupakan keuntungan atau laba bagi *shahibul al-mal* dan pengembaliannya dilakukan secara tunai atau diangsur.⁸⁶

Adiwarman A.Karim mendefinisikan murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*marjin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts*, karena dalam *murabahah* ditentukan berapa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang ingin diperoleh).⁸⁷

Menurut PSAK 102 Akuntansi *Murabahah*, paragraf 5, menyatakan bahwa *murabahah* akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan barang tersebut kepada pembeli.⁸⁸ Dalam fatwa DSN No.04/DSN-MUI/IV/2000 pengertian *murabahah*, yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.⁸⁹

Sebagian besar produk penyaluran dana kepada masyarakat adalah berupa pembiayaan didasarkan pada akad jual beli.⁹⁰ Pembiayaan tanah kavlingan merupakan pembiayaan yang menggunakan akad *murabahah*.

Pembiayaan berpola jual beli dengan menggunakan akad *murabahah* dapat diterapkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang bervariasi. Akad

⁸⁶ Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012), cet. ke-1, h.136

⁸⁷ Adiwarman.A.Karim, *op.cit*, h. 113

⁸⁸ Rizal Yaya, *Akuntansi Perbankan Syariah Teory dan Pratik Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 180.

⁸⁹ Osmad Muthaher, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), cet. ke-1, h. 57.

⁹⁰ IKAPI, *Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), cet. ke-2, h. 105.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

murabahah merupakan akad yang paling luas penggunaannya karena mudah diterapkan dan berisiko kecil. Sehingga tidak mengherankan jika porsi terbesar portofolio bank syariah menggunakan akad *murabahah*.⁹¹

2. Landasan Hukum Pembiayaan Murabahah

Landasan hukum akad *murabahah* adalah sebagai berikut:

a. Al-Quran

Ayat-ayat Al-Quran yang secara umum membolehkan jual beli, diantaranya adalah firman Allah dalam surat Q.S al-Baqarah: 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: "...dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba".(Q.S, al-Baqarah : 275)⁹²

Ayat ini menunjukkan bolehnya melakukan transaksi jual beli dan *murabahah* merupakan salah satu bentuk dari jual beli.

Dan firman Allah dalam Q.S Nisaa : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ.

Artinya: "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 diantara kamu".(Q.S, Nisaa : 29).

⁹¹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), cet. ke-1, h. 128

⁹² Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Jakarta: Divida, 2009), cet. ke-1, h.47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. As-sunnah

Hadits dari riwayat Ibnu Majah, dari Syuaib:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَةُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمُقَارَضَةُ
وَ خَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ. (رَوَاهُ ابْنُ مَاجَهَ عَنْ صَهِيْب)

Artinya: ”Tiga perkara yang didalamnya terdapat keberkahan: menjual dengan pembayaran secara tangguh, muqaradhah (nama lain dari mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah dan tidak untuk dijual” (HR. Ibnu Majah dari shuhaib).⁹³

c. Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN)

Dewan Syariah Nasional Menetapkan aturan tentang *murabahah* sebagaimana tercantum dalam Fatwa Dewan Syariah No. 04/DSN-MUI/IV/2000:

1. Bank dan nasabah harus melakukan akad murabahah yang bebas riba.
2. Barang yang diperjual belikan tidak diharamkan oleh syariat islam.
3. Bank yang membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
4. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
5. Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian.
6. Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungan. Dalam kaitan ini bank harus

⁹³ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, (Beirut: Darul Ma'rifah, 1996), cet. ke-1, h. 80.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberitahukan secara jujur harga pokok barang kepada nasabah dan biaya yang diperlukan.

7. Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
8. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, maka bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
9. Jika bank hendak mewakili kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang secara prinsip menjadi milik bank.⁹⁴

3. Rukun dan Syarat Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan barang elektronik merupakan pembiayaan yang menggunakan akad murabahah, dalam melakukan akad murabahah terdapat beberapa rukun dan syarat yaitu :

a. Rukun

1. Ada pihak yang berakad yaitu penjual (*ba'i*) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan pembeli (*musytari*) adalah pihak yang memerlukan serta akan membeli barang.⁹⁵ Dua orang atau lebih yang melakukan akad ini adalah dua orang atau lebih yang secara langsung terlibat dalam akad. Kedua belah pihak dipersyaratkan harus memiliki kelayakan untuk melakukan akad sehingga perjanjian atau akad tersebut dianggap sah. Kelayakan terwujud dengan beberapa hal sebagai berikut:

⁹⁴ Mardani, *op. cit*, h. 145

⁹⁵ Ascarya, *op. cit*, h. 82

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Menurut pendapat mazhab fiqh, adanya yang disyaratkan pada pelaku transaksi baik itu penjual (ba'i) maupun pembeli (mustary). Menurut mazhab Hanafi dan Maliki yaitu hendaknya pelaku transaksi berakal dan *mumayyiz* sehingga tidak sah jual beli yang dilakukan orang gila, orang pingsan, orang mabuk dan anak kecil yang belum *mumayyiz*. Sedangkan menurut mazhab Syafi'i dan Hambali yaitu *Ar-Rusyd* (kematangan pikiran) yakni pelaku transaksi harus *baligh* dan berakal, serta bisa mengatur harta dan agamanya dengan baik.
- b) Pelaku transaksi tidak boleh dipaksa secara tidak benar. Dengan demikian, bila seseorang dipaksa untuk melakukan transaksi jual beli maka transaksinya dianggap tidak sah. Oleh sebab itu, kedua belah pihak transaksi harus saling ridha dan berdasarkan pilihannya sendiri.

2. Adanya objek yang diperjual belikan

Objek akad yakni barang yang dijual dalam akad jual beli, dalam hal ini juga ada beberapa persyaratan sehingga akad tersebut dianggap sah, yakni sebagai berikut :

- a. Barang (*mabi'*) harus bersih dan suci, sehingga tidak sah jual beli barang najis. Dan barangnya tidak dilarang oleh agama sehingga menjual bangkai dan darah tidak sah.
- b. Barang (*mabi'*) yang dijual berharga, yaitu barang yang boleh dimanfaatkan oleh syariat.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Barang (*mabi'*) harus menjadi hak milik penuh penjual. Oleh karena itu jual beli barang yang tidak dimiliki penjual tidak dapat berlaku. Misalnya menjual barang orang lain.
- d. Barang (*mabi'*) bisa diserahkan secara syariat. Suatu yang tidak mungkin diserahkan secara konkrit, maka tidak sah diperjual belikan. Misalnya burung di udara dan ikan di laut.⁹⁶
- e. Diketahui bentuk atau kriteria barang (*mabi'*) dan harganya. Jika keduanya atau salah satunya tidak diketahui, maka jual belinya dianggap tidak sah. Karena hal ini mengandung unsur *gharar*. Barang cukup diketahui dengan melihat keberadaan dan wujud barang, dan harganya juga harus diketahui sifat, jumlah, dan waktu pembayarannya, serta harga ditetapkan hanya sekali.⁹⁷

3. Adanya *sighat* akad yang terdiri dari *ijab* dan *qabul*

Sighat akad (*lafazh*) merupakan ungkapan yang dilontarkan oleh orang yang melakukan akad untuk menunjukkan keinginannya, dan ungkapan tersebut mengandung serah terima (*ijab qabul*). *Ijab* yaitu ungkapan penyerahan barang, dan *qabul* merupakan ungkapan penerimaan. *Ijab* menunjukkan penyerahan kepemilikan, sementara *qabul* menunjukkan penerimaan kepemilikan. Ini adalah madzhab mayoritas ulama.⁹⁸ Kemudian syarat bersatunya tempat transaksi tanpa

⁹⁶ Wahbah Zuhaili, *Fiqih Islam 5*, alih bahasa oleh Abdul Hayyie al-Kattani, dkk, (Jakarta: Gema Insani, 2011), cet. ke-2, h. 58

⁹⁷ Sayyid Sabiq, *Fiqhus Sunnah*, alih bahasa oleh Asep Sobari, (Jakarta: Al-I'tishom, 2012), cet. ke-4, jilid 3, h. 276.

⁹⁸ Shalah Ash-Shawi dan Abdullah Al-Mushlih, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, alih bahasa oleh Abu Umar Basyir, (Jakarta: Darul Haq, 2011), cet. ke-3, h. 29

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ada pemisah waktu antara pernyataan *ijab* dan *qabul*, kesesuaian antara *ijab* dan *qabul*, pernyataan *shighah* atau tidak adanya sangkutan harus didengar, dan tidak boleh berlaku sementara, maka semua syarat ini disepakati.⁹⁹

b. Syarat

1. Penjual memberitahu biaya barang kepada nasabah.
2. Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
3. Kontrak harus bebas riba.
4. Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
5. Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.

4. Jenis-jenis murabahah

Murabahah pada prinsipnya adalah jual beli dengan keuntungan, hal ini bersifat dan berlaku umum pada jual beli barang-barang yang memenuhi syarat jual beli *murabahah*. *Murabahah* memiliki dua jenis, yaitu:¹⁰⁰

a. Murabahah dengan pesanan

Bentuk murabahah ini melibatkan tiga pihak yakni, bank, nasabah, supplier. Bentuk murabahah ini juga melibatkan hubungan perwakilan antara bank dan pihak ketiga atau nasabah.¹⁰¹

⁹⁹ Wahbah Zuhaili, *op.cit.*, h. 71.

¹⁰⁰ Muhammad Yusuf, *Bisnis Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), cet. ke-1, h.102

¹⁰¹ Sunarto Zulkifli, *Paduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), cet. ke-2, h. 39

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 3. 2 : Skema Murabahah dengan Pesanan



Keterangan :

1. Adanya kesepakatan antara pihak bank dengan nasabah untuk melakukan negosiasi dan persyaratan.
2. Setelah dilakukan negosiasi kemudian melakukan perjanjian berupa akad jual beli antara kedua belah pihak.
3. Dari pihak bank mulai melakukan aktifitas pembelian barang pada penjual untuk nasabah atas nama bank.
4. Atas nama bank penjual mengirim barang kepada nasabah.
5. Nasabah menerima barang dan dokumen perjanjian dari penjual atas nama bank.
6. Setelah nasabah menerima barang dan dokumen dari penjual, maka kewajiban nasabah membayar barang tersebut kepada bank sesuai dengan perjanjian awal.¹⁰²

¹⁰² Syafi'i Antonio, *op. cit*, h. 107

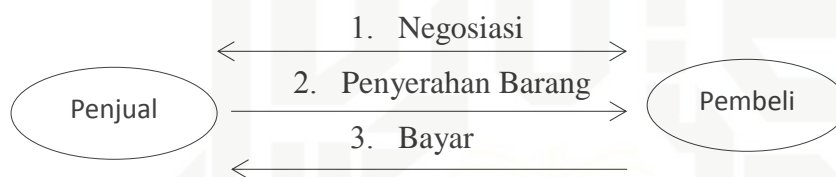
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Murabahah tanpa pesanan

Bentuk akad murabahah ini yaitu ketika penjual memasarkan barangnya kepada pembeli dengan harga sesuai harga perolehan ditambah keuntungan yang diinginkan. Dalam akad ini bank bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli.¹⁰³

Gambar 3.3 : Skema Murabahah Tanpa Pesanan



Keterangan :

1. Adanya kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli untuk melakukan negosiasi dan persyaratan.
2. Setelah melakukan negosiasi kemudian penjual melakukan penyerahan barang kepada pembeli.
3. Setelah pembeli menerima barang dari penjual, maka kewajiban pembeli membayar barang tersebut pada penjual sesuai dengan perjanjian awal.¹⁰⁴

¹⁰³ Siti Najma, *Bisnis Syariah Dari Nol*, (Jakarta: PT. Mizan Publika, 2008), cet. ke-2, h.

¹⁰⁴ Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, (Jakarta: PT.Salemba Empat, 2011, cet. ke-1, h. 164