

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Pengambilan Keputusan

###### a. Pengertian Keputusan

Keputusan merupakan kesimpulan akhir ketika membandingkan suatu hal yang hendak dilakukan. Menurut McGrew dan Wilson keputusan adalah simpulan atas proses yang paling dinamis disebut pengambilan keputusan. Sehingga keputusan digambarkan sebagai “kesimpulan yang terjadi setelah menyebabkan berbagai pemikiran untuk memilih satu kesempatan, sementara yang lain dikesampingkan”.<sup>1</sup>

Unsur prosedur dalam keputusan, yaitu pembentuk keputusan mengenali problem, mengelompokkan tujuan tertentu yang dibutuhkan, mengamati beragam peluang supaya mencapai tujuan yang diinginkan, serta menyudahi proses itu dengan tindakan. Jadi, suatu keputusan didasarkan pada nilai dan fakta (*value and facts*). Keduanya sama-sama penting, akan tetapi fakta makin menguasai kualitas untuk memperbaiki keputusan dalam organisasi. Pada dasarnya suatu keputusan memiliki konsekuensi yang terjadi dapat berupa kesenangan atau kepuasan, sebab inilah termasuk aspek penting dalam keputusan.<sup>2</sup>

###### b. Tingkatan Keputusan

Setiap keputusan memiliki tingkat keunggulan yang berbeda-beda. Ada keputusan yang mempunyai kepentingan signifikan, keputusan yang mempunyai signifikansi luar biasa. Ada empat tingkat keputusan, yaitu: 1) Keputusan otomatis (*automatic decisions*). Keputusan bersifat apa adanya walaupun apa adanya tetapi

---

<sup>1</sup> Ahmad Syaekhu dan Suprianto, *Teori Pengambilan Keputusan* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021), 38-39.

<sup>2</sup> Ahmad Syaekhu dan Suprianto, *Teori Pengambilan Keputusan*, 40.

- informasi masih dibutuhkan. Namun, informasi yang ada tersebut menciptakan satu keputusan.
- 2) Keputusan berdasarkan informasi yang diinginkan (*expected informasi decision*). Ini lumayan rumit, maksudnya informasi yang telah memberikan sinyal untuk mengambil keputusan. Namun, pilihan belum dilakukan, sebab informasi sebenarnya harus dipertimbangkan. Ketika hasil analisis sudah diketahui keputusan langsung dibuat, setingkat dengan keputusan otomatis.
  - 3) Keputusan berdasarkan beragam pilihan (*factor weighting decision*). Ini sangat rumit, memerlukan informasi banyak dan nantinya informasi tersebut akan dianalisis. Membandingkan informasi dan memilih informasi yang dapat memberi manfaat atau kesenangan.
  - 4) Keputusan berdasarkan ketidakjelasan ganda (*Dual uncertainty decisions*). Ini termasuk keputusan paling rumit. Informasi yang dibutuhkan makin banyak. Selanjutnya, pada masing-masing fakta yang telah ada atau fakta yang masih diharapkan diperoleh ketidakpastian. Oleh sebab itu, keputusan seperti ini lebih beresiko lebih besar jika dibandingkan dengan keputusan tingkat dibawahnya.<sup>3</sup>

### c. Jenis-jenis Keputusan

Ditinjau dari perspektif memperoleh dan memproses informasi, pengambilan keputusan juga dapat dibagi menjadi empat jenis yaitu :

*Pertama*, keputusan representasi, suatu keputusan jika pengambil keputusan dihadapkan pada informasi yang memadai serta tahu persis cara memanipulasinya. Keputusan ini menggunakan model matematik yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan mengendalikan ambiguitas, menyelesaikan konflik dan menyelesaikan ketidakpastian.

*Kedua*, keputusan empiris. Keputusan yang sedikit informasi, tetapi mempunyai pendekatan nyata

---

<sup>3</sup> Ahmad Syaekhu dan Suprianto, *Teori Pengambilan Keputusan*, 41-42.

ketika memperoleh informasi. Dalam keputusan ini, ada kemungkinan potensi masalah tentang informasi apa yang perlu dicari dan cara memprediksi kejadian yang tidak menentu. Fungsi keputusan ini untuk menemukan lebih banyak informasi.<sup>4</sup>

*Ketiga*, keputusan informasi. Keadaan yang kaya informasi, namun diselimuti perselisihan mengenai bagaimana menangani informasi yang akan mengarah pada apa yang disebut keputusan bijak. Masalah muncul saat ada ketidaksepakatan mengenai informasi, mana yang akan diproses dan mana yang akan digunakan untuk membuat prediksi. Pengambil keputusan perlu mengintegrasikan pemikiran, terutama cara informasi diproses untuk membuka jalan bagi pengambilan keputusan yang baik.

*Keempat*, keputusan eksplorasi. Istilah ini muncul karena kurangnya informasi dan tidak ada kesepakatan tentang cara memulai pencarian informasi. Terutama untuk memulai upaya pengambilan keputusan dan akan ada ketakutan konflik karena tidak mungkin untuk memprediksi tujuan tersembunyi. Dalam hal ini, penyelidikan perlu dilakukan untuk memperoleh informasi yang benar.<sup>5</sup>

#### d. Dalil Pengambilan Keputusan

Dalil mengenai pengambilan keputusan terdapat pada surah Al-Baqarah Ayat 35-36 yang berbunyi :

وَقُلْنَا يَتَّعَدُمُ اسْكُنْ أَنْتَ وَزَوْجُكَ الْجَنَّةَ وَكُلَا مِنْهَا رَغَدًا  
 حَيْثُ شِئْتُمَا وَلَا تَقْرَبَا هَذِهِ الشَّجَرَةَ فَتَكُونَا مِنَ الظَّالِمِينَ  
 فَأَزَلَّهُمَا الشَّيْطَانُ عَنْهَا فَأَخْرَجَهُمَا مِمَّا كَانَا فِيهِ وَقُلْنَا



<sup>4</sup> Ahmad Syaekhu dan Suprianto, *Teori Pengambilan Keputusan*, 47.

<sup>5</sup> Ahmad Syaekhu dan Suprianto, *Teori Pengambilan Keputusan*, 48.

أَهْبَطُوا بَعْضُكُمْ لِبَعْضٍ عَدُوٌّ وَلَكُمْ فِي الْأَرْضِ مُسْتَقَرٌّ وَمَتَاعٌ

إِلَىٰ حِينٍ ﴿٦﴾

Artinya : “Dan kami berfirman, Wahai Adam! Tinggallah engkau dan isterimu di dalam surga, dan makanlah dengan nikmat (berbagai makanan) yang ada di sana sesukamu. (Tetapi) janganlah engkau dekati pohon ini, nanti kamu termasuk orang-orang yang dzalim!. Lalu setan memperdayakan keduanya dari surga sehingga keduanya dikeluarkan dari segala kenikmatan ketika keduanya di sana (surga). Dan kami berfirman, Turunlah kamu! Sebagian kamu menjadi musuh bagi yang lain. Dan bagi kamu ada tempat tinggal dan kesenangan di bumi sampai waktu yang ditentukan”.<sup>6</sup>

Kesimpulan ayat di atas yaitu bahwa Allah mengambil keputusan baik untuk Nabi Adam a.s beserta istrinya supaya berdiam di surga serta menikmati segala nikmat dan menjahui larangan dari Allah. Akan tetapi, setan mengelabui nabi adam dan istrinya sampai akhirnya dikeluarkan dari surga dan diturunkan ke bumi.

#### e. Pengambilan Keputusan dalam Perspektif Islam

Pengambilan keputusan dalam Islam dibagi menjadi tiga macam permasalahan, yaitu *dalam masalah hukum* (keputusan diambil melalui cara ijtihad yang dilakukan oleh para mujtahid), *dalam masalah yang memerlukan keahlian* (keputusan ini diambil melalui berbagai pendapat yang paling benar) dan *dalam masalah yang tidak memerlukan keahlian* serta dapat dipahami

<sup>6</sup> *Al Quranul Karim*, PT Toha Putra: Semarang , 6.

oleh banyak pihak (keputusan diambil dari cara musyawarah mufakat).<sup>7</sup>

Dalam pengambilan keputusan, pada dasarnya kita perlu mengetahui 6 dasar etika hidup Islam, yaitu :

- 1) Keadaan mendesak, sesuatu yang diizinkan saat darurat, yaitu tidak ada pilihan lain dan hanya untuk melestarikan dan mengatur kehidupan.
- 2) Melindungi dan melestarikan kehidupan, keputusan yang diambil untuk melestarikan dan melindungi kehidupan bukan karena alasan lain.
- 3) Supaya kebutuhan yang lebih besar, keputusan yang diambil harus jelas untuk kebutuhan yang besar.
- 4) Kemungkinan berhasil, keputusan yang diambil harus sudah memungkinkan keberhasilannya.
- 5) Berguna dan mudlarat, keputusan yang diambil telah diperhitungkan kerugian dan keuntungan serta kegunaan dan kemudlaratannya.
- 6) Tidak ada pilihan lain, keputusan yang diambil telah diperhitungkan berbagai pilihan lain sehingga keputusan tersebut yang harus diambil.<sup>8</sup>

#### **f. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan**

Pada umumnya konsumen tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan. Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain :

- 1) Faktor budaya  
Budaya merupakan dasar terpenting bagi harapan kepribadian individu yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen.
- 2) Faktor sosial  
Kelompok acuan, keluarga, pekerjaan dan status sosial merupakan aspek-aspek yang mempengaruhi perilaku konsumen.

---

<sup>7</sup> Sindu Mulianto, dkk, *Panduan Lengkap Supervisi Diperkaya Perspektif Syariah* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), 139-140.

<sup>8</sup> Safrida dan Dewi Andayani, *Aqidah dan Etika dalam Biologi* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2017), 193.

- 3) Faktor pribadi  
Faktor pribadi mengingat usia, pekerjaan serta kondisi keuangan, karakter dan sifat diri sendiri, cara hidup dan kualitas.
- 4) Faktor psikologis  
faktor psikologis benar-benar mempengaruhi karakter konsumen yaitu inspirasi, wawasan, pembelajaran, serta keyakinan dan perspektif.<sup>9</sup>

#### g. Teori Pengambilan Keputusan

Sesuai pendekatan yang sudah diuraikan, muncul beragam aliran yang menunjukkan teori pengambilan keputusan yang tidak sama yaitu :

- 1) Aliran Birokratik (*Bureaucratic School*)  
Aliran ini sangat mementingkan alur kerja dan proses dalam struktur organisasi. Tanggung jawab bawahan adalah melaporkan masalah, memberikan informasi, menyimpan fakta dan informasi lainnya pada atasannya. Melalui seluruh pengetahuan, keahlian serta kemampuan untuk melakukan keputusan setelah mempelajari semua informasi. Keputusan atasan sangat berpegang dengan keahlian sendiri serta kelengkapan informasi, apa informasi tersebut bisa dipercaya, keputusan ini selalu dianggap benar, meskipun memiliki kelemahan-kelemahan.
- 2) Aliran Manajemen Sainifik (*Scientific Management School*)  
Aliran ini memfokuskan kewajiban bisa ditransformasikan ke dalam unsur-unsur logis dan bisa dijelaskan secara ilmiah. Pada saat yang sama, manajemen sendiri mempunyai keahlian guna menjelaskan serta memecahkan konflik.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Nur Kholidah dan Muhammad Arifiyanto, *Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal* (Pekalongan: NEM, 2020) 6-7.

<sup>10</sup> Ahmad Syaekhu dan Suprianto, *Teori Pengambilan Keputusan*, 56.

3) Aliran Hubungan Kemanusiaan (*Human Relations School*)

Bagi orang-orang lembaga, semisal mereka mengarah pada kenyamanan bekerja dan berpartisipasi untuk mengambil keputusan, menganggap bahwa lembaga termasuk kumpulan sosial yang memiliki tujuan. Melainkan, selalu pertimbangkan keperluan serta impian nasabah ketika mengambil keputusan bertindak.

4) Aliran Rasionalitas Ekonomi (*Economic Rationality School*)

Aliran ini menyatakan bahwa kelompok adalah unsur ekonomi dengan mengubah masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*) yang dilaksanakan secara efektif. Menurut aliran ini, selama nilai perubahan kebijakan lebih tinggi dari biayanya, maka akan terus berlanjut.

5) Aliran Satisficing

Sebuah keputusan yang sempurna, ini selalu berarti bahwa manajer yang bergulat dengan perjuangan lain percaya bahwa mereka dapat membuat keputusan yang sangat logis. Manajer sebenarnya berencana untuk membuat keputusan rasional, tetapi kendala psikologis, ketidakpastian, dan kendala waktu memaksa mereka untuk membuat keputusan dalam situasi rasionalitas terbatas.

6) Aliran Analisis Sistem

Aliran ini percaya bahwa setiap konflik ada pada satu sistem terdiri dari berbagai subsistem. Subsistem ini adalah satu kesatuan, semacam yang ditunjukkan oleh kata pada kotak teka-teki, yang masing-masing memiliki hubungan serta pengaruh kepada lainnya.<sup>11</sup>

#### **h. Indikator Pengambilan Keputusan**

Adapun indikator dalam pengambilan keputusan, diantaranya yaitu :

---

<sup>11</sup> Ahmad Syaekhu dan Suprianto, *Teori Pengambilan Keputusan*, 57.

- 1) Pengenalan masalah  
Cara ini dimulai saat anggota mengetahui masalah atau keperluan, yang disebabkan oleh dorongan dari luar maupun dalam.
- 2) Pencarian informasi  
Anggota tentunya akan mencari informasi yang sesuai dengan keperluannya.
- 3) Evaluasi alternatif  
Pembeli mempunyai pandangan yang berbeda-beda dalam mempertimbangkan terkait dengan keuntungan yang di cari.
- 4) Keputusan pembelian  
Pada tahap penilaian, nantinya pembeli akan memutuskan untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya.<sup>12</sup>

## 2. Pembiayaan Murabahah

### a. Pengertian Pembiayaan Murabahah

Menurut beberapa ulama mendefinisikan murabahah dengan arti yang berbeda-beda. Menurut Al-Kasani murabahah adalah jual beli: harga jual adalah mata uang yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu objek pertukaran atau harga beli, harga beli dan jumlah dengan keuntungan khusus yang diharapkan oleh penjual. Keuntungan yang diharapkan pembeli diketahui. Di sisi lain, menurut Ustmani murabahah adalah jenis perdagangan dimana penjual harus memberi tahu pembeli tentang biaya-biaya ini dan biaya untuk mendapatkan bunga atas biaya penjualan.<sup>13</sup>

Murabahah adalah kesepakatan yang menggambarkan kepentingan margin yang disepakati oleh kedua belah pihak. Kontrak ini menjamin pendanaan baik uang maupun waktu. Ini berarti tingkat prediktabilitas arus kas yang relative pasti, karena kedua belah pihak

---

<sup>12</sup> Eko Yulian, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Carang Bandung," *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 1, no. 1 (2011): 24.

<sup>13</sup> Mahmudatus Sa'diyah, *Fiqh Muamalah II Teori dan Praktik* (Jepara: UNISNU PRESS, 2019), 27.

sepakat di awal perjanjian. Oleh karena itu murabahah adalah produk keuangan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan kepada nasabah yang membutuhkan produk tertentu sesuai dengan standar syariah Islam.<sup>14</sup>

**b. Dasar Hukum Murabahah**

Murabahah adalah salah satu unsur jual beli yang disahkan secara keseluruhan. Oleh karena itu, dasar hukum jual beli murabahah adalah ayat Al-Qur'an yang membolehkan jual beli, diantaranya :

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا... ﴿٢٧٥﴾

Artinya: "... dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" (QS Al-Baqarah:275)<sup>15</sup>

Ayat di atas menyatakan bahwa diperbolehkan melakukan jual beli dan murabahah sebagai bentuk perdagangan.

Dan firman Allah:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِأَلْبَابٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ... ﴿٢٩﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan uamh batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu" (QS. An-Nisaa: 29).<sup>16</sup>

<sup>14</sup> Dhody Ananta Rivandi Widjajaatmadja dan Cucu Sholihah, *Akad Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Dalam Bentuk Akta Otentik* (Malang: Inteligansia Media, 2019), 96.

<sup>15</sup> *Al Quranul Karim*, PT Toha Putra: Semarang, 36.

<sup>16</sup> *Al Quranul Karim*, PT Toha Putra: Semarang, 65.

Berdasarkan ayat di atas, jadi murabahah termasuk usaha mengejar rizki dengan cara jual beli. Menurut Azzuhaili murabahah yaitu jual beli berdasarkan suka sama suka antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi.<sup>17</sup>

#### c. Rukun dan Syarat Pembiayaan Murabahah

Menurut Hanafiyah, rukun pembiayaan murabahah yaitu penjual dan pembeli, harga, barang, ijab dan qabul. Akad murabahah dapat dikatakan sah jika sudah mencukupi beberapa syarat sebagai berikut :

- 1) Memahami harga pokok (harga beli)
- 2) Jelas keuntungannya (margin), harus diungkapkan pada pembeli berikutnya dengan mengungkapkan persentase dan harga beli
- 3) Modal yang digunakan untuk membeli benda tukar perlu ada kesamaan, akan lebih baik jika menggunakan uang tunai
- 4) Objek pertukaran dan alat pembayaran tidak boleh berupa riba
- 5) Akad yang dilakukan penjual dan pembeli harus sah
- 6) Bai'murabahah berlandaskan pada kepercayaan, karena pembeli percaya terhadap informasi yang diberikan.<sup>18</sup>

#### d. Jenis-jenis Murabahah

Dalam persepsi lembaga keuangan syariah, jenis-jenis pembiayaan murabahah dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

- 1) Murabahah tanpa pesanan

Murabahah tanpa pesanan yaitu jenis jual beli murabahah dengan tidak melihat ada tidaknya anggota yang mengajukan pembiayaan. Secara keseluruhan, lembaga keuangan memberikan produk dagang yang diperjualbelikan dengan tidak mempedulikan ada tidaknya anggota yang membeli.

<sup>17</sup> Mahmudatus Sa'diyah, *Fiqh Muamalah II Teori dan Praktik*, 28-29.

<sup>18</sup> Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 92-93.

2) Murabahah dengan pesanan

Murabahah dengan pesanan merupakan jual beli yang dijalankan sesudah jelas permintaan anggota dalam mengajukan pembiayaan. Maka, dilakukan setelah nasabah memesan produk atau persediaan sesuai yang dibutuhkan.<sup>19</sup>

**e. Pembiayaan Murabahah dalam Bank Syariah**

Pembiayaan murabahah adalah produk pembiayaan yang sangat unggul dan sering dipakai perbankan syariah untuk aktivitas bisnis. Menurut pemahaman Ashraf Usmani, murabahah menempati bagian 60% dari seluruh transaksi pendanaan bank-bank syariah yang ada di dunia. Penerapan pembiayaan murabahah dapat menghasilkan manfaat untuk bank syariah, manfaatnya sebagai berikut :

- 1) Kepastian membeli, dimana bank syariah tidak mau membelikan apapun selain jelas pembelinya
- 2) Jelas keuntungannya, dimana bank syariah bisa menjamin keuntungan atas barang yang dijualnya
- 3) Pembiayaan murabahah kini lebih mudah untuk diterapkan

Dalam penerapannya bank syariah berbeda dengan bank konvensional dalam kegiatan usahanya, di mana bank syariah berdasarkan bagi hasil sedangkan bank konvensional didasarkan pada bunga. Produk perbankan syariah harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Artinya kegiatan pembiayaan dengan anggota harus sesuai dengan syarat Islam dan tidak boleh mengandung unsur riba, maisir, gharar, batil serta unsur haram.<sup>20</sup>

**f. Indikator Pembiayaan Murabahah**

Adapun indikator pembiayaan murabahah antara lain :

---

<sup>19</sup> La Ode Alimusa, *Manajemen Perbankan Syariah Suatu Kajian Ideologis dan Teoritis* (Sleman: Deepublish Publisher, 2020), 147.

<sup>20</sup> Dhody Ananta Rivandi Widjajaatmadja dan Cucu Sholihah, *Akad Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Dalam Bentuk Akta Otentik*, 5.

- 1) Bebas riba, pembiayaan yang dilakukan terhindar dari riba
- 2) Adanya barang (produk), barang yang digunakan harus sesuai dengan syariat Islam
- 3) Akad, sebelum pembayaran harus sama-sama sepakat dan harus jelas dan tertulis
- 4) Media pembayaran, proses pembayarannya harus sesuai dengan ketentuan pembayaran
- 5) Keringanan pembayaran, pembayaran dilakukan secara angsuran dan tanpa denda saat macet membayar
- 6) Harga, harga pokok harus jelas
- 7) Pengembalian pinjaman, jumlah pengembalian harus jelas.<sup>21</sup>

### 3. Kompetensi *Account Officer*

#### a. Pengertian Kompetensi

Kompetensi merupakan suatu keahlian yang dimiliki seseorang dalam menyikapi kondisi serta keadaan dalam pekerjaannya. Kompetensi yang dimiliki seseorang bisa dilihat dari kreativitas, pembaruan yang diciptakan, dan kemampuannya dalam menyelesaikan masalah.<sup>22</sup> Kompetensi tidak termasuk keahlian yang tidak bisa dipengaruhi. Menurut Michael Zwell ada banyak hal yang bisa mempengaruhi kompetensi seseorang, yaitu nilai pengalaman, keyakinan, keterampilan, motivasi, karakter pribadi, budaya organisasi dan kemampuan intelektual.<sup>23</sup>

#### b. Pengertian *Account Officer*

*Account Officer* merupakan petugas bank yang berperan penting dalam memasarkan dengan cepat dan efisien, sebab mereka adalah tenaga siap pakai yang sudah mengetahui tentang pasar dan cara menanganinya.<sup>24</sup>

<sup>21</sup> Ali Nur Ahmad dan Siti Nurrohmah, "Pengaruh Pembiayaan Murabahah terhadap Kesejahteraan Nasabah," *ESPB* 5, no. 1 (2020): 14.

<sup>22</sup> Pribadiyono dan Willy Hendarto, *Kompetensi Kerja Perusahaan Perkapalan* (Surabaya : CV Jakad Publishing Surabaya, 2019), 18.

<sup>23</sup> Pribadiyono dan Willy Hendarto, *Kompetensi Kerja Perusahaan Perkapalan*, 26.

<sup>24</sup> Noel Chabannel Tohir, *Panduan Lengkap Menjadi Account Officer* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012), 391.

Account Officer (AO) diupayakan memiliki bakat dan kemampuan, baik operasional ataupun teknis, dan mempunyai kompetensi pengetahuan yang bersifat teoritis. Seorang Account Officer yang baik mengetahui tentang hal-hal yang biasanya digunakan untuk menganalisis, tahu cara menyelidiki, memiliki informasi yang memuaskan tentang keuangan, manajemen, hukum, dan perspektif keuangan khusus dan memiliki informasi mengenai dasar-dasar pembiayaan.<sup>25</sup> Account Officer bertanggung jawab mencari anggota yang tepat untuk diberikan pembiayaan sesuai metode lembaga keuangan.

**c. Kewajiban dan Tugas *Account Officer***

Seseorang yang memiliki jabatan sebagai Account Officer tentunya memiliki kewajiban serta tugas penting dalam meningkatkan profitabilitas lembaga keuangan ataupun perusahaan. Tugas AO yaitu memasarkan atau menjual semua produk yang ada pada perusahaan khususnya produk pembiayaan, membantu staf manajerial mengatasi kewajibannya yang berkaitan dalam bidang marketing serta pembiayaan. Adapun kewajiban dari seorang Account Officer yaitu harus mampu mengelola anggota-anggota pada lembaga keuangan, melayani semua kebutuhan anggota yang berhubungan dengan lembaga keuangan secara menyeluruh pada umumnya, serta seorang AO dituntut harus menguasai serta memahami ilmu dalam bank secara keseluruhan.<sup>26</sup>

**d. Peran dan Pelaksanaan *Account Officer***

Seorang Account Officer dalam menjalankan perannya mempunyai fungsi ganda. Di sisi lain, AO adalah staf bank yang harus bekerja di bawah prinsip dan tujuan bank supaya dapat memberikan hasil yang maksimal. Selain itu, AO juga dituntut untuk memberikan

---

<sup>25</sup> Rahmah Yulianti dan Khairuna, "Pengaruh Peran dan Kualitas Pelayanan Accounting Officer (AO) Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah dan Musyarakah Pada Perbankan Syariah Kota Banda Aceh," *Journal Of Economics Science* 6, no. 2 (2020): 119.

<sup>26</sup> Zulfiyanda, "Upah Kerja Lembur terhadap Jabatan Account Officer," *Jurnal Dialektika Hukum* 3, no. 1 (2021): 8.

suasana yang baik kepada anggota serta sangat berperan penting dalam menganalisis pembiayaan. Oleh sebab itu, AO dianjurkan untuk meningkatkan sisi kepentingan itu. Pada dasarnya, peran serta pelaksanaan Account Officer yaitu :

- 1) Mengelola *account*  
Seorang *account officer* menuntun anggota supaya memperoleh optimalisasi dan efisiensi dari setiap transaksi moneter yang diselesaikan tanpa meninggalkan kewajiban sebagai petugas bank.
- 2) Mengelola produk  
Seperti yang sudah disebutkan, AO menghubungkan peluang penggunaan berbagai macam produk yang sesuai untuk keperluan anggota (nasabah).
- 3) Mengelola pinjaman (*loan*)  
*Account Officer* memantau pinjaman anggota (nasabah) supaya anggota tetap konsisten dalam mencukupi tanggung jawab pembiayaannya. Untuk melakukan ini, *account officer* harus mempunyai informasi memadai mengenai usaha pelanggannya.
- 4) Mengelola *profitability*  
Seorang *Account Officer* bertindak untuk memutuskan dan menentukan keuntungan yang diperoleh bank. Ia juga harus percaya bahwa segala sesuatu dilakukan dengan syarat yang memberikan keuntungan bagi bank.
- 5) Mengelola penjualan  
Seorang *Account Officer* sebagai ujung tombak bank dalam memasarkan produk-produknya. Jadi, seorang AO harus mempunyai persuasif yang cukup dalam memasarkan produknya.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Rahmah Yulianti dan Khairuna, "Pengaruh Peran dan Kualitas Pelayanan Accounting Officer (AO) Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah dan Musyarakah Pada Perbankan Syariah Kota Banda Aceh," *Journal Of Economics Science* 6, no. 2 (2020): 119-120.

#### e. **Kompetensi Account Officer**

Seorang account officer harus memiliki kompetensi khusus, yaitu perpaduan antara komitmen dan kemampuan dalam menjalankan tugasnya. Kemampuan account officer sangat bergantung pada keterampilan dan pengetahuan dengan tugasnya. Sedangkan komitmen account officer bergantung pada etos kerjanya. Kemampuan account officer menjadi tidak berarti apabila yang bersangkutan tidak memiliki komitmen dalam menjalankan tugasnya. Sebaliknya komitmen account officer akan merugikan perusahaan jika yang bersangkutan tidak mempunyai pengetahuan serta keterampilan yang memadai dalam menjalankan tugasnya. Oleh sebab itu, antara komitmen dan kemampuan account officer untuk menjalankan tugasnya merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan dan harus dikembangkan bersama, terus-menerus sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan bisnis.<sup>28</sup>

#### f. **Indikator Kompetensi Account Officer**

Adapun indikator pada kompetensi Account Officer adalah sebagai berikut :

- 1) Pengetahuan
- 2) Keterampilan
- 3) Sikap<sup>29</sup>

Kompetensi diartikan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap seorang karyawan supaya dapat bekerja secara maksimal.

### 4. Margin

#### a. **Pengertian Margin**

Margin merupakan seberapa besar keuntungan atas transaksi yang diperoleh pihak bank dan juga anggota

---

<sup>28</sup> Noer Azam Achsan, dkk, *Pembangunan dan Kebijakan Ekonomi Indonesia Menghadapi Tantangan Globalisasi Ekonomi* (Bogor : IPB Press, 2016), 267.

<sup>29</sup> Brian Ahmad Nur Hasan, Ahmad Roziq, dan Imam Mas'ud, "Kompetensi Account Officer dan Informasi Asimetri terhadap Kinerja Murabahah dengan Risiko sebagai Variabel Intervening (Studi di BMT Kabupaten Banyuwangi dan Jember)," *e-Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 4, no. 1 (2017): 14.

dengan menggunakan akad murabahah. Margin sifatnya tetap (*fixed*) tidak bisa diganti selama jangka waktu pembiayaan.<sup>30</sup> Margin merupakan persentase khusus yang ditentukan jika selama setahun maka perhitungan marginya dipastikan 360 hari. Kemudian jika secara bulanan maka perhitungan marginya setahun dipastikan 12 bulan. Peningkatan aset bersih sebagai hasil dalam mempertahankan aset yang terjadi kenaikan nilai selama periode yang ditentukan. Keuntungan didapat dari pertukaran yang sah serta bebas tanpa disengaja, dengan pengecualian pertukaran mandiri dengan pemegang saham, atau pemegang rekening investasi tanpa batas yang setara dengannya.

Penentuan margin murabahah ditetapkan dengan margin keuntungan pada produk pembiayaan murabahah berbasis *natural certainly contracts* (NCC), yaitu akad bisnis yang menyerahkan ketentuan pembayaran, baik dalam segi jumlah (*amount*) ataupun waktu (*timing*). Adapun penentuan margin yaitu :

- 1) *Mark up Pricing*, menentukan tingkatan nilai anggaran produk barang yang berkaitan
- 2) *Target-Return Pricing*, harga jual produk berfungsi untuk memperoleh kualitas return bagi besarnya asset yang diinvestasikan.
- 3) *Perceived-Value Pricing*, menentukan harga dengan tidak memanfaatkan faktor harga sebagai harga jual.
- 4) *Value Pricing*, strategi harga yang kompetiti akan produk berkualitas tinggi.<sup>31</sup>

#### **b. Teknik Perhitungan Margin**

Perhitungan margin keuntungan pembiayaan murabahah umumnya menggunakan metode *flat*, yaitu keuntungan pada nilai harga pokok pembiayaan bersifat tetap dari satu periode ke periode lain. jika kapasitasnya

---

<sup>30</sup> Abdul Karim dan Fifi Hanafia, *Menjaga Konsep Ekonomi Syariah* (Bogor: IPB Press, 2021), 131.

<sup>31</sup> Ridwan Nurdin dan Sri Ainun Jariah, "Analisis Rate Margin Murabahah Pada Transaksi Jual Beli Rumah Subsidi KPR BTN Syariah Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Penelitian Pada BTN Syariah KC Banda Aceh)," *Journal Al-Mudharabah* 3, Edisi 1 (2021): 72-73.

turun terjadi karena angsuran harga pokok. Rumus yang digunakan yaitu :<sup>32</sup>

$$\begin{aligned} \text{Produk pembiayaan} &= \text{plafond} : \text{jangka waktu} \\ \text{Margin keuntungan} &= \text{plafond} \times \text{prosentase margin} \\ \text{Total angsuran} &= \text{pokok pembiayaan} + \text{margin} \end{aligned}$$

Contoh : Pak Rudi memiliki pembiayaan murabahah angsuran motor di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Juwana sebesar Rp 20.000.000,- dengan jangka waktu yang diambil 24 bulan (2 tahun) dengan jumlah prosentase margin 1,8% per bulan.

Dari contoh di atas dapat diketahui bahwa :

$$\begin{aligned} \text{Plafond} &= \text{Rp } 20.000.000,- \\ \text{Jangka waktu} &= 24 \text{ bulan} \\ \text{Margin} &= 1,8\% \text{ per bulan} \\ \text{Perhitungannya :} \\ \text{Pokok pembiayaan} &= \text{Plafond} : \text{Jangka waktu} \\ &= \text{Rp } 20.000.000,- : 24 \text{ bulan} \\ &= \text{Rp } 833.333,- \text{ per bulan} \\ \text{Margin keuntungan} &= \text{Plafond} \times \text{Prosentase margin} \\ &= \text{Rp } 20.000.000,- \times 1,8\% \\ &= \text{Rp } 360.000,- \text{ per bulan} \\ \text{Total angsuran} &= \text{Pokok pembiayaan} + \text{Margin} \\ &\text{keuntungan} \\ &= \text{Rp } 833.333,- + \text{Rp } 360.000,- \\ &= \text{Rp } 1.193.333,- \text{ per bulan}^{33} \end{aligned}$$

**c. Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Margin**

Adapun aspek-aspek yang harus dipertimbangkan dalam penetapan margin yaitu :

---

<sup>32</sup> Moh Abdur Rohman Wahid dan Ita Nurul Faidilah, “Mekanisme Penentuan Harga Jual dan Profit Margin Pembiayaan Murabahah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Lampung Timur,” *Jurnal Manajemen* 15, no. 2 (2020): 9.

<sup>33</sup> Teknik Perhitungan Margin Pembiayaan KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Juwana tahun 2021.

1) Komposisi pendanaan

Bank syariah memperoleh dana dari tabungan dan giro, yang tambahan nisbah anggota tidak setinggi pada deposito (bahkan bonus untuk giro cukup rendah sebab dipasrahkan semuanya pada pihak bank syariah yang bersangkutan), sehingga penetapan margin lebih sebanding apabila dibandingkan dengan bank yang memiliki sebagian besar dananya dari tabungan.

2) Kualitas Persaingan

Seandainya persaingan kuat, maka bagian keuntungan bank menjadi menipis, sementara kualitas persaingannya masih luas bank bisa menghasilkan keuntungan yang makin tinggi.

3) Resiko pembiayaan

Bagi pembiayaan pada sektor yang beresiko tinggi, bank bisa mengambil margin yang lebih tinggi dibandingkan yang beresiko rendah.

4) Tingkat Anggota

Tingkat anggota yaitu anggota standar atau anggota terbaik, untuk nasabah biasa yang mengambil pembiayaan maka bank mengambil keuntungan yang sesuai dengan ketentuan lembaga, sedangkan untuk nasabah terbaik semisal bisnisnya kuat serta besar maka bank mengambil keuntungan tipis.

5) Kondisi perekonomian

Peredaran ekonomi mencakup keadaan yaitu resurgence, resesi, depresi dan puncak. Secara umum perekonomian berpengaruh terhadap keadaan resurgence dan resesi, yang mana usahanya berjalan dengan lancar, sehingga bank bisa mengambil keuntungan yang lebih besar. Tetapi dalam keadaan lainnya (depresi dan resesi) bank tidak mengalami kerugian itu sudah bagus, keuntungannya sangat tipis.

6) Tingkat keuntungan yang diinginkan bank

Secara kondisional, berkaitan dengan masalah kondisi perekonomian secara keseluruhan dan juga resiko atas sektor pembiayaan. Bagaimanapun dan apapun situasinya bank tentu sudah menentukan seberapa besar keuntungan yang dianggarkan. Anggaran keuntungan ini menjadi pengaruh dalam

menentukan seberapa besar margin atau proporsi bagi hasil bank.<sup>34</sup>

#### d. Indikator Margin

Adapun indikator pada margin adalah sebagai berikut :

- 1) Margin lebih kecil jika dibandingkan BMT lainnya, margin yang ditetapkan sesuai dengan ketentuan lembaga SOP.
- 2) Margin terjangkau oleh anggota, harus sesuai dengan kemampuannya.
- 3) Margin tetap saat awal perjanjian, jumlah margin yang ditentukan sesuai awal perjanjian dan tidak bisa berubah setelah terjadinya akad.
- 4) Margin tetap tidak mengikuti suku bunga, tidak adanya bunga dalam pembiayaan.
- 5) Margin dapat ditawar (negosiasi), margin bisa berubah karena adanya ketentuan dan syarat dalam menentukan jumlah dan waktu pembiayaan.<sup>35</sup>

### 5. Lokasi

#### a. Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha tersebut dilakukan. Lokasi adalah tempat dimana orang-orang dapat berkunjung atau tempat yang khusus dimana lahan tersebut dapat digunakan. Dalam bisnis jasa Bank, penentuan lokasi dimana bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting. Jadi, lokasi adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung. Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam aktifitas menghimpun dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali pada

---

<sup>34</sup> Darmawan dan Muhammad Iqbal Fasa, *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: IKAPI, 2020), 118-119.

<sup>35</sup> Susi Sumanti, Nety Hermawati, dan Selvia Nuriasari “Pengaruh Margin dan Lokasi terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Murabahah Studi pada BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung,” *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 5, no. 3 (2020): 7.

masyarakat. Karena dengan penentuan lokasi yang sesuai maka target pencapaian bank akan dapat diraih.<sup>36</sup>

#### **b. Faktor-faktor Penentuan Lokasi**

Secara khusus ada dua faktor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi suatu bank, yaitu:

##### 1) Faktor primer

Pertimbangan faktor primer dalam penentuan lokasi bank yaitu dekat dengan pasar, perumahan, adanya tenaga kerja baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan, adanya fasilitas pengakutan, adanya sarana prasarana, dan sikap masyarakat.

##### 2) Faktor sekunder

Pertimbangan faktor sekunder dalam penentuan lokasi bank yaitu biaya untuk investasi di lokasi tersebut, prospek perkembangan harga, kemungkinan untuk perluasan lokasi, adanya fasilitas penunjang lain dan masalah pajak dan perburuhan di daerah setempat.<sup>37</sup>

#### **c. Indikator Lokasi**

Adapun indikator pada lokasi adalah sebagai berikut :

- 1) Lokasi BMT dekat dengan tempat tinggal
- 2) Lokasi BMT dekat dengan tempat usaha
- 3) Lokasi BMT dipinggir jalan
- 4) Lokasi BMT dekat dengan pasar
- 5) Lokasi BMT dekat dengan perumahan atau masyarakat
- 6) Lokasi BMT lebih dekat dibanding BMT lainnya.<sup>38</sup>

### **B. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan hasil pencarian terhadap penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Kompetensi Account

---

<sup>36</sup> Susi Sumanti, Nety Hermawati, dan Selvia Nuriasari “Pengaruh Margin dan Lokasi terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Murabahah Studi pada BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung,” *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 5, no. 3 (2020): 5.

<sup>37</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: KENCANA, 2004), 149.

<sup>38</sup> Susi Sumanti, Nety Hermawati, dan Selvia Nuriasari “Pengaruh Margin dan Lokasi terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Murabahah Studi pada BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung,” *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 5, no. 3 (2020): 7.

Officer (AO), Margin dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah di KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah Cabang Juwana Tahun 2018-2020”. Penelitian ini telah dilakukan pada peneliti sebelumnya dengan subjek dan objek penelitian yang berbeda-beda dengan hasil yang berbeda pula. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan rujukan bagi peneliti adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

Nama/Tahun/Judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
Brian Ahmad Nur Hasan, Ahmad Roziq, dan Imam Mas’ud (2017) “Kompetensi Account Officer dan Informasi Asimetri terhadap Kinerja Murabahah dengan Risiko sebagai Variable Intervening (Studi di BMT Kabupaten Banyuwangi dan Jember)”. <sup>39</sup>	Variabel kompetensi account officer berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja pembiayaan murabahah. Selanjutnya kompetensi account officer tidak berpengaruh pada variabel risiko pembiayaan murabahah	Sama-sama membahas tentang kompetensi Account Officer	Variabel independen dalam penelitian tersebut adalah kompetensi account officer dan informasi asimetri (AO). Sedangkan kebaharuan dalam penelitian ini variabel independennya adalah Kompetensi AO, Margin, dan Lokasi. Selain itu objek penelitian yang dilakukan juga berbeda.
Khotib Sholeh dan Anisa Nur Fauzia (2021) “Pengaruh Promosi, Nilai Syari’ah, dan Prosentase Margin Terhadap Minat Nasabah	Variabel prosentase margin tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah	Sama-sama membahas tentang margin	Variabel independen dalam penelitian tersebut adalah prosentase margin. Sedangkan kebaharuan dalam penelitian ini variabel independennya

<sup>39</sup> Brian Ahmad Nur Hasan, Ahmad Roziq, dan Imam Mas’ud, “Kompetensi Account Officer dan Informasi Asimetri Terhadap Kinerja Murabahah Dengan Resiko Sebagai Variable Intervening (Studi di BMT Kabupaten Banyuwangi dan Jember),” e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi 4, no 1 (2017): 17.

Nama/Tahun/Judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
Untuk Mengajukan Pembiayaan Murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean <sup>40</sup>			adalah Kompetensi AO, Margin, dan Lokasi. Selain itu objek penelitian yang dilakukan juga berbeda.
Eliza (2019) “Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Gajahtongga Kotopilang Kota Sawahlunto”. <sup>41</sup>	Variabel tingkat margin berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah	Sama-sama membahas tentang margin	Variabel independen dalam penelitian tersebut adalah tingkat margin. Sedangkan kebaruan dalam penelitian ini variabel independennya adalah Kompetensi AO, Margin, dan Lokasi. Selain itu objek penelitian yang dilakukan juga berbeda.
Susi Sumanti, Nety Hermawati, dan Selvia Nuriasari (2019) “Pengaruh Margin dan Lokasi Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Murabahah (Studi Pada BMT Baskara Asri	Variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan	Sama-sama membahas tentang lokasi	Variabel independen dalam penelitian tersebut adalah lokasi. Sedangkan kebaruan dalam penelitian ini variabel independennya adalah Kompetensi AO, Margin, dan Lokasi. Selain itu objek penelitian

<sup>40</sup> Khotib Sholeh dan Anisa Nur Fauzia, “Pengaruh Promosi, Nilai Syariah dan Prosentase Margin Terhadap Minat Nasabah untuk Mengajukan Pembiayaan Murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean,” *Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2021): 26.

<sup>41</sup> Eliza, “Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Gajahtongga Kotopiliang Kota Sawahlunto,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas* 21, no. 2 (2019): 152.

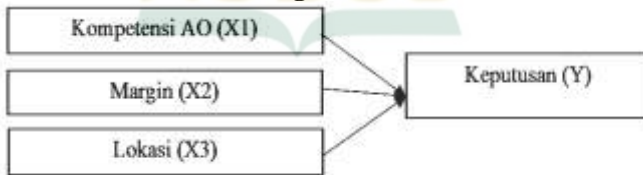
Nama/Tahun/Judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
Sejati Cabang Sekampung” <sup>42</sup>			yang dilakukan juga berbeda.

**C. Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir adalah sintesis dari hubungan antara variabel yang dibangun dari berbagai teori yang dijelaskan. Ini dianalisis dan diatur dengan cermat sesuai dengan teori yang dijelaskan. Sehingga memperoleh sintesa mengenai hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesa mengenai hubungan antar variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis.<sup>43</sup>

Permasalahan penelitian pada KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah Cabang Juwana yaitu mengenai tingginya jumlah anggota pembiayaan murabahah jika dibandingkan dengan pembiayaan lain sehingga produk pembiayaan murabahah menjadi produk unggulan karena lebih diminati dan sering digunakan oleh anggota, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kompetensi AO, margin dan lokasi terhadap keputusan pembiayaan murabahah di KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah Cabang Juwana. Apakah dari variabel-variabel tersebut yaitu dari kompetensi AO, margin, dan lokasi dapat mempengaruhi keputusan pada pembiayaan murabahah. Dalam menjelaskan penyusunan agar lebih terarah, maka dibutuhkan adanya kerangka berfikir sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**



<sup>42</sup> Susi Sumanti, Nety Hermawati, dan Selvia Nuriasari, “Pengaruh Margin dan Lokasi terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Murabahah Studi pada BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung,” *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 5, no. 3 (2020): 22.

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 60.

#### D. Hipotesis

Hipotesis yaitu dugaan sementara atas rumusan masalah yang telah tersusun dalam bentuk pertanyaan. Disebut dugaan sementara, sebab hasil yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan dan belum berdasarkan fakta empiris yang didapatkan melalui hasil pengelolaan data. Oleh karena itu, hipotesis disebut jawaban sementara dari rumusan masalah yang belum tentu empiris.<sup>44</sup> Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

##### 1. Pengaruh Kompetensi Account Officer (AO) terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Brian Ahmad Nur Hasan, Ahmad Roziq dan Imam Mas'ud (2017) menyatakan bahwa kompetensi Account Officer (AO) berpengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja pembiayaan murabahah. Selanjutnya kompetensi Account Officer tidak berpengaruh pada variabel resiko pembiayaan.<sup>45</sup> Selanjutnya penelitian yang dilakukan Kartika Silvia Purba, Aminah dan L. Takdir Jumaidi (2018), "Kompetensi Account Officer Analisis Syariah Terhadap Performance Pembiayaan Mudharabah dengan Risiko Pembiayaan sebagai Intervening". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kompetensi account officer berpengaruh positif dan signifikan terhadap performance pembiayaan mudharabah.<sup>46</sup> Berdasarkan paparan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>01</sub> : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kompetensi Account Officer (AO) terhadap keputusan pembiayaan murabahah.

---

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 64.

<sup>45</sup> Brian Ahmad Nur Hasan, Ahmad Roziq dan Imam Mas'ud, "Kompetensi Account Officer dan Informasi Asimetri terhadap Kinerja Murabahah dengan Risiko sebagai Variabel Intervening (Studi di BMT Kabupaten Banyuwangi dan Jember)," *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 4, no. 1 (2017): 12.

<sup>46</sup> Kartika Silvia Purba, Aminah dan L. Takdir Jumaidi, "Kompetensi Account Officer Analisis Syariah Terhadap Performance Pembiayaan Mudharabah Dengan Risiko Pembiayaan Sebagai Intervening," *Jurnal Aplikasi Akuntansi* 2, no. 2 (2018) : 138.

Ha1 : Kompetensi Account Officer (AO) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah.

## 2. Pengaruh Margin terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah

Menurut penelitian Khotib Sholeh dan Anisa Nur Fauzia (2021) menyatakan bahwa prosentase margin tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah.<sup>47</sup> Penelitian selanjutnya oleh Eliza (2019) menunjukkan bahwa tingkat margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah.<sup>48</sup> Berdasarkan paparan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Ho2 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara margin terhadap keputusan pembiayaan murabahah

Ha2 : Margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah.

## 3. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembiayaan Murabahah

Menurut penelitian Susi Sumanti, Nety Hermawati, dan Selvia Nuriasari (2019) menyatakan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan.<sup>49</sup> Sedangkan pada penelitian Muhammad Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti (2015) menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan

---

<sup>47</sup> Khotib Sholeh dan Anisa Nur Faiza, "Pengaruh Promosi, Nilai Syariah dan Prosentase Margin Terhadap Minat Nasabah untuk Mengajukan Pembiayaan Murabahah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pangean," *Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no.1 (2021): 26.

<sup>48</sup> Eliza, "Pengaruh Tingkat Margin Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah pada BPRS Gajahtongga Kotopiliang Kota Sawahlunto," *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas* 21, no. 2 (2019): 152.

<sup>49</sup> Susi Sumanti, Nety Hermawati, dan Selvia Nuriasari, "Pengaruh Margin dan Lokasi terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Murabahah Studi pada BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung," *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 5, no. 3 (2020): 22.

nasabah menabung pada Bank Mandiri di Surabaya.<sup>50</sup>  
 Berdasarkan paparan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Ho3 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembiayaan murabahah.

Ha3 : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembiayaan murabahah.




---

<sup>50</sup> Muhammad Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti, “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Syariah”, *Journal Of Business and Banking* 5 no. 1 (2015): 160.