

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Relevan

Sebelum penulis menyusun dan melakukan suatu penelitian terkait Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Pengambilan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri) , telah diadakan pengamatan oleh penulis, maka penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah :

1. Penelitian Mirawati Melakukan penelitian dengan judul Pembiayaan Murabahah: Analisis Persepsi Nasabah : hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah beberapa faktor yang paling dominan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pembiayaan murabahah. Diantaranya pembiayaan murabahah berlandaskan moral dan saling percaya; aksestabilitas pembiayaan murabahah yang cepat dan mudah sehingga mereka memilih jadi nasabah bank syariah; pembiayaan murabahah populer di masyarakat; karyawannya sangat profesional dan dapat dipercaya menjadikan persepsi masyarakat terhadap bank syariah adalah bank yang sangat dapat dipercaya. Faktor lainnya adalah biaya administrasinya yang murah, sikap karyawan yang ramah, simpati dan murah senyum; sosialisasi dan promosi pembiayaan murabahah mencapai seluruh lapisan masyarakat guna mendapatkan konsumen; promosi pembiayaan murabahah diketahui melalui hubungan personal dan kerabat; prospek perkembangan pembiayaan murabahah sangat baik; informasi pembiayaan murabahah diketahui melalui media cetak dan televisi, pada umumnya memanfaatkan media elektronik

sangat intensif untuk memperkenalkan produknya dan menarik perhatian dan membujuk masyarakat.¹ Sedangkan perbedaan penelitian Mirawati dengan penelitian yang saya angkat yakni penelitian mirawati mengangkat tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pembiayaan murabahah baik itu faktor intra maupun faktor ekstra sedangkan dalam penelitian yang saya angkat lebih berpatokan pada pemahaman masyarakat terhadap kualitas pelayanan terhadap pembiayaan murabahah.

2. Penelitian Alima Setiyarini melakukan penelitian dengan judul Pengaruh persepsi nasabah dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah di BMT Bumi Sekar Madani : penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah dan margin terhadap pengambilan pembiayaan murabahah di BMT Bumi Sekar Madani. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa terdapat Persepsi Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah*, *Margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah*, serta Persepsi Nasabah dan Margin secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di BMT Bumi Sekar Madani. Persamaan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan metode analisis regresi sederhana sedangkan perbedaannya penelitian Alima Setiyarini menggunakan 2 metode analisis data diantaranya

¹Mirawati, *Pembiayaan Murabahah: Analisis Persepsi Nasabah* studi kasus PT Bank Muamalat cabang Pekanbaru (Menara Ekonomi: ISSN : 2407-8565 Volume III No. 5 - April 2017)

analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda dan dalam penelitian saya hanya menggunakan metode analisis regresi sederhana.²

3. Penelitian Dwi Prasetyo melakukan penelitian dengan judul analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan Murabahah dan Bai' Bitsaman Ajil (Studi Kasus pada BMT Mubaraak Wonosari Gunungkidul) : Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh factor kebutuhan, keagamaan, referensi serta kemudahan terhadap keputusan anggota BMT melakukan pembiayaan murabahah pada BMT Mubaraak. Hasil penelitian pada anggota pembiayaan murabahah didapatkan kesimpulan bahwa secara parsial (individu) variabel kebutuhan, agama, referensi, dan kemudian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan murabahah pada BMT Mubarak. hasil uji secara simultan (bersama-sama) diketahui bahwa variabel kebutuhan, agama, referensi serta kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan anggota melakukan pembiayaan murabahah. Perbedaan penelitian Dwi Prasetyo mengangkat tentang pengaruh factor kebutuhan, keagamaan, referensi serta kemudahan terhadap keputusan anggota BMT melakukan pembiayaan murabahah sedangkan yang saya angkat lebih berpatokan pada pemahaman masyarakat mengenai kualitas pelayanan dalam pengambilan pembiayaan murabahah.³

²Alima Setiyarini, Pengaruh *persepsi nasabah dan margin terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah* studi kasus BMT Bumi Sekar Madani (Volume 1, no 2-2012)

³Dwi Prasetyo, *analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Anggota Melakukan Pembiayaan Murabahah dan Bai' Bitsaman Ajil* Studi Kasus pada BMT Mubaraak Wonosari Gunungkidul (2010)

4. Penelitian Andy Abdullah Sa'ad melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Peningkatan Pendapatan Nasabah BMT Berkah Madani : penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perubahan pendapatan nasabah sebelum dan sesudah memperoleh pembiayaan murabahah. Dari hasil pengujian yang dilakukan, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara pendapatan sebelum pembiayaan murabahah dan setelah pembiayaan murabahah. Perbedaan penelitian ini adalah peneliti Andy Abdullah Sa'ad meneliti mengenai perubahan pendapatan nasabah sebelum dan sesudah memperoleh pembiayaan murabahah sedangkan penelitian yang saya teliti lebih terfokus pada persepsi nasabah dalam kualitas pelayanan terhadap pengambilan pembiayaan murabahah.⁴

5. Penelitian Nurlita Sari melakukan penelitian dengan judul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pembiayaan murabahah (studi kasus pada bank syariah mandiri cabang rawamangun): penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pembiayaan murabahah pada bank Syariah Mandiri Cabang Rawamangun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal yang mempengaruhi permintaan pembiayaan murabahah yaitu pembiayaan murabahah lebih potensial, marjin tetap, lebih mudahdiaplikasikan, promosi yang lebih gencar, dan proses pembiayaan yang cepat. Faktor eksternal yang mempengaruhi permintaan pembiayaan murabahah yaitu untuk memenuhi pengadaan asset/modal kerja, angsuran tetap, prosedur

⁴Andy Abdullah Sa'ad, *Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Peningkatan Pendapatan Nasabah BMT Berkah Madani* (2010)

yang mudah, informasi yang didapat dari bank hanya pembiayaan murabahah dan pencairan dana yang cepat. Perbedaan penelitian ini adalah peneliti Nurlita Sari meneliti mengenai faktor internal dan faktor eksternal dalam mempengaruhi permintaan pembiayaan murabahah sedangkan penelitian yang saya teliti lebih terfokus pada persepsi masyarakat dalam memahami kualitas pelayanan terhadap pengambilan pembiayaan murabahah.⁵

B. Kajian Teori

1. Teori Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Manusia sadar atau tidak, secara konstan menerima rangsangan dari dunia luar melalui panca inderanya. Panca indera pada manusia terdiri dari mata untuk merespon gelombang cahaya, teliga menerima hantaran suara, kulit merespon temperature dan tekanan dari objek yang disentuh, hidung menghirup bau dan lidah merasakan sesuatu yang manis, pahit, pedas tawar dan seterusnya. Seluruhnya member informasi penting tentang objek dan peristiwa yang terjadi pada seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Melalui panca indera manusia memperoleh pengetahuan dan kemampuan untuk berinteraksi dengan dunianya. Tanpa alat indera yang disebutkan , manusia sama. Bahkan sama dengan makhluk ciptaan lain⁶.

Persepsi merupakan suatu hal penting untuk melihat citra dan reputasi suatu perusahaan atau suatu lambaga. Citra tersebut dibentuk atau dihasilkan dari

⁵Nurlita Sari, analisis factor-faktor yang mempengaruhi permintaan pembiayaan murabahah studi kasus pada bank syariah mandiri cabang rawamangun (2013)

⁶Muh Fadhail Rahman, "Hubungan Persepsi Civitas Akademika terhadap Perilaku Untuk Menjadi Nasabah Pada Perbankan Syariah (Tesis UIN Syariaf Hidayatullah Jakarta.2005), h. 42.

komunikasi pemasaran yang efektif dan strategik. Sedangkan kualitas citra tersebut tergantung pada reputasi yang disandang oleh perusahaan atau lembaga yang bersangkutan. Terujinya kualitas suatu citra tidak terlepas dari beberapa faktor seperti usia, pengalaman, konsistensi, makna dan lingkungan makro⁷.

Kamus besar bahasa Indonesia ditemukan makna persepsi yang berarti pemahaman, penafsiran dan tanggapan individu proses untuk mengingat atau mengidentifikasi sesuatu⁸. Persepsi menurut kotler adalah proses yang digunakan seorang individu untuk memilih, mengelola dan menafsirkan suatu input informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang memiliki arti. Persepsi ini tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik tetapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Ketiga poin inilah yang menentukan sebuah persepsi⁹.

Menurut Bilson Simamora persepsi adalah bagaimana kita melihat dunia sekitar kita. Secara formal lebih lanjut menurutnya persepsi didefinisikan sebagai suatu proses, dimana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan stimulasi kedalam gambaran dunia yang berarti dan menyeluruh¹⁰.

Kaplan menyebutkan dalam bukunya persepsi adalah salah satu dari bentuk pemikiran manusia, sedangkan disisi lain adalah kepercayaan. Persepsi

⁷Abdul Gafur, "Persepsi dan Perilaku Pedagang Etnik Tionghoa di Mangga Dua Terhadap Bank Syariah" (Tesis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2007), h, 19.

⁸*Kamus Besar Bahasa Indonesia* (cet ke-2; Jakarta: Tim Pustaka Phoenix, 2007), h. 63.

⁹Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implamentation, and Control, 11th edition* (New Jersey: Prantice- Hall International Inc, 2003), h, 197.

¹⁰Bilsom Simamora, *Panduan Riset Prilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), h, 102.

dapat dianggap sebagai penyebab dan berpengaruh terhadap perilaku seseorang. Persepsi yang difungsikan sebagai salah satu alat *problem solving* dapat menjadi sarana jitu jika dimaksimalkan perannya. Semakin banyak alternative persepsi yang ada dalam pikiran manusia dalam menghadapi persoalan-persoalan kehidupan, maka akan semakin kaya pula kemungkinan-kemungkinan untuk menyelesaikan masalah dengan baik, demikian pula sebaliknya¹¹.

Persepsi menurut J.P.Chaplin diartikan kedalam lima kategori yaitu¹²:

(1) Proses mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan bantuan indra. (2) Kesadaran dari proses-proses organisme. (3) (*Ticher*) satu kelompok pengindraan dengan penambahan arti-arti yang berasal dari pengalaman masa lalu. (4) Variabel-variabel yang menghalangi atau ikut campur tangan berasal dari kemampuan seorang untuk melakukan perbedaan di antara perangsang-perangsang. (5) Kesadaran intuitif mengenai kebenaran langsung atau keyakinan yang serta merta mengenai sesuatu.

Pendapat lain di kemukakan oleh Bimo Walgito Persepsi adalah proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap rangsang yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang *integrated* dalam diri individu. Karena merupakan aktivitas yang *integrated*, maka seluruh pribadi, seluruh apa yang ada dalam diri individu aktif berperan dalam persepsi itu.¹³

¹¹Robert S. Kaplan and David P. Norton, *Strategy Maps* (Boston: Havard Bussiness School, 200), h. 209.

¹²J.P.Chaplin, *Kamus Lengkap* (Cet. 9; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 105.

¹³Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi umum*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2000), h.

Jalaludin Rakhmat¹⁴ menyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sedangkan Suharman¹⁵ menyatakan : persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsirkan informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia. Sedangkan menurut Gibson yang dijelaskan dalam bukunya jika persepsi merupakan proses kognitif yang mana digunakan oleh seseorang untuk dapat menafsirkan serta memahami dunia yang ada disekitarnya terhadap sebuah objek.¹⁶

Penjelasan di atas dapat ditarik suatu kesamaan pendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuknya tanggapan yang terjadi dalam diri individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya.

b. Indikator Teori Persepsi

Adapun indikator teori persepsi Menurut Gibson diantaranya adalah :¹⁷

1). Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi persepsi adalah yaitu factor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain:¹⁸

¹⁴Jalaludin Rakhmat, *Persepsi Dalam Proses Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), h. 20.

¹⁵Suharman, *Psikolog Kognitif*, (Surabaya: Srikandi, 2005), h. 21.

¹⁶<https://dosenpsikologi.com/pengertian-persepsi-menurut-para-ahli> di akses pada tanggal 18-Maret 2018.

¹⁷Gibson, *Pengantar Psikologi umum*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2000), h. 60.

¹⁸<http://www.duniapsikologi.com/persepsi-pengertian-definisi-danfaktor-yang-mempengaruhi/diakses> tanggal 15-maret-2018.

- a) Fisiologis. Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.
- b) Perhatian. Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.
- c) Minat. Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* yang digerakkan untuk mempersepsi. *Perceptual vigilance* merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.
- d) Kebutuhan yang searah. Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
- e) Pengalaman dan ingatan. Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.
- f) Suasana hati. Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat

mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.

2). Faktor Eksternal

Gibson lebih rinci menjelaskan faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi. Definisi faktor eksternal menurutnya adalah karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah:¹⁹

- a) Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.
- b) Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.
- c) Keunikan dan kontrasan stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.

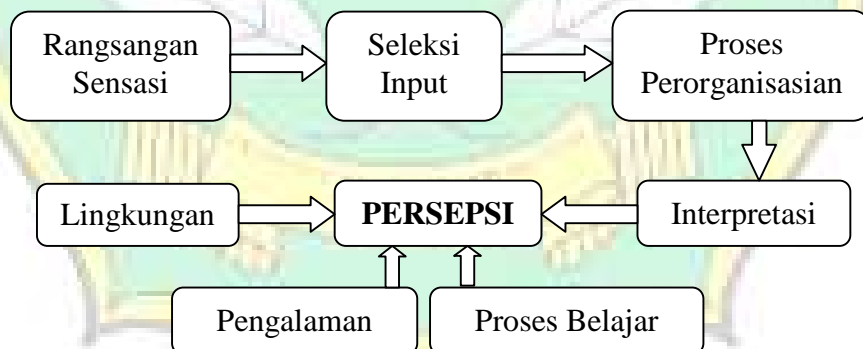
¹⁹<http://www.duniapsikologi.com/persepsi-pengertian-definisi-danfaktor-yang-mempengaruhi/> diakses tanggal 15-Maret-2018

d) Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.

e) *Motion* atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

c. Proses Terbentuknya Persepsi

Psikologi kontemporer secara umum persepsi yang terbentuk dari stimuli-stimuli diberlakukan sebagai suatu variable campur tangan (*intervening variable*), bergantung pada faktor-faktor perangsang, cara belajar, perangkat keadaan jiwa atau suasana hati, dan faktor-faktor motivasi. Untuk memudahkannya dapat dilihat pada gambar 2.1 dibawah ini²⁰:



Gambar 2.1 : Proses terbentuknya persepsi
Sumber: Rita Damayanti, Dasar-dasar Psikologi, (2000)

²⁰Rita Damayanti, *Dasar-dasar Psikologi*, (Jakarta:FKM UI, 2000), h. 14.

Persepsi pada prinsipnya adalah memberikan arti kepada berbagai data, terdapat beberapa persepsi yang dapat mempengaruhi penafsiran. Diantaranya adalah perangkat persepsi, nilai-nilai atau kepercayaan yang dianut individu akan mempengaruhi persepsi yang diterima. Kepercayaan dan pendapat-pendapat, dapat disebut sebagai perangkat-perangkat persepsi. Persepsi lain yang mempengaruhi penafsiran adalah pembelaan persepsi, apabila terdapat data atau rangsangan-rangsangan yang diterima individu bertentangan dengan nilai dan keyakinan yang dimiliki, maka individu melakukan apa yang disebut persepsi dengan mekanisme menolak data yang diterima, memodifikasi data, membenarkan sikap dan kepercayaan dan data itu pasti diterima²¹.

d. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Penjelasan lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi datang dari Robbins. Dia menjelaskan faktor-faktor yang dapat membentuk atau yang dapat memutarbalikkan persepsi seseorang adalah *pertama*, pelaku persepsi (*perceiver*). Bila seorang individu memandang pada suatu target dan mencoba menafsirkan pada yang dilihatnya, penafsiran itu sarat dipengaruhi oleh karakteristik-karakteristik pribadi dari perilaku persepsi individual tersebut. Di antara karakteristik pribadi yang lebih relevan mempengaruhi pelaku persepsi adalah sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu, dan pengharapan (ekspektasi).

Kedua, target, karakteristik-karakteristik dalam target yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang persepsikan. Gerakan, bunyi, ukuran, dan atribut-

²¹*Ibid*, h. 15

atribut lain dari target membentuk cara kita memandangnya. Karena target tidak dipandang dalam keadaan terpencil, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi, seperti kecenderungan kita untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau yang mirip.

Ada beberapa karakteristik yang mempengaruhi persepsi yaitu²²:

- 1) Membedakan stimulus, satu hal yang sangat penting bagi pemasar adalah mengetahui bagaimana nasabah bisa membedakan perbedaan antara dua stimuli atau lebih. Apakah nasabah merasakan perbedaan merek berdasarkan rasa, perabaan, harga dari bentuk kemasan produk agar berbeda dari yang lainnya.
- 2) Tingkat ambang batas (*threshold level*), kemampuan nasabah untuk mendeteksi perbedaan dalam suara, cahaya, bau atau stimuli yang lainnya. Ditentukan oleh tingkat ambang batasnya. Ada dua jenis *threshold* yaitu, *Absolute threshold* dan *Differential threshold*.
- 3) Persepsi bawah sadar (*Subliminal Perception*), pemasar (bank) selalu berusaha menciptakan pesan diatas tingkat ambang batas kesadaran konsumen. Para peneliti menemukan bahwa nasabah (konsumen) sebenarnya mampu memberikan respons atas informasi ataupun pesan yang datang pada bawah sadarnya. Artinya, ketika nasabah dirangsang oleh suatu pesan, sebenarnya nasabah tidak menyadari akan keberadaan pesan tersebut, namun alam bawah sadarnya mampu mengkapnya. Dengan demikian stimulasi (pesan) tersebut dibawah tingkat ambang batas kesadaran nasabah.

²²Michael R. Solomon, *Consmer Behavior: Buying, Having, and Being. 3th edition* (New Jersey: Prentice-Hall International, 1996), h. 67.

- 4) Tingkat adaptasi, suatu konsep yang berkaitan erat dengan ambang batas absolute adalah adaptasi. Hal ini terjadi ketika nasabah sudah merasa terbiasa dan kemudian tidak mampu lagi, maka ketika itu juga ambang batas absolutnya berubah. Tingkat adaptasi terjadi ketika konsumen tidak lagi memperhatikan stimulus yang berulang-ulang.
- 5) Generalisasi stimulus, terjadi ketika nasabah melihat dua stimulus atau lebih yang mempunyai kesamaan (mempunyai hubungan yang dekat), dan saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya, oleh karena itu dapat disubstitusikan.

e. Unsur-Unsur Persepsi

Persepsi seseorang terhadap suatu objek yang tidak berdiri akan tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari dalam maupun dari luar dirinya. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi diantaranya adalah: *Pertama*, motif. Motif merupakan faktor internal yang dapat merangsang perhatian, adanya motif dapat menyebabkan munculnya keinginan individu melakukan sesuatu dan sebaliknya. *Kedua*, kesediaan dan harapan. Hal ini akan menentukan pesan mana yang akan dipilih untuk diterima, selanjutnya sebagaimana pesan yang dipilih itu akan ditata dan diinterpretasi. *Ketiga*, intensitas rangsangan, kuat dan lemahnya rangsangan yang diterima akan sangat berpengaruh bagi individu. *Keempat*, pengalaman. Suatu rangsangan yang muncul atau terjadi secara berulang-ulang akan menarik perhatian sebelum mencapai titik jenuh.²³

Menurut Miftah Thoha faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan persepsi seseorang, antara lain:

²³Singgih Dirgaganansa, *Pengantar Psikologi*, (Cet. Ke-4; Jakarta: Mutiara Sumber Widiya, 1993), h. 7.

1) Psikologi

Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu di alam dunia ini sempat dipengaruhi oleh keadaan psikologi. Sebagai contoh terbenamnya matahari di waktu senja yang indah temaram, akan disaranya sebagai bayang-bayang yang kelabu bagi seseorang yang buta warna atau suara merdu Grace Simon yang menyanyikan lagu cinta, barangkali tidak menarik dan berkesan bagi seseorang yang sulit mendengar atau tuli.

2) Famili

Pengaruh yang paling besar terhadap anak-anak adalah familinya. Orang tua yang telah mengembangkan suatu cara yang khusus di dalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, banyak sikap dan persepsi-persepsi mereka yang diturunkan kepada anak-anaknya. Oleh sebab itu tidak ayal lagi kalau orang tuannya muhammadiyah akan mempunyai anak-anaknya yang muhammadiyah pula. Demikian pula seorang anak dalam kampanye pemilu mendukung PDI , karena orang tuanya adalah tokoh PDI tersebut.

3) Kebudayaan

Kebudayaan dan lingkungan masyarakat tertentu juga merupakan salah satu faktor yang kuat di dalam mempengaruhi sikap, nilai, dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia ini.²⁴

Sedangkan menurut Bimo Walgito, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, yaitu: *Pertama*, stimulus yang cukup kuat. *Kedua*, Fisiologis dan Psikologis, jika system psikologis mencakup pengalaman, perasaan,

²⁴Miftah Thoba, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT. Pustaka Firdaus, 2000), hal. 128.

kemampuan berfikir dan sebagainya, juga akan berpengaruh bagi seseorang dalam mempersepsi. *Ketiga*, Lingkungan. Situasi yang melatarbelakangi stimulus juga mempengaruhi persepsi.²⁵

Beberapa pengertian tentang persepsi di atas, penulis menyimpulkan bahwa persepsi adalah pengamatan seseorang terhadap suatu objek sehingga terdapat makna yang dimengerti yang akan menjadikan suatu pandangan.

2. Teori Pengambilan Keputusan

a. Pengertian Pengambilan Keputusan

Keputusan merupakan hasil pemecahan dalam suatu masalah yang harus dihadapi dengan tegas. Dalam Kamus Besar Ilmu Pengetahuan pengambilan keputusan (*Decision Making*) didefinisikan sebagai pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini meliputi dua alternatif atau lebih karena seandainya hanya terdapat satu alternatif tidak akan ada satu keputusan yang akan diambil.²⁶ Menurut J. Reason, Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemulihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia.²⁷ Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final.

G. R. Terry mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah sebagai pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternatif

²⁵Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1993), hal. 72.

²⁶Save M. Dagum. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Lembaga Pengkaji Kebudayaan Nusantara LPKN, 2006), h. 185.

²⁷James Reason. *Humas Error*. Ashgate. ISBN 1-84014-104-2, 1990.

yang mungkin.²⁸ Sedangkan Claude S. Goerge, Jr Mengatakan proses pengambilan keputusan itu dikerjakan oleh kebanyakan manajer berupa suatu kesadaran, kegiatan pemikiran yang termasuk pertimbangan, penilaian dan pemilihan diantara sejumlah alternatif.

Ahli lain yaitu Horold dan Cyril O'Donnell mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan diantara alternatif mengenai suatu cara bertindak yaitu inti dari perencanaan, suatu rencana tidak dapat dipercaya, petunjuk atau reputasi yang telah dibuat dan P. Siagian mendefinisikan pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan sistematis terhadap suatu masalah, pengumpulan fakta dan data, penelitian yang matang atas alternatif dan tindakan.²⁹

Pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk perbuatan berpikir dan hasil dari suatu perbuatan itu disebut keputusan.³⁰ Pengambilan keputusan dalam Psikologi Kognitif difokuskan kepada bagaimana seseorang mengambil keputusan. Dalam kajiannya, berbeda dengan pemecahan masalah yang mana ditandai dengan situasi dimanasebuah tujuan ditetapkan dengan jelas dan dimana pencapaian sebuah sasaran diuraikan menjadi sub tujuan, yang pada saatnya membantu menjelaskan tindakan yang harus dan kapan diambil. Pengambilan keputusan juga berbeda dengan penalaran, yang mana ditandai dengan sebuah proses oleh perpindahan seseorang dari apa yang telah mereka ketahui terhadap pengetahuan lebih lanjut.

²⁸Ibnu Syamsi. *Pengambilan keputusan dan sistem informasi*. (Jakarta : Bumi Aksara, 2000), h. 5.

²⁹*Ibid*

³⁰Desmita, *Psikologi Perkembangan*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2008), h. 198.

Pengambilan keputusan menurut Kotler menjelaskan bahwa pengambilan keputusan merupakan proses psikologi dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian.³¹

Menurut Suharnan, pengambilan keputusan adalah poses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan diantara situasi-situasi yang tidak pasti. Pembuatan keputusan terjadi di dalam situasi-situasi yang meminta seseorang harus membuat prediksi kedepan, memilih salah satu diantara dua pilihan atau lebih, membuat estimasi (prakiraan) mengenai frekuensi prakiraan yang akan terjadi.³² Salah satu fungsi berpikir adalah menetapkan keputusan.³³ Keputusan yang diambil seseorang beraneka ragam. Tapi tanda-tanda umumnya antara lain : keputusan merupakan hasil berpikir, hasil usaha intelektual, keputusan selalu melibatkan pilihan dari berbagai alternatif, keputusan selalu melibatkan tindakan nyata, walaupun pelaksanaannya boleh ditangguhkan atau dilupakan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengambilan Keputusan (Decision Making) merupakan suatu proses pemikiran dari pemilihan alternatif yang akan dihasilkan mengenai prediksi kedepan.

³¹Liarahmadanii.blogspot.com/2013/10/proses-pengambilan-keputusan-konsumen.html?m=1 Di akses pada tanggal 16-Maret-2018.

³²Suharnan, *Psikologi Kognitif*, (Surabaya : Srikandi, 2005), h. 194.

³³Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : Rosdakarya, 2007), h. 70 – 71.

Fungsi Pengambilan Keputusan individual atau kelompok baik secara institusional ataupun organisasional, sifatnya futuristik.³⁴ Tujuan Pengambilan Keputusan tujuan yang bersifat tunggal (hanya satu masalah dan tidak berkaitan dengan masalah lain) Tujuan yang bersifat ganda (masalah saling berkaitan, dapat bersifat kontradiktif ataupun tidak kontradiktif). Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam organisasi itu dimaksudkan untuk mencapai tujuan organisasinya yang dimana diinginkan semua kegiatan itu dapat berjalan lancar dan tujuan dapat dicapai dengan mudah dan efisien. Namun, kerap kali terjadi hambatan-hambatan dalam melaksanakan kegiatan. Ini merupakan masalah yang harus dipecahkan oleh pimpinan organisasi. Pengambilan keputusan dimaksudkan untuk memecahkan masalah tersebut.

b. Indikator Teori Pengambilan Keputusan

Indikator-indikator pengambilan keputusan menurut Kotler sebagai berikut :³⁵

- 1) Minat mengambil kredit
- 2) Mempertimbangkan informasi
- 3) Keputusan mengambil kredit
- 4) Merekomendasikan ke orang lain

c. Dasar-dasar Pengambilan Keputusan

George R. Terry menjelaskan dasar-dasar dari pengambilan keputusan yang berlaku, antara lain :³⁶

³⁴Iqbal M. Hasan, *Pokok-pokok Materi Pengambilan Keputusan*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2004), h. 10.

³⁵Kotler, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2004), h. 223.

1) Intuisi

Keputusan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif yaitu mudah terkena sugesti, pengaruh luar, dan faktor kejiwaan lain. Sifat subjektif dari keputusan intuitif ini terdapat beberapa keuntungan, yaitu :

- a) Pengambilan keputusan oleh satu pihak sehingga mudah untuk memutuskan.
- b) Keputusan intuitif lebih tepat untuk masalah-masalah yang bersifat kemanusiaan.

Pengambilan keputusan yang berdasarkan intuisi membutuhkan waktu yang singkat Untuk masalah-masalah yang dampaknya terbatas, pada umumnya pengambilan keputusan yang bersifat intuitif akan memberikan kepuasan. Akan tetapi, pengambilan keputusan ini sulit diukur kebenarannya karena kesulitan mencari pembandingnya dengan kata lain hal ini diakibatkan pengambilan keputusan intuitif hanya diambil oleh satu pihak saja sehingga hal-hal yang lain sering diabaikan.

2) Pengalaman

Pengalaman memang dapat dijadikan pedoman dalam menyelesaikan masalah. Keputusan yang berdasarkan pengalaman sangat bermanfaat bagi pengetahuan praktis. Pengalaman dan kemampuan untuk memperkirakan apa yang menjadi latar belakang masalah dan bagaimana arah penyelesaiannya sangat membantu dalam memudahkan pemecahan masalah.

³⁶Ibnu Syamsi, *Pengambilan keputusan dan Sistem Informasi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2000), h. 16.

3) Fakta

Keputusan yang berdasarkan sejumlah fakta, data atau informasi yang cukup itu memang merupakan keputusan yang baik dan solid, namun untuk mendapatkan informasi yang cukup itu sangat sulit.

4) Wewenang

Keputusan yang berdasarkan pada wewenang semata maka akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik diktatorial. Keputusan berdasarkan wewenang kadangkala oleh pembuat keputusan sering melewati permasalahan yang seharusnya dipecahkan justru menjadi kabur atau kurang jelas.

5) Rasional

Keputusan yang bersifat rasional berkaitan dengan daya guna. Masalah – masalah yang dihadapi merupakan masalah yang memerlukan pemecahan rasional. Keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional lebih bersifat objektif. Dalam masyarakat, keputusan yang rasional dapat diukur apabila kepuasan optimal masyarakat dapat terlaksana dalam batas-batas nilai masyarakat yang di akui saat itu.

Dasar-dasar pengambilan Keputusan antara lain berdasarkan intuisi, pengalaman, fakta, wewenang dan rasional.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan

Menurut Terry faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan, yaitu :

- 1) Hal-hal yang berwujud maupun yang tidak berwujud, yang emosional maupun yang rasional perlu diperhitungkan dalam pengambilan keputusan.
- 2) Setiap keputusan harus dapat dijadikan bahan untuk mencapai tujuan. Setiap keputusan jangan berorientasi pada kepentingan pribadi, tetapi harus lebih mementingkan kepentingan
- 3) Jarang sekali pilihan yang memuaskan, oleh karena itu buatlah alternatif-alternatif tandingan.
- 4) Pengambilan keputusan merupakan tindakan mental dari tindakan ini harus diubah menjadi tindakan fisik.
- 5) Pengambilan keputusan yang efektif membutuhkan waktu yang cukup lama.
- 6) Diperlukan pengambilan keputusan yang praktis untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
- 7) Setiap keputusan hendaknya dilembagakan agar diketahui keputusan itu benar.
- 8) Setiap keputusan merupakan tindakan permulaan dari serangkaian kegiatan mata rantai berikutnya.

Arroba, menyebutkan lima faktor yang mempengaruhi Pengambilan Keputusan, antara lain:³⁷

- 1) Informasi yang diketahui perihal masalah yang dihadapi
- 2) Tingkat pendidikan
- 3) Personality

³⁷Arroba, T, Decision making by Chinese – US. Journal of Social Psychology, 1998, h. 102-116.

4) Coping, dalam hal ini dapat berupa pengalaman hidup yang terkait dengan pengalaman (proses adaptasi)

5) Culture

Menurut Kotler, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan antara lain:³⁸

- 1) Faktor Budaya, yang meliputi peran budaya, sub budaya dan kelas social
- 2) Faktor sosial, yang meliputi kelompok acuan, keluarga, peran dan status
- 3) Faktor pribadi, yang termasuk usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri
- 4) Faktor Psikologis, yang meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan pendirian

Engel, Blackwell, dan Miniard menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan seseorang dipengaruhi oleh faktor lingkungan, faktor perbedaan individu dan proses psikologi.³⁹

1) Faktor lingkungan tersebut, antara lain :

a) Lingkungan sosial

Lingkungan sosial, pada dasarnya masyarakat memiliki strata sosial yang berbeda-beda. Statifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial, pendidikan, pekerjaan, penghasilan dan sebagainya.

³⁸Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas*. (Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks, 2003), h. 98.

³⁹JF Engel, RD Blackwell, dan Miniard, P. W, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Bina Rupa, 1994), h. 156.

Keberadaan lingkungan sosial memegang peranan kuat terhadap proses pengambilan keputusan seseorang untuk melakukan perilaku baik yang positif ataupun negatif. Karena dalam lingkungan sosial tersebut individu berinteraksi antara satu dengan lainnya.

b) Lingkungan keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri atas dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan, adopsi serta tinggal bersama. Lingkungan keluarga sangat berperan penting pada bagaimana keputusan untuk melakukan perilaku negatif seperti seks pranikah, minum-minuman keras, balap motor dan sebagainya itu dibuat karena keluarga adalah lingkungan terdekat individu sebelum lingkungan sosialnya.

Bila dalam suatu keluarga tidak harmonis, atau seorang anak mengalami “brokenhome” dan kurangnya pengetahuan agama dan pendidikan, maka tidak menuntut kemungkinan seorang anak akan melakukan perilaku yang beresiko.

Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil dan juga berpengaruh dalam pengambilan keputusan.⁴⁰ Sedangkan menurut Mufidah keluarga merupakan bagian terkecil dari masyarakat, namun memiliki peranan yang sangat penting.⁴¹ Dalam keluarga, seseorang mulai berinteraksi dengan orang lain. Keluarga merupakan tempat belajar pertama yang nantinya mempengaruhi kepribadian seseorang.

⁴⁰P Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta : Andi, 2000), h. 25.

⁴¹Mufidah, *Psikologi Keluarga Islam Berwawasan Gender*. (Malang : UIN Malang Press, 2008), h. 37.

1) Faktor Perbedaan Individu, antara lain :

a) Status Sosial

Kartono status sosial merupakan kedudukan yang dimiliki seseorang dalam hubungannya dengan atau untuk membedakannya dari anggota-anggota lainnya dari suatu kelompok sosial. Status sosial dapat dijadikan alasan seseorang melakukan perilaku negatif.

Menurut Kotler, status sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan tetap dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarkis dan anggotanya memiliki nilai, minat dan perilaku yang mirip.⁴² Status sosial akan menunjukkan bagaimana seseorang tersebut berperilaku dalam kehidupan sosialnya.

b) Kebiasaan

Kebiasaan adalah respon yang sama cenderung berulang-ulang untuk stimulus yang sama.⁴³ Kebiasaan merupakan perilaku yang telah menetap dalam keseharian baik pada diri sendiri maupun lingkungan sosialnya.

c) Simbol pergaulan

Simbol pergaulan adalah segala sesuatu yang memiliki arti penting dalam lingkungan pergaulan sosial. Lingkungan pergaulan yang terdiri dari mahasiswa yang senang gonta-ganti pasangan dan melakukan perilaku beresiko menunjukkan simbol dan ciri pada kelompok tersebut. Sehingga apabila seseorang ingin menjadi salah satu kelompoknya, mau tidak mau harus mengikuti kebiasaan dalam kelompok tersebut.

⁴²P Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta : Andik, 2000), h. 57.

⁴³Alwisol, *Psikologi Kepribadian Edisi Revisi*, (Malang : UMM Press, 2009), h. 7.

d) Tuntutan

Adanya pengaruh dominan dalam keluarganya, baik itu lingkungan keluarga, pergaulan maupun lingkungan sosialnya, maka dengan kesadaran diri ataupun dengan terpaksa seseorang akan melakukan prilaku tersebut.

1) Faktor Psikologi, antara lain :

a) Persepsi

Menurut Walgito, persepsi merupakan yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera.⁴⁴ Sedangkan menurut Rakhmat, persepsi seseorang sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai, harapan dan kebutuhan yang sifatnya individual sehingga antara individu satu dengan yang lainnya dapat terjadi perbedaan individu terhadap objek yang sama.⁴⁵

b) Sikap

Menurut Notoatmojo, sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek.⁴⁶ Sikap merupakan kesiapan terhadap reaksi terhadap objek di lingkungan tertentu sebagai suatu penghayatan terhadap objek.

c) Motif

Motif adalah kekuatan yang terdapat pada diri organisme yang mendorong untuk berbuat. Motif tidak dapat diamati secara langsung tetapi motif

⁴⁴Walgito Bimo, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta : ANDI Offstr, 2002), h. 69.

⁴⁵Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Jakarta : PT Pustaka Firdaus, 2003), h. 57.

⁴⁶Notoatmojo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2003), h. 45.

dapat diketahui atau terinferensi dari perilaku.⁴⁷ Motif merupakan suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu, melakukan tindakan, dan bersikap tertentu untuk mencapai suatu tujuan.

d) Kognitif

Menurut Rakhmat, kognisi adalah kualitas dan kuantitas pengetahuan yang dimiliki seseorang.⁴⁸

e) Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan hal ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penglihatan terjadi melalui penginderaan, penglihatan, penciuman, perasa dan peraba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.

e. Proses Pengambilan Keputusan

Kotler⁴⁹, menjelaskan proses pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut :

1) Identifikasi masalah

Diharapkan mampu mengidentifikasi masalah yang ada di dalam suatu keadaan.

⁴⁷Walgito Bimo, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta : ANDI Offstr, 2002), h. 168-169.

⁴⁸Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung :Roasdakarya, 2000), h. 71.

⁴⁹P Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2000), h. 223.

2) Pengumpulan dan penganalisis data

Pengambil keputusan diharapkan dapat mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat membantu memecahkan masalah yang ada.

3) Pembuatan alternatif-alternatif kebijakan

Setelah masalah dirinci dengan tepat dan tersusun baik, maka perlu dipikirkan cara-cara pemecahannya.

4) Pemilihan salah satu alternatif terbaik

Pemilihan satu alternatif yang dianggap paling tepat untuk memecahkan masalah tertentu dilakukan atas dasar pertimbangan yang matang atau rekomendasi. Dalam pemilihan satu alternatif dibutuhkan waktu yang lama karena hal ini menentukan alternatif yang dipakai akan berhasil atau sebaliknya.

5) Pelaksanaan keputusan

Pelaksanaan keputusan berarti seorang pengambil keputusan harus mampu menerima dampak yang positif atau negatif. Ketika menerima dampak yang negatif, pemimpin harus juga mempunyai alternatif yang lain.

6) Pemantauan dan pengevaluasian hasil pelaksanaan

Setelah keputusan dijalankan seharusnya pimpinan dapat mengukur dampak dari keputusan yang telah dibuat.

Proses pengambilan keputusan terstruktur atas identifikasi masalah, pengumpulan dan penganalisis data, pembuatan alternatif-alternatif kebijakan, pemilihan salah satu alternatif terbaik, pelaksanaan keputusan, pemantauan dan pengevaluasian hasil pelaksanaan.

Menurut Munandar A.S, proses pengambilan keputusan dimulai berdasarkan adanya masalah antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang ada.⁵⁰ Keadaan yang diinginkan biasanya dipengaruhi oleh :

- a) Kebudayaan
- b) Kelompok acuan, perubahan dalam kelompok dapat mengubah hal diinginkan
- c) Ciri-ciri keluarga
- d) Status atau harapan financial
- e) Keputusan-keputusan sebelumnya mempengaruhi pengenalan masalah
- f) Perkembangan individu dapat mempengaruhi keadaan yang diinginkan, kematangan seseorang mempengaruhi pilihannya
- g) Situasi perorangan yang sedang berlangsung saat ini
- f. Jenis Pengambilan Keputusan
 - 1) Pengambilan Keputusan Terprogram

Jenis pengambilan keputusan ini mengandung suatu respons otomatis terhadap kebijaksanaan-kebijaksanaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Masalah yang bersifat pengulangan dan rutin dapat diselesaikan dengan pengambilan keputusan jenis ini. Tantangan yang besar bagi seorang analis adalah mengetahui jenis-jenis keputusan ini dan memberikan atau menyediakan metode-metode untuk melaksanakan pengambilan keputusan yang terprogram di mana saja. Agar pengambilan keputusan harus didefinisikan dan dinyatakan secara jelas. Bila hal

⁵⁰Munandar, A. S, *Psikologi Industri dan Organisasi*, (Tangerang: Universitas Indonesia Press, 2004), h. 124.

ini dapat dilaksanakan, pekerjaan selanjutnya hanyalah mengembangkan suatu algoritma untuk membuat keputusan rutin dan otomatis. Dalam kebanyakan organisasi terdapat kesempatan-kesempatan untuk melaksanakan pengambilan keputusan terprogram karena banyak keputusan diambil sesuai dengan prosedur pelaksanaan standar yang sifatnya rutin. Akibat pelaksanaan pengambilan keputusan yang terprogram ini adalah membebaskan manajemen untuk tugas-tugas yang lebih penting. Misalkan : keputusan pemesanan barang, keputusan penagihan piutang, dan lain-lain.

2) Pengambilan keputusan tidak terprogram

Menunjukkan proses yang berhubungan dengan masalah-masalah yang tidak jelas. Dengan kata lain, pengambilan keputusan jenis ini meliputi proses-proses pengambilan keputusan untuk menjawab masalah-masalah yang kurang dapat didefinisikan. Masalah-masalah ini umumnya bersifat kompleks, hanya sedikit parameter – parameter yang diketahui dan kebanyakan parameter yang diketahui bersifat probabilistik. Untuk menjawab masalah ini diperlukan seluruh bakat dan keahlian dari pengambilan keputusan, ditambah dengan bantuan sistem informasi. Hal ini dimaksud untuk mendapatkan keputusan tidak terprogram dengan baik. Perluasan fasilitas pabrik, pengembangan produk baru, pengolahan dan pengiklanan kebijaksanaan-kebijaksanaan, manajemen kepegawaian, dan perpaduan semuanya adalah contoh masalah-masalah yang memerlukan keputusan-keputusan yang tidak terprogram. Sangat banyak waktu yang dikorbankan oleh pegawai-pegawai tinggi pemerintahan, pemimpin-pemimpin perusahaan, administrator sekolah dan manajer organisasi lainnya

dalam menjawab masalah dan mengatasi konflik. Ukuran keberhasilan mereka dapat dihubungkan secara langsung. Misalkan: Pengalaman manajer merupakan hal yang sangat penting didalam pengambilan keputusan tidak terprogram. Keputusan untuk bergabung dengan perusahaan lain adalah keputusan tidak terstruktur yang jarang terjadi.

3. Pembiayaan Murabahah

a. Pengertian Pembiayaan Murabahah

1) Secara Bahasa

Murabahah berasal dari kata dasar (*rabaha*) yang berarti beruntung.⁵¹ Jadi pengertian *murabahah* secara bahasa adalah saling beruntung atau saling menguntungkan.

Bai'al Murabahah adalah prinsip *bai'* (jual beli) dimana harga jualnya terdiri dari harga pokok barang ditambah nilai keuntungan (*ribhun*) yang disepakati. Pada *murabahah*, penyerahan barang dilakukan pada saat transaksi sementara pembayarannya dilakukan secara tunai, tangguh ataupun dicicil.⁵²

2) Secara Istilah

Menurut Ibnu Rusyd dalam kitab *Bidayatul Mujtahid wa nihayah al Muqtasid*, *murabahah* ialah jika penjual menyebutkan harga pembelian barang

⁵¹Syekh Muhammad Ma'sum bin Ali, *Al Amsilah al Tasrifyyah*, (Surabaya: Salim Nabhan; tth), h. 14-15.

⁵²Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim 2003), h. 39.

pada pembeli, kemudian mensyaratkan atasnya keuntungan dalam jumlah tertentu, dinar atau dirham.⁵³

Sedangkan Ibnu Qudamah memberikan pengertian secara singkat yaitu, menjual dengan harga asal ditambah keuntungan yang telah disepakati di awal dengan harga asal ditambah keuntungan yang telah disepakati di awal akad perjanjian.⁵⁴

Sedangkan menurut praktisi perbankan yang selama ini dikenal aktif dalam dunia perbankan syariah, Muhammad Syafi'I Antonio menjelaskan bahwa *murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam *Murabahah*, penjual harus memberitahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.⁵⁵

Beberapa pengertian mengenai *murabahah* di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *murabahah* adalah jasa pembiayaan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli dengan keuntungan dan pembayaran dilakukan dengan cicilan, tunai atau tangguh. Pada perjanjian *murabahah*, bank mempunyai pembelian barang atau asset yang dibutuhkan oleh nasabah dengan pembeli barang itu dari pemasok barang dan kemudian menjual kepada nasabah tersebut dengan menambah suatu *mark-up* atau keuntungan. Dengan kata lain, penjualan barang oleh bank kepada nasabah dilakukan atas dasar *cost-plus profit*.⁵⁶

⁵³Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid wa Nihayah Al Muqtasid*, (Beirut: Dar-el Fikri, 1995), h. 172.

⁵⁴Ibnu Qudamah, *Al Mughni*, (Beirut: Daar al Kutub al Ilmiah, 1994), h. 280.

⁵⁵Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum*, (Jakarta: Tazkia Institute, 1999), h. 145

⁵⁶Sutan Remy Sjahdeni, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1999), h. 64.

Dengan system *murabahah* ini, bank bisa membelikan atau menyediakan barang-barang diperlukan oleh pengusaha untuk dijual lagi, dan bank meminta tambahan harga (*cost plus*) atas harga pembelian. Syarat bisnis dengan system ini ialah pemilik barang (dalam hal ini bank) harus memberikan informasi yang sebenarnya kepada pembeli tentang harga pembeliannya dan keuntungan bersihnya (*profit margin*) dari pada *cost-plus*-nya itu.⁵⁷

Transaksi *murabahah* ini lazim dilakukan oleh Rasulullah Saw, dan para sahabatnya. Secara sederhana, *murabahah* berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati. Jadi singkatnya *murabahah* adalah tersebut ditambah keuntungan yang disepakati. Jadi singkatnya *murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjualan dan pembeli. Akad ini merupakan suatu bentuk *Natural Certainly Contracts*, karna dalam *murabahah* ditentukan berapa *required rate of profit* (keuntungan yang ingin diperoleh).⁵⁸

b. Jenis-Jenis Pembiayaan Murabahah

Adiwarman A. karim membagi Murabahah berdasarkan:

1) Murabahah berdasarkan pesanan terbagi atas:

- a) Bersifat mengikat, yaitu apabila telah pesan harus dibeli,
- b) Bersifat tidak mengikat, maksudnya walaupun nasabah telah memesan barang, tetapi nasabah tidak terikat, nasabah dapat menerima atau membatalkan barang tersebut

⁵⁷M. Abdul Mujieb, et. Al, *Kamus Istilah Fiqih*, (Jakarta: PT. Pustaka Firdaus, 1994), h. 225-226.

⁵⁸Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Utama, 2006), h. 113.

2) Murabahah tanpa berdasarkan pesanan

Murabahah berdasarkan pesanan, bank melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari nasabah, dan dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat nasabah untuk membelibarang yang dipesannya (bank dapat menyimpan uang muka pembelian kepada nasabah).⁵⁹

Misalnya, seseorang ingin membeli barang tertentu dengan spesifikasi tertentu, sedangkan orang tersebut belum ada saat pemesanan, maka si penjual akan mencari dan membeli barang yang sesuai dengan spesifikasinya, kemudian menjualnya kepada si pemesan. Contoh mudahnya si Fulan ingin membeli mobil dengan perlengkapan tertentu yang harus dicari, dibeli dan dipasang pada mobil pesanannya oleh dealer mobil. Transaksi murabahah melalui pesanan ini adalah sah dalam fiqh Islam. Antara lain dikatakan oleh Imam Muhammad Ibnu Hasan Sya'bani, Imam Syafi'I dan Imam Jafar Ash-Siddiq.⁶⁰

Para ulama Syariah terdahulu bersepakat bahwa pemesan tidak boleh diikat untuk memenuhi kewajiban membeli barang yang telah dipesan itu.⁶¹ Alasannya pembeli barang pada saat awal telah memberikan pilihan kepada pemesan untuk tetap membeli atau menolaknya. Penawaran untuk nantinya tetap membeli atau menolak dilakukan karena pada saat transaksi awal orang tersebut tidak memiliki barang yang hendak dijualnya.

⁵⁹Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: IIIT Indonesia, 2003) h. 163.

⁶⁰*Ibid*, h. 165

⁶¹Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek* (Jakarta, Gema Insani Press, 2001), h. 163.

Namun, beberapa ulama syariah modern menunjukkan bahwa konteks jual beli murabahah jenis ini di mana “belum ada barang” berbeda dengan “menjual tanpa kepemilikan barang”. Mereka berpendapat bahwa janji untuk membeli barang tersebut bisa mengikat pemesan. Terlebih lagi bila si nasabah bisa “pergi” begitu saja bahkan sangat merugikan pihak bank atau penyedia barang. Oleh karena itu para ekonomi dan ulama kontemporer menetapkan bahwa si nasabah terikat hukumnya. Hal ini demi menghindari “*kemudharatan*”.

Jika pembeli menerima permintaan pemesan suatu barang atau asset, ia harus membeli asset yang dipesan tersebut, serta menyempurnakan kontrak jual beli yang sah antara dia dan pedagang barang itu. Pembelian ini dianggap pelaksanaan janji yang mengikat secara hukum antara pemesan dan pembeli.

Jual beli ini pembeli dibolehkan meminta pemesan membayar uang muka atau tanda jadi saat menanda tangani kesepakatan awal pemesanan. Uang muka adalah jumlah yang dibayar oleh pemesan yang menunjukkan bahwa ia bersungguh-sungguh atas pesanannya tersebut, biaya riil pembeli harus dibayar dari uang muka. Bila nilai uang muka tersebut lebih sedikit dari kerugian yang ditanggung pembeli, pembeli dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada pemesan.⁶² Sebaliknya bila berlebih pemesan berhak alas kelebihan itu.⁶³

Bank Islam menggunakan istilah *arboune* sebagai kata lain uang muka, sedangkan Adiwarmanto Karim menggunakan istilah *Hamish Ghadiyah* sebagai kata lain dari uang muka.

⁶²*Ibid*, h. 163

⁶³Adiwarmanto Karim, *Bank Islam Analisis keuangan Fiqh dan keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Utama), h. 224.

Menurut Muhammad Imrann Ashraf Usmani, Murabahah dapat digunakan untuk pembiayaan-pembiayaan di bawah ini:⁶⁴

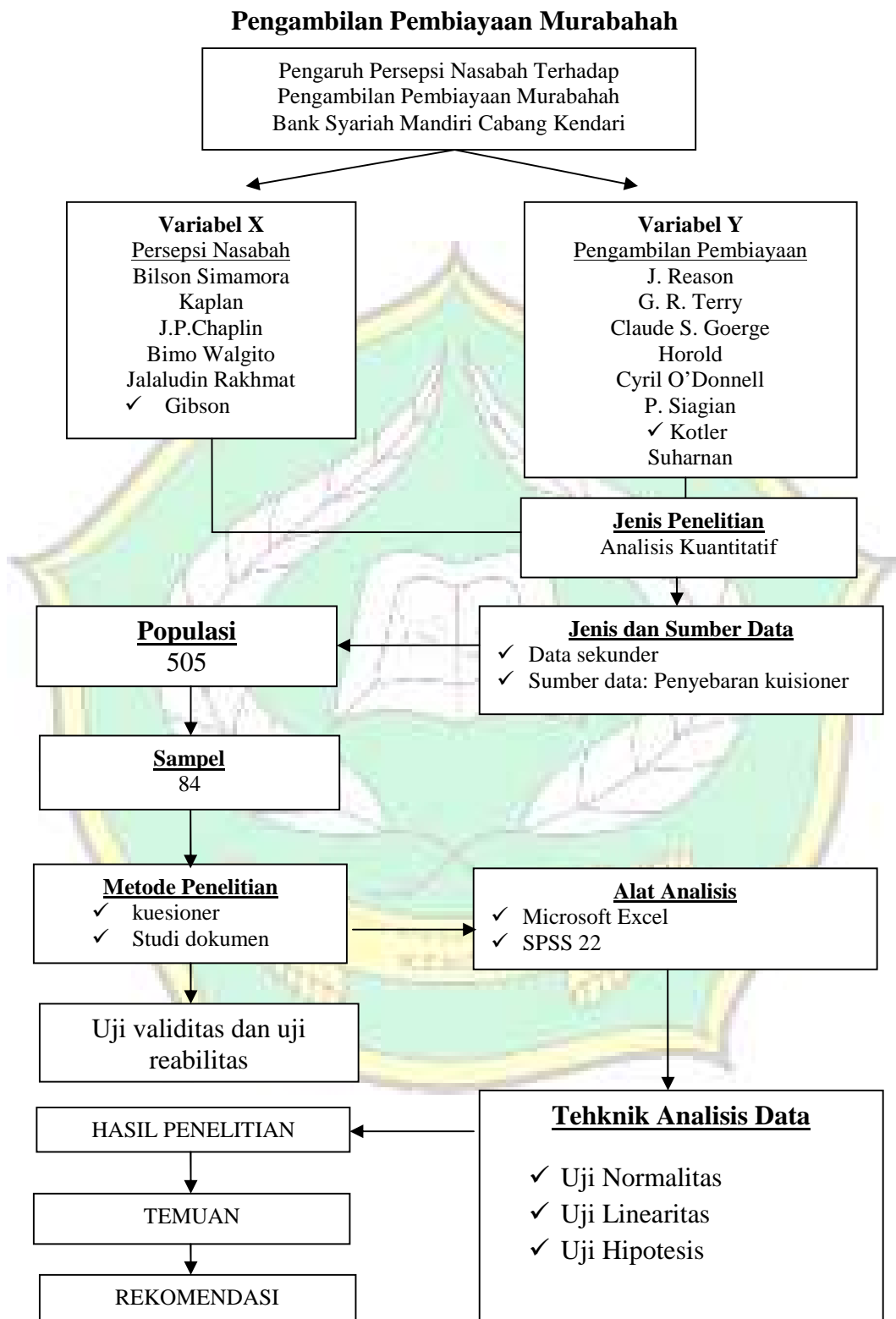
- a) Alat-alat Inventaris
- b) Pembiayaan Asset
- c) Pembiayaan Ekspor-impor
- d) Pembiayaan Perumahan
- e) Pembiayaan Kendaraan
- f) Dan lain sebagainya

C. Kerangka Pemikiran

Persepsi dari setiap nasabah mempunyai implikasi yang berbeda terhadap hasil keputusan yang diambil. Setiap nasabah kecil selalu berusaha untuk dapat mengembangkan usahanya. Salah satu kendala yang dihadapi oleh para nasabah dalam mengembangkan usahanya antara lain keterbatasan modal usaha yang dimiliki. Kredit atau pembiayaan merupakan salah satu jalan yang dapat diambil oleh para nasabah dalam penambahan modal. Hal ini digunakan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh Persepsi Nasabah ini terhadap Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* di bank syariah mandiri yang terdapat di Kendari.

⁶⁴Muhammad Imran Ashraf Usmani, *Moezambank's Guide to Islamic Banking*, (Irdu Bazar Karachi, Darul Irhaat Press, 2001), h. 86.

Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara hubungan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat sebelum dilakukan penelitian dan harus dilakukan melalui penelitian. Dugaan sementara tersebut diperkuat dengan adanya teori atau jurnal yang mendasari dan hasil dari penelitian terdahulu. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat ditarik adalah:

H_1 = Terdapat pengaruh signifikan persepsi nasabah terhadap pengambilan pembiayaan murabahah pada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kendari.

