

**PERAN *PRICE* DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MENGAMBIL KREDIT UNTUK BISNIS RUMAH KOS-KOSAN
DI LINGKUNGAN KARANG MLUWO MANGLI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syari'ah



Oleh:

DYAH LAJU HAQ
NIM : E20151070

Dosen Pembimbing:

Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M
NIP. 197107272002121003

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2019**

**PERAN *PRICE* DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MENGAMBIL KREDIT UNTUK BISNIS RUMAH KOS-KOSAN
DI LINGKUNGAN KARANG MLUWO MANGLI**

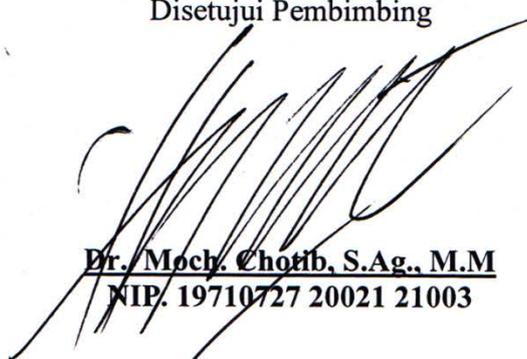
SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Dyah Laju Haq
NIM: E20151070

Disetujui Pembimbing



Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M
NIP. 19710727 20021 21003

**PERAN PRICE DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MENGAMBIL KREDIT UNTUK BISNIS RUMAH KOS-
KOSAN DI LINGKUNGAN KARANG MLUWO MANGLI**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Senin

Tanggal : 08 April 2019

Tim Penguji

Ketua



Nurul Setianingrum, S.E, MM

NIP: 19690523 199803 2 001

Sekretaris,



Suprianik, S.E, M.Si

NUP. 201603136

Anggota :

1. Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos, M.Si
2. Dr. Moch. Chotib, S.Ag, MM

Menyetujui,



Dr. Moch. Chotib, S.Ag, M.M

NIP. 19710727 20021 21003

MOTTO

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَىٰ بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ ﴿٣٨﴾

Artinya: “Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhannya dan mendirikan shalat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarat antara mereka; dan mereka menafkahkan sebagian dari rezki yang Kami berikan kepada mereka.” (Q.S. Asy-Syuura Ayat : 38).¹

IAIN JEMBER

¹Al-Quran., 42:38

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji dan syukur kupanjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga dengan segala kekurangan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak dan Ibu tercinta (Mushonif dan Julaimah) yang telah membesarkanku, menyayangiku, yang selalu memotivasiku dan telah rela mengeluarkan keringat demi menjadikan anakmu mendapatkan pendidikan yang lebih baik darimu. Terima kasih atas doamu yang tak henti-hentinya engkau panjatkan hanya untuk anakmu ini dan terima kasih telah mengajarku arti kehidupan yang sebenarnya.
2. Saudara kandungku dan Kakak Iparku (Lingga Putri Zahra dan Zain Gustalif) yang selalu mengingatkanku, menguatkanku, dan mendukungku dalam segala hal terkhusus dalam studiku saat ini. Dan juga kepada seluruh keluarga besar Supeni Kelar Family yang selalu menyemangatiku.
3. Seluruh keluarga besar Asrama Putri Nusantara yang selalu mensupport dan menghiburku dikala lelah menghadapi kenyataan.
4. Sahabat-sahabatku Elmania Alamsyah, Putri Mustafidah, dan Siti Mustanatul Fauziah yang selalu memberikan dukungan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuanganku PS2 Perbankan Syariah yang selalu memberikan dukungan hal positif yang saya lakukan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Peran Price Dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-kosan Di Lingkungan Karang Mluwo Mangli.*” Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabiullah Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahilliyah atau kebodohan hingga zaman terang benderang yakni addinul Islam, serta para sahabt, tabi’in dan para ummat yang senantiasa berjalan dalam risalahnya. Sebagai tugas akhir dan sekaligus prasyarat dari kelulusan tingkat Strata satu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember tahun akademik 2018/2019, tentunya dalam penyusunan skripsi ini juga tidak akan lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E, M.M. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember serta Dosen Penasihat Akademik.
2. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember dan sebagai Dosen Pembimbing.
3. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.

4. Nurul Setianingrum, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember .
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui.
6. Segenap penguji yang telah berkenaan menguji skripsi ini.
7. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
8. Bapak Slamet Sugianto SH., M.Si. selaku Lurah Kelurahan Mangli Kaliwates Jember yang telah bersedia menerima dan membantu selama penulisan selama penelitian.
9. Bapak Ahmad Fauzi selaku Ketua RW 6 beserta Ketua RT 1, RT 2, RT 3 di lingkungan Karang Mluwo Mangli yang telah bersedia menerima dan membantu penulis selama penelitian.
10. Warga pemilik kosan di Lingkungan Karang Mluwo Mangli yang telah bersedia menerima dan membantu selama penelitian.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga masih perlu tahap penyempurnaan. Namun walau dengan referensi dan waktu yang terbatas, penulis miliki dan untuk lebih menyempurnakannya tentu tidak lepas dari kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari pembaca ini.

Jember, 31 Januari 2019
Penulis

Dyah Laju Haq
NIM. E20151070

ABSTRAK

Dyah Laju Haq, Moch. Chotib, 2018: Peran Price Dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-kosan Di Lingkungan Karang Mluwo Mangli.

Bisnis usaha rumah kos-kosan merupakan salah satu peluang bisnis yang ada di lingkungan Karang Mluwo Mangli sekitar kampus IAIN Jember. Hal itu sejalan dengan perkembangan dan pertambahan jumlah mahasiswa IAIN Jember tiap tahunnya. Sehingga masalah penting yang perlu dipersiapkan oleh masyarakat lingkungan Karang Mluwo adalah menyiapkan tinggal bagi mereka, salah satu contohnya adalah rumah kos-kosan. Para pemilik usaha bisnis kos-kosan saat mendirikan bisnis rumah kos-kosan menghadapi permasalahan kekurangan dana sehingga ada beberapa dari mereka yang meminjam dana atau kredit ke bank. Dalam pengambilan kredit para pelaku usaha rumah bisnis kos-kosan yang didapatkan dari bank pada faktanya terdapat berbagai jenis kredit yang mereka ambil walaupun pada jenis usahanya sama.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana proses pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli? 2) Bagaimana peran *price* dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli?

Tujuan Penelitian ini antara lain adalah: 1) Untuk mendeskripsikan proses pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli. 2) Untuk mendeskripsikan peran *price* dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data tersebut diperoleh dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisa dengan analisis deskriptif dan diuji keabsahannya dengan triangulasi sumber.

Adapun kesimpulan dari penelitian ini bahwa: 1) Didalam proses pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli yaitu melalui tiga tahap : *pertama*, pengenalan kebutuhan berupa ketika para pemilik kosan merasakan adanya keinginan pengembangan rumah kos-kosan maka pada saat itu mereka membutuhkan dana. *Kedua*, penelitian sebelum pembelian berupa ketika para pemilik kosan mencari informasi tentang kredit di bank yang dilakukan dengan menggunakan memori yang tersimpan di dalam ingatannya (pengalaman). *Ketiga*, penilaian berbagai alternatif berupa ketika para pemilik kosan sudah mendapatkan informasi berbagai macam merk produk dari berbagai bank. 2) Didalam Peran *price* dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli yang saya teliti dikeempat kosan tersebut merupakan sebagai salah satu faktor pemasaran yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih kredit untuk bisnis kos-kosan setelah faktor *timing* (waktu) atau kebutuhan saat itu.

Kata kunci: *Price dan Timing*

ABSTRACT

Dyah Laju Haq, Moch. Chotib, 2018: *Role of Price in Decision Making in Taking Credit for Business in Boarding House in Karang Mluwo Mangli.*

The business of boarding house is one of the business opportunities in the Karang Mluwo Mangli neighborhood around the Jember IAIN campus. This is in line with the development and increase in the number of IAIN Jember students each year. So that the important issue that needs to be prepared by the Karang Mluwo community is to prepare a living for them, one example is the boarding house. The owners of the boarding-house business when setting up a boarding-house business faced problems with lack of funds so that some of them borrowed funds or loans to banks. In obtaining credit for business people in boarding-house business houses obtained from banks in fact there are various types of loans they take even though the type of business is the same.

The focus of the research in this paper is: 1) What is the decision-making process of taking credit for the boarding-house business in Karang Mluwo Mangli? 2) What is the role of price in making decisions to take credit for the boarding-house business in the Karang Mluwo Mangli?

The objectives of this study include: 1) To describe the decision-making process of taking credit for the boarding-house business in the Karang Mluwo Mangli. 2) To describe the role of price in making decisions to take credit for the business of boarding houses in the Karang Mluwo Mangli. This study is a descriptive qualitative study with a type of case study research. The data source is obtained by observation, interview and documentation. The data obtained was then analyzed by descriptive analysis and tested its validity by source triangulation.

This study is a descriptive qualitative study with a type of case study research. The data source is obtained by observation, interview and documentation. The data obtained was then analyzed by descriptive analysis and tested its validity by source triangulation.

The conclusions of this study are that: 1) In the decision-making process of taking credit for the boarding-house business in the coral reef environment mluwo mangli is through three stages: first, the introduction of needs in the form of boarding houses feeling the desire to develop a boarding house they need funds. Secondly, pre-purchased research in the form of when boardinghouse owners look for information about bank loans made using memory stored in their memories (experience). Third, the assessment of various alternatives in the form of when boarding houses get information on various brands of products from various banks, so that the assessment falls on one brand of product that is right for the boarding-house business. 2) In the role of price in making decisions to take credit for the boarding-house business in Karang Mluwo Mangli that I studied in the four boarding houses is one of the marketing factors that influence the customer's decision to choose credit for the boarding house business after the timing factor or needs at that time.

Keywords: *Price and Timing*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah.....	9
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kajian Teori	23
1. <i>Price</i> (Harga).....	23
2. Pengambilan Keputusan Nasabah.....	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	59
B. Lokasi Penelitian.....	60
C. Subjek Penelitian.....	61
D. Teknik Pengumpulan Data.....	62
E. Analisis Data.....	64
F. Keabsahan Data.....	67
G. Tahap-tahap Penelitian.....	68

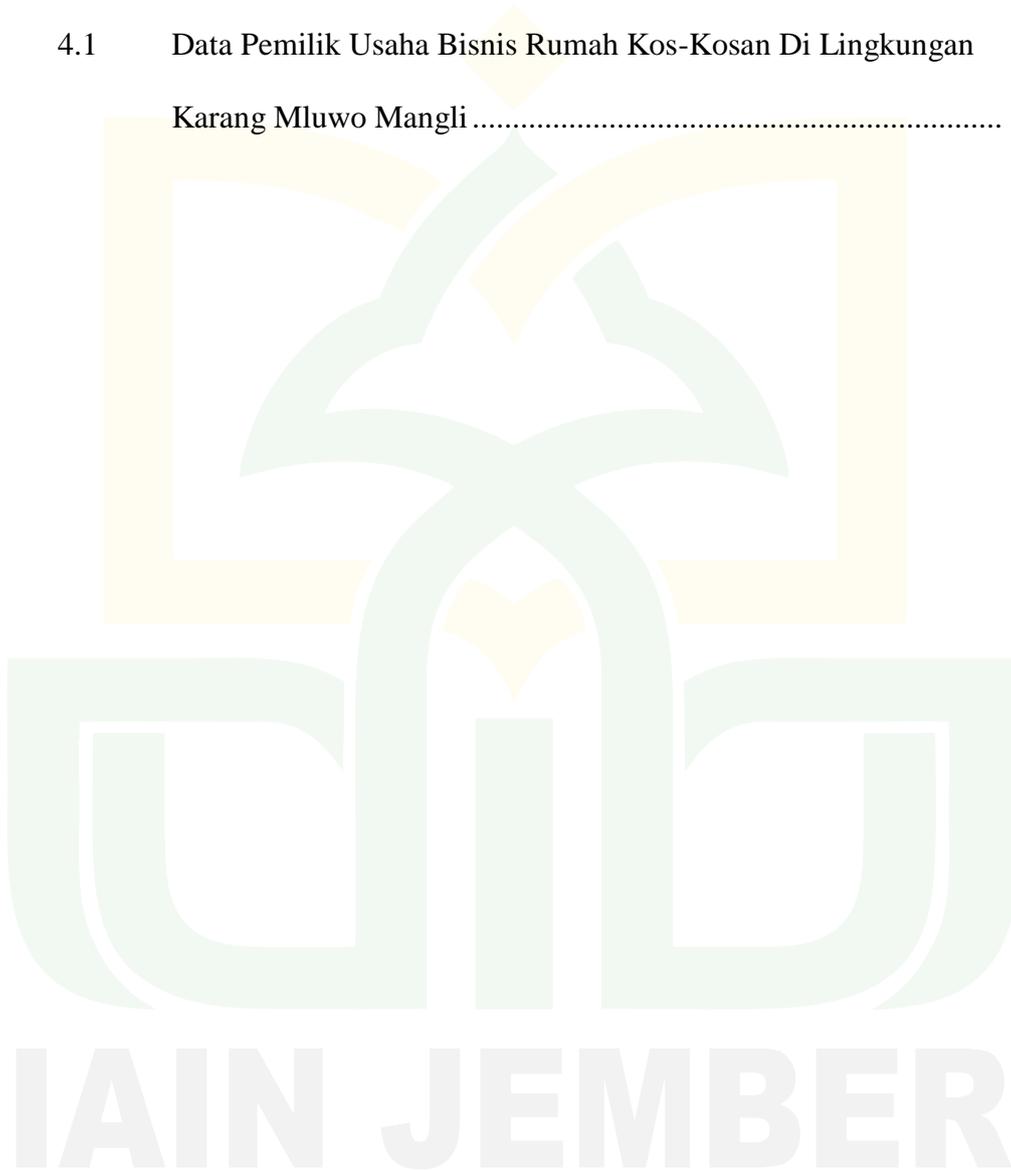
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian.....	71
1. Peta Kelurahan Mangli.....	71
2. Sumber Daya Alam Kelurahan Mangli.....	71
3. Sejarah Berdirinya Usaha Bisnis Kos-Kosan Di Lingkungan Karang Mluwo.....	74
4. Data Pemilik Usaha Bisnis Kos-kosan di Lingkungan Mluwo.....	76
B. Penyajian data dan analisis Data.....	76
1. Peran Price Dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-Kosan Di Lingkungan Karang Mluwo Mangli.....	77
2. Proses Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-Kosan Di Lingkungan Karang Mluwo Mangli.....	80

C. Pembahasan Temuan	91
1. Peran Price Dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-kosan Di Lingkungan.....	90
2. Proses Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-Kosan Di Lingkungan Karang Mluwo Mangli	95
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Matrik Penelitian	
2. Pernyataan Surat Keaslian Tulisan	
3. Surat Keterangan Izin Penelitian dari IAIN Jember	
4. Surat Rekomendasi dari BAKESBANGPOL	
5. Surat Rekomendasi dari Kecamatan	
6. Surat Rekomendasi dari Kelurahan	
7. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
8. Pedoman Wawancara	
9. Jurnal Penelitian	
10. Dokumentasi Penelitian	
11. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Hal
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	19
4.1	Data Pemilik Usaha Bisnis Rumah Kos-Kosan Di Lingkungan Karang Mluwo Mangli	76



DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Hal
2.1	Model Sederhana Mengenai Pengambilan Keputusan Konsumen	55
4.1	Gambar Peta Kelurahan Mangli.....	71
4.2	Gambar Proses Keputusan.....	99



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam marketing kita mengenal adanya *marketing mix* (bauran pemasaran). Usaha manajemen suatu organisasi marketing untuk mencapai titik yang dituju yaitu pasar, yang harus dilakukan adalah dengan cara mengkombinasikan dan memobilisasikan sumber-sumber intern dan ekstern dengan menyesuaikan pada kendala unsur lingkungan dalam merumuskan suatu kegiatan *marketing*. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Komponen bauran pemasaran terdiri dari: (1) produk yang meliputi keragaman produk, kualitas, desain, ciri, nama merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, imbalan; (2) Harga terdiri dari daftar harga, rabat/diskon, potongan harga khusus, periode pembayaran, syarat kredit; (3) Tempat yang terdiri dari saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan lokasi, persediaan, transportasi; (4) promosi meliputi promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, kehumasan, pemasaran langsung.²

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, disamping itu merupakan unsur bauran pemasaran bersifat fleksibel (dapat cepat diubah).

²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), 19.

Penetapan harga dipengaruhi oleh permintaan produk, target pangsa pasar, reaksi pesaing, strategi penetapan harga, bagian lain di luar bauran pemasaran dan biaya operasional. Penetapan harga mempunyai beberapa maksud atau tujuan tertentu.³ Harga dapat didefinisikan sebagai alat tukar, hal ini seperti yang dikemukakan oleh William J. Stanton terjemahan Y.Yamanto bahwa “harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga dalam perbankan konvensional dalam bentuk bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan biaya komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya lainnya. Dengan adanya harga dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk mengambil kredit di sebuah bank.

Secara garis besar ada dua faktor yang menjadi sumber pertimbangan konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian yaitu faktor internal dan faktor eksternal dalam.⁴ Faktor internal berupa psikologi konsumen dan karakteristik konsumen, sedangkan faktor eksternal adalah rangsangan pemasaran dan rangsangan lain. Untuk sampai pada keputusan membeli pelanggan mengenali dulu permasalahan, mencari informasi penyelesaian permasalahannya, evaluasi alternatif-alternatif yang ada, akhirnya melakukan pembelian. Konsumen pun melakukan evaluasi terhadap proses pembelian,

³Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 1996), 196.

⁴Nasikan dan Begy Andy Susanto, “Faktor Internal dan Eksternal terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Merk Nokia”, (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul Ulum Lamongan, 2013).

dan pengalaman tersebut mempengaruhi lingkungan eksternalnya dan mempengaruhi dirinya sendiri.

Usaha bisnis kos-kosan termasuk dalam bentuk usaha penyediaan akomodasi. Pada data statistik BPS kabupaten Jember menunjukkan bahwa nilai PDRB kabupaten Jember atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha jenis penyediaan akomodasi dan makan minum di tahun 2014 sebesar 1.507.630,27 ; di tahun 2015 sebesar 1.207.129,76; di tahun 2016 sebesar 1.404.969,84. Dari data tersebut maka terlihat terdapat kenaikan dari tahun 2014 hingga tahun 2016.⁵ Di wilayah lingkungan Karang Mluwo Mangli Kaliwates Jember untuk menciptakan kesejahteraan ekonomi mereka menjadi seorang wirausahawan dalam berbagai usaha diantaranya; usaha produksi krupuk, usaha rumah makan atau warung, toko sembako, foto kopi, dan usaha rumah kos-kosan.⁶ Dalam kegiatan usaha para pelaku usaha mendapatkan modal dari berbagai sumber diantaranya; lewat kredit, pinjam saudara, rentenir, atau tabungan. Di wilayah Karang Mluwo terdapat dua RW yaitu RW 06 dan RW 07, dari RW 06 terdiri dari 3 RT dan dari RW 07 terdiri dari 3 RT.⁷ Dari kedua RW ini jumlah kosan terbanyak berada di RW 06 yaitu berjumlah 48 kosan, sedangkan di RW 07 terdapat 25 kosan.⁸ Sehingga dengan banyaknya jumlah kosan di RW 06, maka akan memberikan peluang besar atau pemasukan bagi pengembangan usaha disana.

⁵<https://jemberkab.bps.go.id>.

⁶Slamet, wawancara, Jember, 04 Desember 2018

⁷Slamet, wawancara, Jember, 04 Desember 2018

⁸Slamet, Wawancara, Jember, 04 Desember 2018

Masalah penting yang perlu dipersiapkan oleh masyarakat sekitar kampus adalah menyiapkan tinggal bagi mereka. Setiap pendatang selalu mencari tempat tinggal bagi mereka. Setiap pendatang selalu mencari tempat tinggal bagi mereka ke kampus. Tempat tinggal yang biasa dicari dapat berupa kos-kosan, rumah kontrak, rumah sewa, *ma'had* atau pondok pesantren. Seiring dengan perkembangan STAIN Jember menjadi IAIN Jember sebagaimana yang dirumuskan oleh Tim *taskforce* yang telah dibentuk oleh ketua STAIN Jember (saat itu), akhirnya pada tahun 2014, berdasarkan Keputusan Presiden (KepPres) Nomor 142 Tahun 2014 telah terjadi perubahan status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (IAIN) Jember. Kemudian ditindaklanjuti dengan peraturan Menteri Agama RI Nomor 6 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember. Terjadinya transformasi menuju IAIN Jember ini, yang dulu awalnya satu fakultas saja ditahun 1997 sekarang menjadi 5 fakultas.⁹

Dengan berkembangnya kampus IAIN Jember dan bertambahnya jumlah mahasiswa IAIN Jember maka, masalah penting yang perlu dipersiapkan oleh masyarakat sekitar kampus adalah menyiapkan tinggal bagi mereka. Setiap pendatang selalu mencari tempat tinggal bagi mereka. Setiap pendatang selalu mencari tempat tinggal bagi mereka ke kampus. Tempat tinggal yang biasa di cari dapat berupa kos-kosan, rumah kontrak, rumah sewa, *ma'had* atau pondok pesantren. Di daerah lingkungan Karang Mluwo di RW 06 terdapat 48 kosan diantaranya terdapat 5 kosan yang membangun

⁹Tim Penyusun, *Pedoman Pendidikan SI*, (Jember : IAIN Jember Press, 2017), 6.

kosan dengan modal kredit ke Bank. Rata-rata kosan didaerah lingkungan karang mluwoh harga per-bulan mulai dari Rp. 150.000 – Rp. 300.000, harga tersebut cukup terjangkau dan murah bagi mahasiswa IAIN Jember. Dengan fasilitas yang cukup diantaranya kamar tidur, lemari, kamar mandi, dapur, wifi, serta yang paling menjadi unik dikosan adalah terdapat kajian gratisnya.¹⁰

Kredit merupakan kemampuan untuk melaksanakan suatu pembelian atau mengadakan suatu pinjaman dengan suatu janji, pembayaran akan dilaksanakan pada jangka waktu yang telah disepakati. Sedangkan pengertian kredit yang lebih tepat untuk kegiatan perbankan di Indonesia telah dirumuskan dalam undang-undang pokok perbankan No. 7 Tahun 1992 yang menyatakan bahwa kriteria adalah penyedia uang/tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan/kesepakatan pinjam meminjam antara pihak bank dengan pihak lain yang mewajibkan untuk melaksanakan dengan jumlah bunga sebagai imbalan.¹¹ Dalam praktek sehari-hari pinjaman kredit dinyatakan dalam bentuk perjanjian tertulis dibawah tangan maupun secara materiil. Dan sebagai jaminan pengaman, pihak peminjam akan memenuhi kewajiban dan menyerahkan jaminan baik bersifat kebendaan maupun bukan kebendaan. Sebenarnya sasaran kredit pokok dalam penyediaan pinjaman tersebut bersifat penyediaan suatu modal sebagai alat untuk melaksanakan kegiatan usahanya sehingga kredit (dana bank) yang diberikan tersebut tidak lebih dari pokok produksi semata.

¹⁰Ahmad Fauzi, *wawancara*, Jember, 05 Desember 2018

¹¹Kasim, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 85.

Dalam pengambilan kredit para pelaku usaha rumah bisnis kos-kosan yang didapatkan dari bank pada faktanya terdapat berbagai jenis kredit yang mereka ambil walaupun pada jenis usahanya sama dan dapat dikategorikan termasuk pada jenis kredit usaha. Sehingga peneliti ingin menganalisis secara mendalam tentang peran *price* dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan dilingkungan mangli dan penerapan konsumsi Islam pada peran *price* dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan dilingkungan mangli. Penelitian ini berusaha mengkaji tentang **“Peran Price dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-Kosan Dilingkungan Karang Mluwo Mangli.”**

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian¹². Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut yang mana dirumuskan dalam rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran *price* dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli?
2. Bagaimana proses pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan dilingkungan Karang Mluwo Mangli?

¹²Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Pers. 2017), 44.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendiskripsikan peran *price* dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli.
2. Untuk mendiskripsikan proses pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa saja yang akan diberikan setelah melakukan penelitian. Adapun manfaat penelitian yang diharapkan:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi semua pihak, serta dapat memperkaya khazanah dan wawasan keilmuan mengenai bahasan tentang peran *price* dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

a. Bagi Masyarakat

Untuk para masyarakat yang ingin berbisnis kos-kosan bisa menambah pengetahuan mengenai peran price dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli.

b. Bagi IAIN Jember

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menambah nuansa ilmiah di lingkungan kampus IAIN Jember dan sebagai tambahan literatur atau referensi bagi IAIN Jember mengenai pembahasan tentang peran price dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli.

c. Bagi Peneliti

Peneliti dapat dengan mudah mengukur sejauh mana kesesuaian keilmuan yang telah didapat di bangku kuliah yang hanya sering berputar di dunia teori dengan kenyataan yang ada di lapangan. Dapat berbagi informasi pengetahuan dan menambah wawasan keilmuan kepada pembaca mengenai peran price dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli.

E. Definisi Istilah

Dalam suatu tujuan penelitian, definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana oleh peneliti.¹³

Berdasarkan fokus dan rumusan masalah penelitian, maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. *Price* (Harga)

Price dalam kamus bahasa Inggris artinya harga. Harga adalah jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu barang haruslah dihubungkan dengan bermacam-macam barang dan atau pelayanan, yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa.¹⁴ Harga yang dimaksud dalam judul adalah dalam bentuk bunga pinjaman yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank yang memberi pinjaman.

2. Konsumen

Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Konsumen disini dapat diartikan sebagai nasabah yang memperoleh produk bank untuk dikonsumsi.¹⁵

¹³Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45.

¹⁴Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 105.

¹⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 19.

3. Keputusan konsumen

Keputusan konsumen adalah kerangka kinerja atau sesuatu yang mewakili apa yang diyakini konsumen dalam mengambil keputusan membeli.¹⁶ Dalam penelitian ini keputusan konsumen merupakan keputusan nasabah dalam mengambil produk kredit di sebuah bank.

4. Kredit

Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atas kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak pinjaman untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

F. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan tidak keluar dari jalur yang telah ditentukan dan agar lebih berarti susunannya, maka perlu kiranya memberikan gambaran sistematik pembahasan sebagai berikut:

Bab I. Berupa pendahuluan, merupakan pertanggung jawaban metodologis yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan definisi istilah.

Bab II Berupa kajian kepustakaan pada bab ini akan dipaparkan penelitian terdahulu dan kajian teori secara literature yang berhubungan dengan judul penelitian.

¹⁶Leon Schiffman, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Indeks, 2008), 16.

Bab III Berupa metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitianm teknik pengumpulan data, analisis data, pembahasan temuan.

Bab IV Berupa penyajian data dan analisis, yang terdiri dari gambaran objek penelitian, penyajian data analisis data, pembahasan temuan.

Bab V Berupa penutup, yang terdiri atas kesimpulan dan saran sebagai acuan dan data yang dihasilkan dalam penyusunan penelitian ini akan dicantumkan kepustakaan dan lampiran-lampiran.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil peneliti terdahulu yang terkait dengan peneliti yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasan atau belum terpublikasikan (skripsi, *tesis*, disertasi dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi peneliti yang hendak dilakukan.

1. Jurnal berjudul Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone di Bandung yang ditulis oleh Nina Maharani tahun 2015. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian produk iphone.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini mengetahui bahwa proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dalam pembelian produk iphone melalui lima tahap yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian serta perilaku pasca pembelian. Mayoritas konsumen membeli iphone karena fungsi utama sebagai alat komunikasi serta fungsi lain (entertainment). Dan sumber informasi dalam pembelian iphone mayoritas adalah teman.¹⁷

¹⁷Nyoni Laksana, "Pengaruh Presepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit Berjangka pada Bank Jateng", (Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang, 2012).

Persamaan penelitian dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang pengambilan keputusan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya tidak menggunakan variabel *price* (harga) dan tidak meneliti tentang kredit untuk bisnis rumah kos-kosan sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan variabel *price* (harga) dan meneliti tentang kredit untuk bisnis rumah kos-kosan.

2. Skripsi berjudul Pengaruh *promotion mix* terhadap keputusan menjadi nasabah produk gadai emas PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Operasional (KFO) Pos Banyuwangi, yang ditulis oleh Umdatul Mawaddah tahun 2016. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *promotion mix* terhadap keputusan menjadi nasabah produk gadai emas PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Operasional (KFO) Pos Banyuwangi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini mengetahui bahwa terdapat Pengaruh *promotion mix* terhadap keputusan menjadi nasabah produk gadai emas PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Operasional (KFO) Pos Banyuwangi.¹⁸

Persamaan penelitian dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang *marketing* dan sama-sama membahas tentang keputusan nasabah. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian

¹⁸Umdatul mawaddah, “Pengaruh *promotion mix* terhadap keputusan menjadi nasabah produk gadai emas PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Operasional (KFO) Pos Banyuwang”, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2016).

sebelumnya adalah penelitian sebelumnya meneliti tentang *promotion mix* terhadap keputusan nasabah produk gadai emas sedangkan penelitian yang sekarang hanya meneliti harga dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan.

3. Skripsi berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja (studi pada toko taman bunga kotagede Yogyakarta), yang ditulis oleh Serli Melida tahun 2016. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja di toko taman bunga kotagede Yogyakarta dan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja di toko taman bunga kotagede Yogyakarta.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini mengetahui bahwa terdapat pengaruh harga terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja di toko taman bunga kotagede Yogyakarta dan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja di toko taman bunga kotagede Yogyakarta.¹⁹

Persamaan penelitian dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang harga terhadap keputusan konsume dan meneliti tentang pengambilan keputusan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya meneliti

¹⁹Serli Melida, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Konsumen untuk Berbelanja", (Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016).

tentang marketing dalam pengaruh keputusan konsumen dalam berbelanja di toko sedangkan penelitian yang sekarang meneliti tentang kredit untuk bisnis rumah kos-kosan.

4. Skripsi berjudul Pengaruh metode *crossselling* dan *up selling* terhadap keputusan pembelian produk perbankan (studi kasus PT. BPR Nur Semesta Indah Kencong Jember), yang ditulis oleh Ely Ma'rifatus Sya'adah tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh metode *cross selling* dan *up selling* terhadap keputusan pembelian produk perbankan di BPR Nur Semesta Indah Kencong Jember.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini mengetahui bahwa terdapat pengaruh metode *cross selling* dan *up selling* terhadap keputusan pembelian produk perbankan di BPR Nur Semesta Indah Kencong Jember.²⁰

Persamaan penelitian dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang keputusan nasabah dan tentan produk bank. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya menggunakan teori metode *cross selling* dan *up selling* dengan metode kuantitatif sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan teori bauran pemasaran dan metode kualitatif.

²⁰Ely Ma'rifatus Sya'adah, "Pengaruh Metode Cross Selling dan Up Selling terhadap Keputusan Pembelian Produk Perbankan", (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2017).

5. Skripsi berjudul Manajemen Pemasaran PT. Lejel *Home Shopping* area Jember dalam Prespektif Etika Bisnis Islam, yang ditulis oleh Muhammad Husen tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Manajemen Pemasaran PT. Lejel *Home Shopping* area Jember dalam Prespektif Etika Bisnis Islam.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini mengetahui bahwa adanya penerapan Manajemen Pemasaran PT. Lejel *Home Shopping* area Jember dalam Prespektif Etika Bisnis Islam.²¹

Persamaan penelitian dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang manajemen pemasaran dan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya lebih fokus dalam prespektif bisnis islam sedangkan penelitian yang sekarang fokus pada *marketing mix* khususnya harga.

6. Skripsi berjudul Analisis Strategi *Marketing* Produk Tabungan Mabrur Junior di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang, yang ditulis oleh Nurhana tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi *Marketing* Produk Tabungan Mabrur Junior di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang dan untuk mengetahui keunggulan, kelemahan, peluang dan tantangan dalam memasarkan produk Tabungan Mabrur Junior.

²¹Muhammad Husen, "Manajemen Pemasaran PT. Lejel Home Shopping area Jember dalam Prespektif Etika Bisnis Islam", (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2017).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini mengetahui bahwa adanya Strategi *Marketing* Produk Tabungan Mabrur Junior di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang dapat menarik nasabah dan terdapat keunggulan, kelemahan, peluang dan tantangan dalam memasarkan produk Tabungan Mabrur Junior.²²

Persamaan penelitian dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang *marketing*, produk bank dan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya meneliti tentang marketing khususnya pada produk tabungan junior sedangkan penelitian yang sekarang meneliti tentang *marketing mix* khususnya harga dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan.

7. Skripsi berjudul Pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Loyalitas Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Artha Makmur Sumberjati Silo Jember, yang ditulis oleh Santi tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Loyalitas Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Artha Makmur Sumberjati Silo Jember.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini mengetahui bahwa terdapat pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Loyalitas

²²Nurhana, "Analisis Strategi Marketing Produk Tabungan Mabrur Junior di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang", (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2017).

Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Artha Makmur Sumberjati Silo Jember.²³

Persamaan penelitian dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang suku bunga dengan objek yang sama yaitu nasabah. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya tidak meneliti tentang proses pengambilan keputusan dan menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian yang sekarang meneliti proses pengambilan keputusan nasabah dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

8. Skripsi berjudul Strategi Pemasaran dalam menghadapi masyarakat awam teknologi di Bank Mandiri KCP Jember Sukowono, yang ditulis oleh Anisatul Kamilah tahun 2018. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendiskripsikan Strategi Pemasaran dalam menghadapi masyarakat awam teknologi di Bank Mandiri KCP Jember Sukowono.²⁴

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Hasil dari penelitian ini mengetahui bahwa Strategi Pemasaran dalam menghadapi masyarakat awam teknologi di Bank Mandiri KCP Jember Sukowono tidak terlepas dari kegiatan promosi dari karyawan, terdapat

²³Santi, "Pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Loyalitas Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Artha Makmur Sumberjati Silo Jember", (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2017).

²⁴Anisatul Kamilah, "Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Masyarakat Awam Teknologi di Bank Mandiri KCP Jember Sukowono", (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember, 2017).

kendala minimnya pengetahuan nasabah mengenal produk-produk yang ada di Bank Mandiri KCP Jember.

Persamaan penelitian dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang pemasaran dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya fokus pada masyarakat awam teknologi dan tempat penelitian di Bank sedangkan penelitian yang sekarang fokus pada masyarakat yang memiliki bisnis kos-kosan dan tempat penelitian di desa.

Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Nina Maharani, Tahun 2015.	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Produk Iphone di Bandung	Sama-sama membahas tentang pengambilan keputusan	Tidak menggunakan Variabel <i>price</i> (harga) dan tidak membahas tentang Kredit untuk bisnis rumah kos-kosan.
2	Umdatul Mawaddah, Tahun 2016	Skripsi berjudul Pengaruh <i>promotion mix</i> terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Gadai Emas PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional	Sana-sama membahas tentang <i>marketing</i> dan sama-sama membahas tentang keputusan nasabah	Tidak membahas harga saja dalam <i>marketing mix</i> tapi membahas tentang <i>promotion</i> saja, menggunakan metode kuantitatif

		Operasional (KFO) Pos Banyuwangi		
3	Serli Melida, Tahun 2016.	Skripsi berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja (studi pada toko taman bunga kotagede Yogyakarta)	Sama-sama membahas tentang harga terhadap keputusan konsumen, Jenis Penelitian yang digunakan sama-sama membahas tentang pengambilan keputusan	Tidak membahas tentang kredit untuk bisnis rumah kos-kosan, Lokasi Penelitian
4	Ely Ma'rifatus, Tahun 2017	Skripsi berjudul metode <i>cross selling</i> dan <i>up selling</i> terhadap keputusan pembelian produk perbankan (studi kasus PT. BPR Nur Semesta Indah Kencong Jember)	Sama-sama membahas tentang keputusan Nasabah, Sama-sama membahas tentang produk bank	Tidak menggunakan teori bauran pemasaran melainkan menggunakan teori metode <i>cross selling</i> dan <i>up selling</i> , metode penelitian kuantitatif
5	Muhammad Husen, Tahun 2017	Skripsi berjudul Manajemen Pemasaran PT. Lejel <i>Home Shopping</i> area Jember dalam Prespektif Etika Bisnis Islam	Sana-sama membahas tentang manajemen pemasaran, sama-sama menggunakan metode kualitatif	Tidak membahas price (harga) melainkan membahas tentang marketing secara keseluruhan, tidak membahas tentang kredit, fokus penelitian dalam prespektif bisnis Islam

6	Nurhana, Tahun 2017	Skripsi berjudul Analisis Strategi <i>Marketing</i> Produk Tabungan Mabrur Junior di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang	Sama-sama membahas tentang marketing, sama-sama membahas tentang produk bank, sama-sama menggunakan metode kualitatif	Tidak membahas tentang <i>marketing mix</i> melainkan <i>marketing</i> , tidak membahas kredit melainkan membahas produk tabungan junior.
7	Santi, Tahun 2017	Skripsi berjudul Pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Loyalitas Nasabah di Koperasi Simpan Pinjam Artha Makmur Sumberjati Silo Jember	Sama-sama membahas tentang suku bunga, sama-sama objeknya nasabah	Tidak membahas proses pengambilan keputusan nasabah, menggunakan metode kuantitatif
8	Anisatul Kamilah, Tahun 2018	Skripsi berjudul Strategi Pemasaran dalam menghadapi masyarakat awam teknologi di Bank Mandiri KCP Jember Sukowono	Sama-sama membahas tentang pemasaran, metode penelitian kualitatif	Fokus pada masyarakat awam teknologi, tempat penelitian bukan di desa tapi di Bank Konvensional

Sumber: diolah dari penelitian terdahulu

B. Kajian Teori

1. *Price* (Harga)

a. Pengertian

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, disamping itu merupakan unsur bauran pemasaran bersifat fleksibel (dapat cepat diubah). Harga dapat didefinisikan sebagai alat tukar, hal ini seperti yang dikemukakan oleh William J. Stanton terjemahan Y.Yamanto bahwa “harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.²⁵ Harga juga dapat diartikan sebagai bunga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank yang memberi pinjaman. Bunga pinjaman merupakan bunga yang diberikan kepada para peminjam atau harga yang harus dibayar oleh nasabah peminjam bank.²⁶ Sebagai contoh bunga kredit.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga

1) Kebutuhan dana

Apabila bank kekurangan dana, sementara permohonan pinjaman meningkat, maka yang dilakukan oleh bank agar dana tersebut cepat terpenuhi dengan meningkat suku bunga pinjaman simpanan. Peningkatan bunga simpanan secara otomatis akan pula meningkatkan bunga pinjaman. Namun, apabila dana yang ada

²⁵Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, 105.

²⁶Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*, 114.

simpanan banyak sementara permohonan simpanan sedikit, maka bunga simpanan akan turun.

2) Persaingan

Dalam memperebutkan dana simpanan, maka di samping faktor promosi, yang paling utama pihak perbankan harus memperhatikan pesaing. Dalam artian jika untuk bunga simpanan rata-rata 16%, maka jika hendak membutuhkan dana cepat sebaiknya bunga simpanan kita naikkan di atas bunga pesaing misalnya 16%. Namun, sebaliknya untuk bunga pinjaman kita harus berada di bawah bunga pesaing.

3) Kebijakan pemerintah

Dalam arti baik untuk bunga simpanan maupun bunga pinjaman kita tidak boleh melebihi bunga yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

4) Target laba yang diinginkan

Sesuai dengan target laba yang diinginkan, jika laba yang diinginkan besar, maka bunga pinjaman ikut besar dan sebaliknya.²⁷

5) Jangka waktu

Semakin panjang jangka waktu pinjaman, akan semakin tinggi bunganya, hal ini disebabkan besarnya kemungkinan risiko

²⁷Herman Darmawi, *Pasar Finansial dan Lembaga-Lembaga Finansial* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 181.

di masa mendatang. Demikian pula sebaliknya jika pinjaman berjangka pendek, maka bunganya relatif lebih rendah.

6) Kualitas jaminan

Semakin likuid jaminan yang diberikan, semakin rendah bunga kredit yang dibebankan dan sebaliknya. Sebagai contoh jaminan sertifikat deposito berbeda dengan jaminan sertifikat tanah. Alasan utama perbedaan ini adalah dalam hal pencairan jaminan apabila kredit yang diberikan bermasalah. Bagi jaminan yang likuid seperti sertifikat deposito atau rekening giro yang dibekukan akan lebih mudah untuk dicairkan jika dibandingkan dengan jaminan tanah.

7) Reputasi perusahaan

Bonafiditas suatu perusahaan yang akan memperoleh kredit sangat menentukan tingkat suku bunga yang akan dibebankan nantinya, karena biasanya perusahaan yang bonafid kemungkinan risiko kredit macet di masa mendatang relatif kecil dan sebaliknya.²⁸

8) Produk yang kompetitif

Maksudnya adalah produk yang dibiayai tersebut laku dipasar untuk produk yang kompetitif, bunga kredit yang

²⁸Ibid.,182.

diberikan relatif rendah jika dibandingkan dengan produk yang kurang kompetitif.²⁹

9) Hubungan baik

Biasanya bank menggolongkan nasabahnya antara nasabah utama (primer) dan nasabah biasa (sekunder). Penggolongan ini didasarkan kepada keaktifan serta loyalitas nasabah yang bersangkutan terhadap bank. Nasabah utama biasanya mempunyai hubungan yang baik dengan pihak bank sehingga dalam penentuan suku bunganya pun berbeda dengan nasabah biasa.

10) Jaminan Pihak Ketiga

Dalam hal ini pihak yang memberikan jaminan kepada penerima kredit. Biasanya jika pihak yang memberikan jaminan bonafid, baik dari segi kemampuan membayar, nama baik maupun loyalitasnya terhadap bank, maka bunga yang dibeban pun berbeda. Demikian pula sebaliknya jika pinjaman pihak ketiganya kurang bonafid atau tidak dipercaya, maka mungkin tidak dapat digunakan jaminan pihak ketiga oleh pihak perbankan.

c. Komponen-komponen dalam menentukan harga

Khusus untuk menentukan besar kecilnya suku bunga kredit yang akan diberikan kepada para debitur terdapat beberapa komponen

²⁹Ibid., 182.

yang memengaruhi. Komponen – komponen ini ada yang dapat diperkecil (dikurangi) dan ada pula yang tidak.³⁰

Adapun komponen dalam menentukan suku bunga kredit antara lain sebagai berikut :

1) Total biaya dana (*cost of fund*)

Merupakan total bunga yang dikeluarkan oleh bank untuk memperoleh dana simpanan baik dalam bentuk simpanan giro, tabungan maupun deposito. Total biaya dana tergantung dari seberapa besar bunga yang ditetapkan untuk memperoleh dana yang diinginkan. Semakin besar bunga yang dibebankan terhadap bunga simpanan, semakin tinggi pula biaya dananya demikian pula sebaliknya. Total biaya dana ini harus dikurangi dengan cadangan wajib atau *Reserve Requirement* (RR) yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Saat ini besarnya RR yang ditetapkan pemerintah besarnya 5%.

2) Biaya operasi

Dalam melakukan setiap kegiatan setiap bank membutuhkan berbagai sarana dan prasarana ini memerlukan sejumlah biaya yang harus ditanggung bank sebagai biaya operasi. Biaya operasi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh bank dalam melaksanakan operasinya, biaya ini terdiri dari biaya gaji pegawai, biaya administrasi, biaya pemeliharaan, dan biaya-biaya lainnya.

³⁰Ibid., 183.

3) Cadangan risiko kredit macet

Merupakan cadangan terhadap macetnya kredit yang akan diberikan, hal ini disebabkan setiap kredit yang diberikan pasti mengandung suatu risiko tidak terbayar. Risiko ini dapat timbul baik disengaja maupun tidak disengaja. Oleh karena itu, pihak bank perlu mencadangkannya sebagai sikap bersiaga mengahdapinya dengan cara membebankan sejumlah presentase tertentu terhadap kredit yang disalurkan.³¹

4) Laba yang diinginkan

Setiap kali melakukan transaksi bank selalu ingin memperoleh laba yang maksimal. Penentuan ini ditentukan oleh beberapa pertimbangan penting, mengingat penentuan besarnya laba sangat memengaruhi besarnya bunga kredit. Dalam hal ini, biasanya bank di samping melihat kondisi pesaing juga melihat kondisi nasabah apakah nasabah utama atau bukan dan juga melihat sektor-sektor yang dibiayai, misalnya jika proyek pemerintah atau untuk pengusaha/rakyat kecil, maka labanya pun berbeda dengan yang komersil.³²

5) Pajak

Pajak merupakan kewajiban yang dibebankan pemerintah kepada bank yang memberikan fasilitas kredit kepada nasabahnya.

³¹Ketut Sukawati Lanang Putri Perbawa, "Penyelesaian Kredit Macet dalam Perbankan", (Jurnal Fakultas Hukum, 2013).

³²Ketut Sukawati Lanang Putri Perbawa, "Penyelesaian Kredit Macet dalam Perbankan", (Jurnal Fakultas Hukum, 2013).

d. Jenis-jenis pembebanan harga

Pembebanan besarnya suku bunga kredit dibebankan kepada jenis kreditnya. Pembebanan disini maksudnya metode perhitungan yang akan digunakan sehingga memengaruhi jumlah bunga yang akan dibayar. Jumlah bunga yang dibayar akan memengaruhi jumlah angsuran perbulannya. Dimana jumlah angsuran terdiri dari utang/pokok pinjaman dan bunga.

Metode pembebanan bunga yang dimaksud adalah sebagai berikut.

1) *Sliding rate*

Pembebanan bunga setiap bulan dihitung dari sisa pinjamannya sehingga jumlah bunga yang dibayar nasabah setiap bulan menurun seiring dengan turunnya pokok pinjaman. Akan tetapi, pembayaran pokok pinjaman setiap bulan sama. Cicilan nasabah (pokok pinjaman ditambah bunga) otomatis dari bulan ke bulan semakin menurun. Jenis *sliding rate* ini biasanya diberikan kepada sektor produktif, dengan maksud si nasabah merasa tidak terbebani terhadap pinjamannya.³³

2) *Flate rate*

Pembebanan bunga setiap bulan tetap dari jumlah pinjamannya demikian pula pokok pinjaman setiap bulan juga dibayar sama sehingga cicilan setiap bulan sama sampai kredit

³³Ismail, *Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2010), 140.

tersebut lunas. Jenis *flate rate* ini diberikan kepada kredit yang bersifat konsumtif seperti pembelian rumah tinggal, pembelian mobil pribadi atau kredit konsumtif lainnya.³⁴

3) *Floating rate*

Jenis ini membebankan bunga dikaitkan dengan bunga yang ada di pasar uang sehingga bunga yang dibayar setiap bulan sangat tergantung dari bunga pasar uang pada bulan tersebut. Jumlah bunga yang dibayarkan dapat lebih tinggi atau lebih rendah dari bulan yang bersangkutan. Pada akhirnya hal ini juga berpengaruh terhadap cicilan setiap bulannya.³⁵

e. Konsep Harga Dalam Islam

Harga dalam fiqih Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *as-saman* dan *as-si'ir*. *As-saman* adalah patokan harga suatu barang, sedangkan *as-si'r* menjadi dua macam. *Pertama*, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Secara umum, harga sesuatu yang adil adalah harga yang dibayar untuk objek yang sama yang diberikan pada waktu dan tempat diserahkan.³⁶

Pemerintah, dalam harga yang berlaku secara alami, tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini

³⁴Ibid., 145.

³⁵Ibid., 147.

³⁶Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), 331.

dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang ataupun produsen. *Kedua*, harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riil dan daya beli masyarakat. Penetapan harga pemerintah ini disebut dengan *as-tas'ir al-jabbari*.³⁷

Dasar hukum semua ibadah pada dasarnya akan menjadi haram jika tidak ada dalil yang memerintahkannya, begitupun juga termasuk dalam bermuamalah atau bertransaksi hukumnya halal kecuali ada dalil yang melarangnya, seperti halnya dalil yang berkaitan dengan muamalah berikut sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An-Nisa ayat 29 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْۙ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْۗ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْۙ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa : 29)

Ulama fiqih sepakat menyatakan bahwa ketentuan penetapan harga ini tidak dijumpai dalam Al-Quran. Adapun dalam hadist Rasulullah SAW, dijumpai beberapa riwayat yang menurut logikanya

³⁷Syamsul Hilal, “Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam”, (Jurnal Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2014).

dapat diinduksikan bahwa penetapan harga itu dibolehkan dalam kondisi tertentu. Faktor dominan yang menjadi landasan hukum *atas'ir al-jabbari*, menurut kesepakatan para ulama fiqih adalah *al-maslahah al-mursalah*(kemaslahatan).³⁸

Ulama fiqih menyatakan bahwa kenaikan harga yang terjadi di zaman Rasulullah SAW tersebut bukanlah karena tindakan sewenang-wenang dari para pedagang, tetapi karena memang komoditas yang ada terbatas, sesuai dengan hukum ekonomi apabila stok terbatas, maka wajar barang tersebut naik. Oleh sebab itu, dalam keadaan demikian Rasulullah SAW tidak mau campur tangan membatasi harga komoditas tersebut.

f. Bunga dalam Islam

Bunga merupakan tanggungan pada pinjaman uang, yang biasanya dinyatakan dengan persentase dari uang yang dipinjamkan. Kemudian ada dua pendapat; *pertama*, menurut ijma ulama dikalangan mazhab fiqh bahwa bunga dengan segala bentuknya termasuk kategori riba. *Kedua*, pendapat yang menyatakan bahwa bunga tidak termasuk kategori riba.

Ada beberapa hal yang menjadi masalah kontroversial seputar bunga yang terjadi di kalangan para tokoh islam antara argumen terhadap pembenaran konsep bunga dikemas dalam bentuk bersifat

³⁸Syamsul Hilal, "Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam", (Jurnal Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2014).

ilmiah dan argumen sebagai bantahan an kritikan terhadap teori-teori yang dikemukakan kalangan yang membenarkan adanya bunga.³⁹

Untuk itu, dikarenakan masalah bunga bank merupakan problematika hukum Islam kontemporer, maka sangat wajar sekali jika persoalan bunga bank adalah bidang kajian yang hanya dapat ditemukan argumentasinya berdasarkan wacana perkembangan pemikiran yang dikembangkan oleh kaum modernis, sehingga untuk menetapkan status bunga bank identik dengan riba maka pandangan fiqh kontemporer merupakan keharusan yang mesti dilakukan. Jika merujuk kepada kitab-kitab fiqh klasik yang mendasarkan pemikirannya bahwa segala sesuatu yang bertambah dalam pembayaran jumlah hutang adalah riba, maka bunga bank sudah jelas termasuk kepada perbuatan riba. Untuk itu, dalam pinjam meminjam maka tindakan itu masuk dalam kategori riba karena illatnya adalah bahwa si peminjam hanya diwajibkan mengembalikan pokok pinjaman saja.

Jika ada penambahan terhadap pokok modal pinjaman maka penambahan itu masuk dalam kategori riba. Abd al-Rahman al-Jaza'ri menyatakan bahwa para ulama sependapat bahwa tambahan atas sejumlah pinjaman ketika pinjaman itu dibayar dalam tenggang waktu tertentu tanpa *'iwad* (imbalan) adalah riba. Atas dasar kesamaan sifat yang dimiliki antara riba dan bunga bank ini, maka hukum bunga bank itu adalah riba dan termasuk yang diharamkan.

³⁹Ummi Kalsum, "Riba Dan Bunga Bank Dalam Islam ", (Jurnal Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, STAIN, Kendari, 2014).

Tampaknya pemahaman seperti itu sama dengan metode pemahaman ulama tafsir seperti al-Jassas, Ibn Kasir, al-Qurtubi, dan lainnya. Pandangan mufassir yang lebih mendekati dengan persoalan bunga bank dikemukakan oleh Tabataba'i yang berpendapat bahwa bunga yang ditarik oleh bank dari nasabah sama dengan riba lain dalam dunia dagang.

Kedua-duanya sama-sama memberikan beban yang semakin berat kepada masyarakat ekonomi lemah dalam kewajiban mereka membayar angsuran. Tidak terlihat unsur menolong dari pihak bank dalam meningkatkan kehidupan mereka. Dengan demikian, al-Tabataba'i melihat bank sebagai lembaga penumpukan harta, bukan sebagai lembaga keuangan yang melancarkan sirkulasi perdagangan. Perbedaan konotasi yang dimaksudkan al-Tabataba'i bahwa fungsi bank bukan hanya sebagai lembaga keuangan apalagi sebagai penumpuk harta bukan sebagai lembaga keuangan yang melancarkan sirkulasi perdagangan. Di kalangan pemikir Islam modern lainnya muncul pula berbagai tanggapan pemikiran yang tampak memiliki perbedaan dengan para fukaha klasik.⁴⁰

Modernis semisal Fazlur Rahman (1964), Muhammad Assad (1984), Sa'id al-Najjar (1989, dan Abd al-Mun'im al-Namir (1989) cenderung menekankan pada aspek moral pengharaman riba, dan memomorduakan bentuk legal riba seperti yang ditafsirkan dalam

⁴⁰ Uswah Hasanah, "Riba Dan Bunga Bank Dalam Perspektif Fikih", (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, 2014).

hukum Islam (fiqih). Mereka berargumen bahwa *raison d'être* pengharaman riba adalah kezaliman, seperti yang dirumuskan dalam pernyataan Alquran yaitu “*la tazhlimuna wa la tuzhlamun*”. Dalam pandangan Muhammad Assad misalnya yang menganggap bahwa bunga bank itu bukan termasuk riba karena tidak adanya unsur penzaliman itu. Secara tegas ia menyatakan bahwa pada garis besarnya, kekejian riba (dalam arti dimana istilah ini digunakan dalam Alquran dan dalam banyak ucapan Nabi) terkait dengan keuntungan-keuntungan yang diperoleh melalui pinjaman-pinjaman berbunga yang mengandung eksploitasi atas orang-orang kuat dan kaya.

Dengan dasar definisi tersebut kita menyadari bahwa persoalan mengenai jenis transaksi keuangan mana yang jatuh ke dalam kategori riba, pada akhirnya adalah masuk dalam kategori persoalan moral, yang sangat terkait dengan motivasi sosial-ekonomi yang mendasari hubungan timbal balik antara si peminjam dan sipemberi pinjaman (Muhammad Assad, 1984).⁴¹

Adanya hubungan ribawi didasari oleh kepentingan sosial-ekonomi yang melandasi kepentingan masyarakat apalagi sama-sama menguntungkan, maka hubungan timbal balik ini tidak mengapa bila dilakukan, bahkan dirasakan sangat baik untuk lebih ditingkatkan. Sedangkan Fazlur Rahman dengan mengomentari sikap kebanyakan muslim dalam menghadapi bunga tidak menampik adanya

⁴¹Uswah Hasanah, “Riba Dan Bunga Bank Dalam Perspektif Fikih”, (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, 2014).

kecenderungan sebagian umat Islam yang atas dasar niat baiknya dan kesadaran moral yang tinggi secara tulus mempercayai bahwa Alquran telah melarang semua bunga bank selamanya. Namun di balik itu sangat menyedihkan sekali bahwa umat Islam itu tidak menyadari apa itu riba sebenarnya secara historis, mengapa Alqura mencelanya sebagai bentuk eksploitasi yang mencolok dan kejam lalu melarangnya, dan apa pula fungsi bunga bank saat ini (Welch and Cachia, 1979).

Dalam pandangan kedua cendekiawan muslim ini bahwa faktor utama dari pengharaman riba adalah adanya eksploitasi atas orang yang melarat, bukan pada konsep bunga itu sendiri. Dengan demikian, yang diharamkan adalah tipe peminjaman yang berusaha mengambil keuntungan dari penderitaan orang lain. Untuk itu, senada dengan pandangan Muhammad Abduh (w. 1905) yang juga didukung oleh pandangan Ibn Qayyim, Abd al-Razzaq Sanhuri seorang otoritas fiqh dari Mesir bahwa apa yang diharamkan adalah bentuk riba yang dipraktekkan pada zaman pra Islam dan bunga yang diharamkan hanyalah bunga yang berlipat gandalah yang pertama-tama diharamkan dalam Alquran dan bunga yang ringan tidak diharamkan.⁴²

Sementara itu, Ahli Fiqih dari Mesir yang lain bernama Ibrahim Zaki al-Badawi menambahkan bahwa pengharaman yang ketat terhadap riba seharusnya hanya diterapkan pada bentuk riba pra Islam yaitu adanya penambahan dalam pokok pinjaman pada saat jatuh tempo

⁴²Uswah Hasanah, "Riba Dan Bunga Bank Dalam Perspektif Fikih", (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, 2014).

untuk menerima pinjaman yang baru (Abdullah Saeed, 2004). Dengan demikian, pandangan al-Badawi ini lebih kontras lagi bahwa alasan pengharaman itu lebih ditekankan pada adanya niatan dari sipeminjam itu untuk mendapatkan keuntungan yang lebih dari pinjaman yang sudah dilakukan sebelumnya.

Di Indonesia, kajian masalah bunga bank dapat ditelusuri melalui pandangan dua organisasi Islam terbesar di negeri ini yaitu, Muhammadiyah melalui keputusan Lajnah Tarjih Muhammadiyah pada Tahun 1976 di Sidoarjo dan Nahdhatul Ulama (NU) melalui putusan Lajnah Bahsul 20 Masa'ilnya pada Tahun 1927 di Surabaya dan pandangan Bahsul Masa'il tentang masalah bank dengan judul Masalah bank Islam yang diputuskan di Bandar Lampung pada Tahun 1982.⁴³

Dalam keputusan Lajnah Tarjih Muhammadiyah tersebut dinyatakan bahwa :

1. Riba hukumnya haram dengan nash sharih Qur'an dan Sunnah
2. Bank dengan sistem riba hukumnya haram dan bank tanpa riba hukumnya halal.
3. Bunga yang diberikan oleh bank-bank milik negara kepada para nasabahnya atau sebaliknya yang selama ini berlaku, termasuk perkara musytabihat.
4. Menyarankan kepada PP Muhammadiyah untuk mengusahakan terwujudnya konsepsi sistem perekonomian khususnya lembaga

⁴³Uswah Hasanah, "Riba Dan Bunga Bank Dalam Perspektif Fikih", (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, 2014).

perbankan yang sesuai dengan qaidah Islam (Tim PP Muhammadiyah Majelis Tarjih).

Upaya ini merupakan suatu hal yang dirasakan banyak manfaatnya bagi manusia apalagi untuk melepaskan mereka dari jeratan ribawi. Selain itu, tampaknya keputusan ini mengisyaratkan bahwa pada dasarnya Muhammadiyah tidak sepakat dengan perbankan yang menggunakan sistem bunga. Akan tetapi, keputusan ini tidak menyebutkan jenis dan kriteria perbankan yang menganut sistem riba tersebut. Sementara itu, jenis-jenis perbankan yang dikelola oleh negara maupun swasta di Indonesia semuanya menetapkan bunga kepada nasabahnya, tetapi hukumnya tidak dikategorikan haram mutlak tetapi masuk dalam kategori syubhat yang dalam klasifikasi hukum Islam pada dasarnya hampir saja mendekati haram.⁴⁴

Alasan penetapan hukum mutasyabihat kepada bunga yang diberikan oleh bank yang dikelola negara ini adalah dikarenakan bunga yang dipungut dalam sistem perkreditannya "sangat rendah sehingga sama sekali tak ada pihak yang dikecewakan". Sedangkan terhadap peminjam pada koperasi simpan pinjam, maka Muktamar Tarjih Malang tahun 1989 memutuskan bahwa koperasi simpan pinjam hukumnya adalah Mubah karena tambahan pembayaran pada koperasi simpan pinjam bukan termasuk riba. Selanjutnya, dengan merujuk kepada keputusan Muktamar Tarjih Malang tersebut, Tim PP

⁴⁴Uswah Hasanah, "Riba Dan Bunga Bank Dalam Perspektif Fikih", (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, 2014).

Muhammadiyah Majelis Tarjih menambahkan bahwa tambahan pembayaran atau jasa yang diberikan oleh peminjam bukan termasuk riba. Namun dalam pelaksanaannya perlu diingat beberapa hal berikut ini :

1. Tambahan pembayaran (jasa) tidak melebihi laju inflasi. Di Indonesia, pada beberapa tahun terakhir ini tidak melebihi 10 %.
2. Hendaknya koperasi simpan pinjam itu ditekankan pada ta'awun, seperti diajarkan dalam agama Islam.
3. Hendaknya simpan pinjam dikhususkan pada anggota. Untuk itu, peminjaman kepada selain anggota adalah sangat riskan sekali bahkan sangat beresiko.
4. Pinjaman anggota untuk keperluan yang disebabkan karena terkena musibah agar dibebaskan dari uang tambahan (jasa).
5. Pengumpulan modal dari anggota atau pihak lain agar diusahakan tanpa mengharapkan keuntungan.⁴⁵

Sementara itu NU melalui keputusan Lajnah Bahsul Masa'ilnya menetapkan hukum mengenai bank dan hukum bunganya sama seperti hukum gadai. Dalam hal ini, para ulama mempunyai tiga pendapat, yaitu :

1. Haram : sebab termasuk hutang yang dipungut manfaatnya (rente).

Letak pengharamannya didasarkan pada adanya unsur penzaliman

⁴⁵Uswah Hasanah, "Riba Dan Bunga Bank Dalam Perspektif Fikih", (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, 2014).

terhadap orang lain, adanya penzaliman ini sesuatu yang tidak diperkenankan Islam.

2. Halal : Sebab tidak ada syarat pada waktu akad, sebab menurut ahli hukum yang terkenal bahwa adat yang berlaku itu tidak termasuk menjadi syarat. Apalagi, meskipun tidak termasuk syarat pada waktu akad akan tetapi
3. Syubhat: (tidak tentu halal atau haramnya) sebab para ahli hukum berselisih pendapat. Belum jelasnya hukum yang dikandungnya menjadi pertimbangan dalam menetapkan hukumnya, kecenderungan ini dipengaruhi oleh kuatnya dorongan pengaruh dampak dan akibat yang ditetapkan dari adanya bunga bank ini. Dampaknya memang tidak menyusahkan orang lain, tetapi perbuatan ini juga didasari berakibat susahny orang lain karena kewajiban pembayarannya sesuatu yang harus ditanggung oleh si peminjam, suka atau tidak suka kewajiban ini merupakan beban yang harus dipertanggungjawabkannya.⁴⁶

Sementara itu, Mukthamar lebih cenderung memutuskan bahwa yang lebih berhati-hati ialah pendapat pertama (haram). Berdasarkan pendapat kedua organisasi Islam ini, tampak adanya perbedaan pandangan dalam menetapkan hukum bunga bank. Muhammadiyah lebih memilih sikap yang tidak begitu tegas dengan menetapkan hukumnya sebagai *musytabihat*, sementara NU sudah berani secara

⁴⁶Uswah Hasanah, "Riba Dan Bunga Bank Dalam Perspektif Fikih", (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, 2014).

tegas memilih hukumnya haram. Tentunya, kedua pandangan ini memiliki argumentasi masing-masing yang perlu diuji kesahihannya. Yang jelas, kedua argumen ini memiliki dalil yang kuat, bukan hanya dalil yang tidak didukung oleh pijakan dan dasar hukum yang tidak ada dalilnya sehingga bisa dipertahankan apalagi bagi umat Islam. Ketentuan hukum ini merupakan dasar yang kuat sehingga umat Islam menjadi pegangan terutama untuk meletakkan mana yang boleh dilakukan mana pula yang tidak. Setidaknya, rambu hukum yang diletakkan antara riba dan bunga bank dapat ditegakkan sehingga umat Islam tidak sembarangan dalam menetapkan hukumnya.⁴⁷

Pada persoalan tingkat bunga, pada tingkat yang wajar maka bunga dibolehkan. Namun tingkat bunga wajar sangat subjektif tergantung pada waktu, tempat, jangka waktu, jenis usaha dan skala usaha. Aspek ini juga tergantung pada ayat pelarangan riba tahap ketiga yang terdapat pada QS. Ali Imran [3] : 130

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda.” (QS. Ali Imran [3] : 130)

Ayat tersebut merupakan ayat pertama yang menyatakan secara tegas terhadap pengharaman riba bagi orang Islam. Larangan ini merujuk kepada apa yang dipraktikkan oleh orang-orang Arab pada masa itu, dengan cara menambah bayaran jika hutang tidak bisa

⁴⁷ Uswah Hasanah, “Riba Dan Bunga Bank Dalam Perspektif Fikih”, (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, 2014).

dibayar ketika jatuh tempo. Perkataan berlipat ganda dalam ayat ini merupakan ciri hutang zaman jahiliyah yang senantiasa bertambah sehingga berlipat ganda menjadi halal. Quraish Shihab juga menafsirkan bahwa *ad-afan muda'afatan* pada ayat ini bukan merupakan syarat. Jadi walaupun tidak berlipat ganda berarti bunga tetap tidak halal.⁴⁸

Penafsiran ini diperkuat dengan ayat-ayat tentang riba selanjutnya Q.S. al-Baqarah [2]: 275-276 dan 278-279 (ayat terakhir turun tentang pengharaman riba),

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾ يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ
كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ﴿٢٧٦﴾ يَتَأَيَّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ
الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٧﴾ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ
وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا
تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٨﴾

⁴⁸Ummi Kalsum, "Riba Dan Bunga Bank Dalam Islam", (Jurnal Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, STAIN, Kendari, 2014).

Artinya : “orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. Allah memusnahkan Riba dan menyuburkan sedekah. dan Allah tidak menyukai Setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa. Sesungguhnya orang-orang yang beriman, mengerjakan amal saleh, mendirikan shalat dan menunaikan zakat, mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya. tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati. Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.” (Q.S. al-Baqarah [2]: 275 - 279)

Ayat tersebut telah secara tegas menyatakan setiap tambahan melebihi pokok pinjaman termasuk riba. Hal ini berlaku bagi setiap bunga baik bersuku rendah, berlipat ganda, tetap maupun berubah-ubah bahkan sisa-sisa riba sekalipun dilarang. Ayat tersebut secara total mengharamkan riba dalam bentuk apapun.⁴⁹

2. Pengambilan Keputusan Nasabah

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-

⁴⁹Ummi Kalsum, “Riba Dan Bunga Bank Dalam Islam ”, (Jurnal Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, STAIN, Kendari, 2014).

kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.⁵⁰

Dari pengertian tersebut disimpulkan bahwa proses pengambilan keputusan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang nasabah atau pimpinan dalam menentukan pilihan dengan cara mencari alternatif yang baik dalam menggunakan barang maupun jasa bank.

Perilaku nasabah akan menentukan pengambilan keputusan nasabah. Tidak semua situasi pengambilan keputusan nasabah berada dalam tingkatan yang sama. Ada keputusan pengambilan produk atau jasa bank yang memerlukan usaha yang lebih luas, dan arti memerlukan proses yang lebih panjang dan melelahkan, namun keputusan pembelian tetap dilakukan dengan mudah, tanpa pemikiran yang panjang, kondisi ini terjadi karena konsumen sudah menganggap bahwa proses yang biasa atau berulang – ulang.⁵¹

a. Tingkat Pengambilan Keputusan Nasabah

Tidak semua situasi pengambilan keputusan nasabah menerima (atau membutuhkan) tingkat pencarian informasi yang sama. Jika semua keputusan pengambilan produk atau jasa bank membutuhkan usaha yang besar, maka pengambilan keputusan nasabah akan merupakan proses melelahkan yang menyita waktu. Sebaliknya, jika semua pengambilan produk atau jasanya sudah

⁵⁰Leon Schiffman, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Indeks, 2008), 16.

⁵¹Ibid, 18.

merupakan hal rutin, maka akan cenderung membosankan dan hanya sedikit memberikan kesenangan atau sesuatu yang baru. Dalam rangkaian usaha yang berkisar yang tinggi sampai paling rendah, kita dapat membedakan tiga tingkat pengambilan keputusan nasabah spesifik: pemecahan masalah yang mendalam, pemecahan masalah yang terbatas, dan perilaku respon yang rutin.⁵²

1) Pemecahan masalah yang luas

Jika nasabah tidak mempunyai kriteria yang mapan untuk menilai kategori produk atau merk tertentu dalam kategori tersebut atau tidak membatasi jumlah merk yang akan mereka pertimbangkan menjadi rangkaian kecil yang dapat dikuasai, usaha pengambilan keputusan mereka dapat diklasifikasikan sebagai pemecah masalah yang luas. Pada tingkat ini, konsumen membutuhkan berbagai informasi untuk menetapkan serangkaian kriteria guna menilai merk-merk tertentu dan banyak informasi yang sesuai mengenai setiap merk yang akan dipertimbangkan.⁵³

2) Pemecahan masalah yang terbatas

Pada tingkat pemecahan masalah ini, konsumen telah menetapkan kriteria dasar untuk menilai kategori produk dan berbagai merk dalam kategori tersebut. Tetapi, mereka belum

⁵²Leon Schiffman, *Perilaku Konsumen*, 19.

⁵³*Ibid.*, 20.

sepenuhnya menetapkan pilihan terhadap kelompok merk tertentu. Pencarian informasi tambahan yang mereka lakukan lebih merupakan, “penyesuaian sedikit-sedikit,” mereka harus mengumpulkan informasi merk tambahan untuk melihat perbedaan di antara berbagai merk.⁵⁴

3) Perilaku sebagai respon yang rutin

Pada tingkat ini, konsumen sudah mempunyai beberapa pengalaman mengenai kategori produk dan serangkaian kriteria yang ditetapkan dengan baik untuk menilai berbagai merk yang sedang mereka pertimbangkan. Dalam beberapa situasi, mereka mungkin mencari informasi tambahan; dalam situasi lain mereka hanya meninjau kembali apa yang sudah mereka ketahui.⁵⁵

Seberapa mendalam tugas pemecah masalah nasabah bergantung pada seberapa baik kriteria pemilihan yang telah ditetapkan, seberapa banyak informasi yang telah dipunyai mengenai setiap merk yang sedang dipertimbangkan. Dan seberapa terbatas rangkaian merk yang akan dipilih. Jelas bahwa untuk pemecahan masalah yang luas, konsumen harus mencari informasi yang lebih banyak untuk melakukan pilihan,

⁵⁴Annisa Almkarramah, “Pengaruh Suku Bunga Terhadap Pengambilan Keputusan Kredit Briguna Pada PT. Bank Rakyat Indonesia”, (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945, 2015).

⁵⁵Annisa Almkarramah, “Pengaruh Suku Bunga Terhadap Pengambilan Keputusan Kredit Briguna Pada PT. Bank Rakyat Indonesia”, (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945, 2015).

sedangkan untuk perilaku respon yang rutin hanya sedikit informasi tambahan yang dibutuhkan.

Semua keputusan dalam hidup kita bisa tidak rumit sehingga tidak memerlukan penelitian dan pertimbangan yang luas-masalahnya mungkin kita tidak mampu melakukan usaha hingga tingkat yang diperlukan. Beberapa keputusan merupakan “keputusan yang mudah.”

b. Model keputusan : empat pandangan mengenai pengambilan keputusan konsumen

Istilah model nasabah mengacu ke”pandangan” atau prespektif yang umum mengenai bagaimana (dan mengapa) para individu berperilaku seperti yang mereka lakukan. Tegasnya, kita akan mempelajari berbagai model nasabah menurut empat pandangan berikut ini: pandangan ekonomi, pandangan pasif, pandangan kognitif, dan pandangan emosional.⁵⁶

1) Pandangan ekonomi

Dalam bidang ekonomi teoritis, yang menggambarkan dunia persaingan sempurna, konsumen sering diberi ciri sebagai pengambil keputusan yang rasional. Model ini, yang disebut teori manusia ekonomi, telah dikritik oleh para peneliti konsumen karena beberapa alasan. Untuk berperilaku rasional dalam arti ekonomi, seorang konsumen harus: (1) mengetahui

⁵⁶Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), 150.

semua alternatif produk yang tersedia, (2) mampu memberikan peringkat setiap alternatif secara tepat dari sudut keuntungan dan kerugiannya, dan (3) mampu mengenali satu alternatif yang terbaik. Tetapi, kenyataannya para konsumen jarang mempunyai semua informasi atau informasi yang cukup akurat ataupun tingkat keterlibatan atau motivasi yang memadai untuk membuat apa yang dinamakan keputusan yang “sempurna”.⁵⁷

Sudah dibuktikan bahwa model ekonomi klasik mengenai nasabah yang betul-betul rasional tidaklah realistis karena alasan-alasan berikut ini: (a) manusia dibatasi oleh keterampilan, kebiasaan, dan refleks mereka yang ada; (b) manusia dibatasi oleh nilai-nilai dan tujuan mereka yang ada, dan (c) manusia dibatasi oleh luasnya pengetahuan mereka. Konsumen bergerak di dunia yang tidak sempurna di mana mereka tidak mengembangkan keputusan mereka secara maksimum dari sudut berbagai pertimbangan ekonomi seperti hubungan harga-kuantitas, kegunaan marjinal, atau berbagai kurva indeferem. Tentu saja, konsumen biasanya tidak mau terlibat dalam kegiatan pengambilan keputusan yang mendalam, dan malahan untuk keputusan yang “memuaskan”, yaitu keputusan yang “cukup baik”. Oleh sebab itu, model ekonomi sering ditolak karena terlalu idealistis dan simplistis.

⁵⁷Nina Maharani, “Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone di Bandung”, (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Bandung, 2015).

Sebagai contoh, penelitian yang diadakan baru-baru ini telah menemukan motivasi utama konsumen untuk melakukan tawar-menawar harga, yang dulu dianggap bertujuan untuk memperoleh harga yang lebih baik (yaitu, harga yang lebih rendah dalam membeli), malahan mungkin berkaitan dengan kebutuhan kepada prestasi, afiliasi, dan dominasi.⁵⁸

2) Pandangan pasif

Yang sangat berlawanan dengan pandangan ekonomi yang rasional mengenai nasabah adalah pandangan pasif yang menggambarkan nasabah sebagai orang yang pada dasarnya tunduk pada kepentingan yang melayani diri dan usaha promosi para pemasar. Dalam pandangan pasif, para nasabah dianggap sebagai pembeli yang menurutkan kata hati dan irasional, siap menyerah kepada tujuan dan kekuasaan pemasar. Setidaknya sampai tingkat tertentu, model pasif nasabah didukung oleh tenaga karyawan bank yang handal. Yang unggul dan suka bekerja keras, yang terlatih memandang nasabah sebagai obyek yang akan dimanipulasi.⁵⁹

Keterbatasan utama model pasif ini adalah gagal mengenali bahwa nasabah memainkan peran yang sama, bahkan dominan, dalam berbagai situasi pengambilan produk kadang-kadang dengan mencari informasi berbagai alternatif

⁵⁸Nina Maharani, "Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone di Bandung", (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Bandung, 2015).

⁵⁹Leon Schiffman, *Perilaku Konsumen*, 488.

produk dan memilih produk yang tampaknya menawarkan kepuasan terbesar dan pada waktu yang lain dengan menurutkan kata hati memilih produk yang memuaskan suasana hati atau emosi pada waktu itu.⁶⁰

3) Pandangan kognitif

Dalam konteks kognitif, nasabah dipandang sebagai pengolah informasi. Pengolahan informasi menghasilkan informasi pilihan dan akhirnya, minat membeli. Pandangan kognitif juga mengakui bahwa nasabah tidak mungkin berusaha memperoleh semua informasi yang tersedia mengenai informasi beberapa alternatif untuk mengambil keputusan yang “memuaskan”. Sebagaimana dikemukakan oleh pandangan mengenai pengolahan informasi ini, para nasabah sering mengembangkan kaidah jalan pintas untuk mempermudah proses pengambilan keputusan. Mereka juga menggunakan berbagai kaidah keputusan untuk mengatasi keterbukaan terhadap informasi yang terlalu banyak.⁶¹

4) Pandangan emosional

Setiap kita mungkin menghubungkan perasaan yang mendalam atau emosi, seperti kegembiraan, kekhawatiran, rasa sayang, harapan, seksualitas, fantasi, dan bahkan sedikit

⁶⁰Nina Maharani, “Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone di Bandung”, (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Bandung, 2015).

⁶¹Nina Maharani, “Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Produk Iphone di Bandung”, (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Bandung, 2015).

“keajaiban” dengan berbagai pembelian atau kepemilikan tertentu. Semua perasaan atau emosi ini mungkin sangat mendalam. Sebagai contoh, seseorang yang salah menaruh pulpen kesayangannya mungkin mencarinya ke mana-mana, walapun ia mempunyai enam pulpen lain ditangannya.⁶²

Ketika seorang nasabah mengambil apa yang pada dasarnya merupakan keputusan pengambilan jasa atau produk bank dengan emosional, hanya sedikit perhatian diberikan untuk mencari informasi sebelum pembelian. Sebaliknya, lebih banyak diperhatikan kepada suara hati dan perasaan yang timbul ketika itu. Ini tidak berarti bahwa keputusan yang emosional tidak rasional.⁶³

Suasana hati nasabah juga penting untuk mengambil keputusan. Suasana hati dapat didefinisikan sebagai “keadaan perasaan” atau keadaan jiwa. Tidak seperti emosi, yang merupakan keadaan yang sudah ada sebelumnya dan tidak terfokus sudah ada pada saat nasabah “melihat” sebuah iklan, lingkungan ritel, merk atau produk.

Suasana hati kelihatan penting bagi pengambilan keputusan konsumen, karena mempengaruhi kapan nasabah mengambil produk atau jasa bank, dimana mereka memilih

⁶²Asmai Ishak, “Pengambilan Keputusan dalam Keluarga Sebuah Konsep dan Implementasinya”, (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, 2003).

⁶³Asmai Ishak, “Pengambilan Keputusan dalam Keluarga Sebuah Konsep dan Implementasinya”, (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, 2003).

produk atau jasa bank, dan apakah mengambil produk atau jasa bank sendirian atau dengan orang lain. Suasana hati juga mungkin mempengaruhi bagaimana konsumen berespon terhadap lingkungan berbelanja yang sesungguhnya (misalnya, ditempat bank yang dipilih). Beberapa karyawan bank berusaha menciptakan suasana hati bagi para nasabah, walaupun mereka memasuki bank dengan suasana hati yang sudah ada.

Pada umumnya, para individu yang berada dalam suasana hati yang positif dapat mengingat lebih banyak informasi mengenai produk dibandingkan mereka yang berada dalam suasana hati yang negatif. Tetapi hasil yang dikemukakan suatu penelitian, menimbulkan suasana hati yang positif pada saat pengambilan keputusan mengambil layanan jasa atau produk bank (seperti melalui iringan musik, penataan produk) mungkin tidak akan memberikan dampak yang berarti terhadap pilihan merk kecuali jika sudah ada penilaian terhadap merk yang tersimpan sebelumnya.⁶⁴

c. Model pengambilan keputusan konsumen

1) Masukan

Komponen masukan dalam pengambilan keputusan nasabah mempunyai berbagai pengaruh luar yang berlaku sebagai sumber informasi mengenai produk tertentu dan

⁶⁴Leon Schiffman, *Perilaku Konsumen*, 491.

mempengaruhi nilai-nilai, sikap, dan perilaku konsumen yang berkaitan dengan produk. Yang utama diantara berbagai faktor masukan ini adalah berbagai kegiatan bauran pemasaran bank yang berusaha menyampaikan manfaat produk dan jasa mereka kepada para nasabah potensial dan pengaruh sosialbudaya diluar pemasaran, yang jika dihayati dengan mendalam, akan mempengaruhi keputusan mengambil produk atau jasa bank.⁶⁵

a) Masukan pemasaran

Kegiatan pemasaran bank merupakan usaha langsung untuk mencapai, memberikan informasi, dan membujuk nasabah untuk memilih dan menggunakan produknya. Masukan kepada proses pengambilan keputusan nasabah ini mengambil bentuk berbagai strategi bauran pemasaran khusus yang terdiri dari produk itu sendiri (termasuk kemasan, ukuran dan jaminannya); iklan di media massa, pemasaran langsung, dan berbagai usaha promosi lainnya; kebijakan harga; dan pemilihansaluran distribusi untuk nasabah.⁶⁶

Akhirnya, dampak berbagai usaha pemasaran suatu bank sebagian besar ditentukan oleh presepsi nasabah terhadap semua usaha ini. Jadi para pemasar harus senantiasa mewaspadaai persepsi nasabah dengan

⁶⁵Ni Ketut Munika, "Sistem Pendukung Pengambilan Keputusan Pemberian Kredit Di Koperasi Adil", (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2008).

⁶⁶James F. Engel dkk, *Pemasara Perilaku Konsumen* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), 43.

mensponsori riset nasabah, daripada bergantung kepada dampak pesan-pesan pemasaran mereka yang diharapkan.

b) Masukan sosialbudaya

Tipe masukan yang kedua, lingkungan sosialbudaya, juga mempunyai pengaruh besar terhadap nasabah. Masukan sosial budaya terdiri dari berbagai macam pengaruh nonkomersial. Pengaruh kelas sosial, budaya dan subbudaya, walaupun kurang nyata, merupakan faktor-faktor masukan penting yang dihayati dan diserap dan mempengaruhi bagaimana para konsumen menilai dan akhirnya mengadopsi (atau menolak) produk. Aturan tingkah laku yang tidak tertulis yang disampaikan budaya dengan halus menyatakan perilaku nasabah mana yang harus dianggap “benar” atau “salah” pada suatu waktu tertentu.⁶⁷

Dampak kumulatif usaha pemasaran setiap perusahaan : pengaruh keluarga, teman-teman dan para tetangga; dan aturan perilaku masyarakat yang ada semuanya merupakan masukan yang mungkin mempengaruhi produk atau jasa bank apa yang dipilih oleh para nasabah dan bagaimana mereka menggunakan apa yang mereka pilih. Karena semua pengaruh ini mungkin

⁶⁷Ni Ketut Munika, “Sistem Pendukung Pengambilan Keputusan Pemberian Kredit Di Koperasi Adil”, (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2008).

ditujukan kepada individu atau secara aktif dicari oleh individu, panah berkepala dua digunakan untuk menghubungkan segmen masukan dan proses dalam model tersebut.⁶⁸

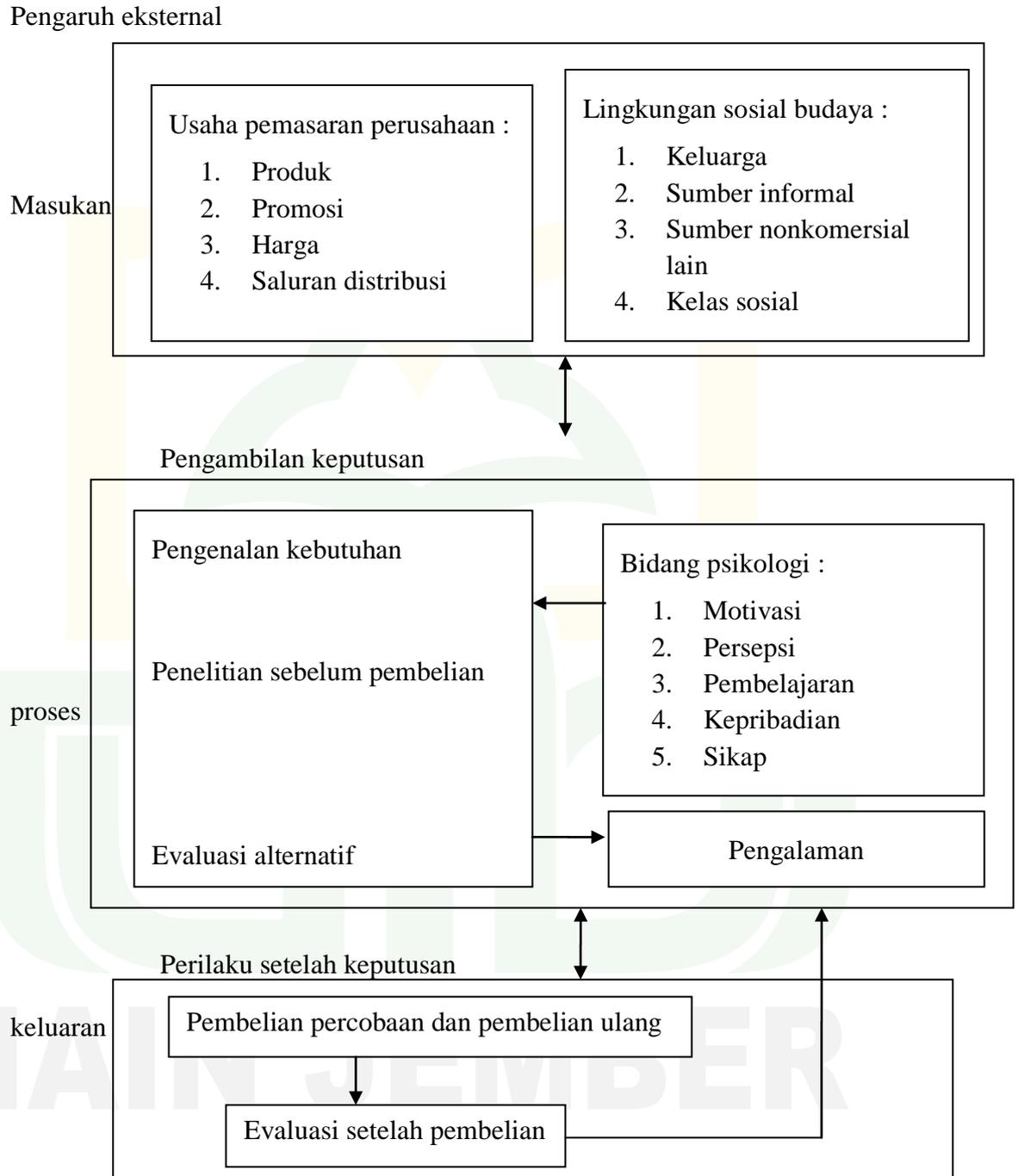
2) Proses

Komponen proses dalam model tersebut berhubungan dengan cara nasabah mengambil keputusan. Untuk memahami proses ini, kita harus mempertimbangkan pengaruh berbagai konsep psikologis. Bidang psikologis mewakili pengaruh dalam diri (motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap) yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan nasabah (apa yang mereka butuhkan atau inginkan, kesadaran mereka terhadap berbagai pilihan produk, kegiatan mereka dalam pengumpulan informasi, dan penelitian mereka mengenai berbagai alternatif).⁶⁹ Seperti yang digambarkan pada komponen proses dalam tinjauan model keputusan dibawah ini, tindakan pengambilan keputusan konsumen terdiri dari tiga tahap : (1) pengenalan kebutuhan,(2) penelitian sebelum pembelian, dan (3) penilaian berbagai alternatif.⁷⁰

⁶⁸Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, 109.

⁶⁹Leon Schiffman, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Indeks, 2008), 23.

Gambar : 2.1
Model Sederana Mengenai Pengambilan Keputusan Konsumen



Sumber : Leon Schiffman, Perilaku Konsumen

a) Pengenalan kebutuhan

Pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu keadaan yang mana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengaktifan kebutuhan, yaitu waktu, perubahan situasi, pemilihan produk, konsumsi produk, perbedaan individu dan pengaruh pemasaran.⁷¹

b) Penelitian sebelum pembelian

Penelitian sebelum pembelian atau yang dinamakan pencarian informasi mulai dilakukan ketika nasabah memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan memakai produk atau jasa bank. Nasabah akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (pencarian internal). Ada tiga faktor yang menentukan proses pencarian informasi yang ekstensif, faktor risiko produk, karakteristik nasabah, dan faktor situasi.

c) Evaluasi alternatif

Ketika menilai berbagai alternatif potensial, para konsumen cenderung menggunakan dua macam informasi: (1) “daftar” merk yang akan mereka rencanakan untuk dipilih (Serangkaian merk yang diminati) dan (2) kriteria yang akan mereka

⁷¹Nina Maharani, “Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung”, (Jurnal Universitas Islam Bandung, 2015).

pergunakan untuk menilai setiap merk. Melakukan pilihan dari contoh semua merk yang mungkin dapat dipilih merupakan karakter manusia yang membantu menyederhanakan proses pengambilan keputusan.⁷²

3) Keluaran

Porsi keluaran dalam model pengambilan keputusan nasabah menyangkut dua kegiatan pasca-pembelian yang berhubungan erat : perilaku pengambilan produk dalam perbankan dan penilaian pasca pengambilan produk dalam perbankan. Tujuan kedua kegiatan itu adalah untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pembeliannya.

a) Perilaku pengambilan produk

Para nasabah melakukan tipe-tipe pengambilan produk: pengambilan produk dalam rangka percobaan, pengambilan ulangan dan pengambilan produk jangka panjang. Ketika nasabah mengambil kredit (atau merk) untuk pertama kalinya dengan jumlah yang lebih besar dari biasanya, pengambilan ini dianggap suatu percobaan. Jadi percobaan merupakan tahap perilaku pengambilan kredit yang bersifat penjajakan dimana nasabah berusaha menilai suatu produk melalui pemakaian langsung.

b) Penilaian pasca-pembelian

Ketika nasabah menggunakan suatu produk, terutama selama pengambilan percobaan, mereka menilai

⁷²Ni Ketut Munika, "Sistem Pendukung Pengambilan Keputusan Pemberian Kredit Di Koperasi Adil", (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2008).

kinerja produk tersebut menurut berbagai harapan mereka.

Ada tiga hasil penilaian yang mungkin timbul:

- (1) kinerja yang sesungguhnya sesuai dengan harapan yang menimbulkan perasaan netral;
- (2) kinerja melebihi harapan, yang menimbulkan apa yang dikenal sebagai pemenuhan harapan; dan
- (3) kinerja di bawah harapan, yang menimbulkan pemenuhan harapan secara negatif dan ketidakpuasan.

Sedangkan Menurut Suryani (2008) dibagi menjadi dua dimensi yaitu tingkat pengambilan keputusan dan derajat keterlibatan saat mengambil produk di bank. Dimensi pertama, nasabah dibedakan atas tingkat pengambilan keputusan.⁷³

Konsumen sering melakukan pencarian informasi dan evaluasi terhadap merek lain sebelum keputusan diambil. Lain pihak, ada pula konsumen yang jarang mencari informasi tambahan, karena konsumen ini telah terbiasa membelu merek tersebut. Dimensi kedua, konsumen dibedakan berdasarkan tingkat keterlibatan saat pemilihan suatu merek. Pada saat itu konsumen tidak jarang terlibat terlalu dalam, hal ini dapat terjadi karena:

- a) Produk amat penting bagi nasabah sebab image pribadi dari nasabah terkait dengan produk
- b) Adanya keterkaitan secara terus menerus dengan nasabah
- c) Mengandung risiko yang cukup tinggi
- d) Pertimbangan emosional

⁷³Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 57.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian dan dibandingkan dengan standar ukuran yang telah ditentukan.⁷⁴ Seorang peneliti yang akan melakukan proyek penelitian, sebelumnya ia dituntut untuk mengetahui dan memahami metode serta sistematika penelitian, jika peneliti tersebut hendak mengungkapkan kebenaran melalui suatu kegiatan ilmiah. Adapun dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik atau metode penelitian yang meliputi :

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode deskriptif. Metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Dalam penelitian kualitatif, peneliti dituntut dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan dan dilakukan oleh partisipan atau sumber data. Peneliti kualitatif harus bersifat "*Perspektif Emic*" artinya memperoleh data "sebagaimana seharusnya", bukan berdasarkan apa yang di pikirkan oleh peneliti, tetapi berdasarkan sebagaimana adanya yang terjadi dilapangan, yang dialami, dirasakan, dan dipikirkan oleh informan.⁷⁵

⁷⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 126.

⁷⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2016), 295-296.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Mangli dusun Karamluwoh RT 01/RW 07 dan RT 01/RW 06 kelurahan Mangli kecamatan Kaliwates kabupaten Jember. Adapun alasan pemilihan ini berdasarkan beberapa pertimbangan. Diantaranya Usaha bisnis kos-kosan merupakan dalam bentuk usaha penyediaan akomodasi.

Di wilayah Karang Mluwo terdapat dua RW yaitu RW 06 dan RW 07, dari RW 06 terdiri dari 3 RT dan dari RW 07 terdiri dari 3 RT.⁷⁶ Dari kedua RW ini jumlah kosan terbanyak berada di RW 06 yaitu berjumlah 48 kosan, sedangkan di RW 07 terdapat 25 kosan.⁷⁷ Sehingga dengan banyaknya jumlah kosan di RW 06, maka akan memberikan peluang besar atau pemasukan bagi pengembangan usaha disana. Di wilayah lingkungan Karang Mluwo Mangli Kaliwates Jember untuk menciptakan kesejahteraan ekonomi mereka menjadi seorang wirausahawan dalam berbagai usaha diantaranya; usaha produksi krupuk, usaha rumah makan atau warung, toko sembako, foto kopi, dan usaha rumah kos-kosan. Dalam kegiatan usaha para pelaku usaha mendapatkan modal dari berbagai sumber diantaranya; lewat kredit, pinjam saudara, rentenir, atau tabungan.

Masalah penting yang perlu dipersiapkan oleh masyarakat sekitar kampus adalah menyiapkan tinggal bagi mereka. Setiap pendatang selalu mencari tempat tinggal bagi mereka. Setiap pendatang selalu mencari tempat tinggal bagi mereka ke kampus. Tempat tinggal yang biasa di cari dapat

⁷⁶Slamet, wawancara, Jember, 04 Desember 2018

⁷⁷Slamet, Wawancara, Jember, 04 Desember 2018

berupa kos-kosan, rumah kontrak, rumah sewa, ma'had atau pondok pesantren. Dalam pengambilan kredit para pelaku usaha rumah bisnis kos-kosan yang didapatkan dari bank pada faktanya terdapat berbagai jenis kredit yang mereka ambil walaupun pada jenis usahanya sama dan dapat dikategorikan termasuk pada jenis kredit usaha.

C. Subjek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang atau siapa saja yang dapat membantu untuk memperoleh data yang diinginkan demi kepentingan penelitian. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif menurut Lofland adalah kata-kata, dan tindakan. Selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen atau lain-lain.⁷⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak. Subyek penelitian ini adalah :

1. Bapak Abdul Rokhim, M.E.I. pemilik kosan Al-Falah
2. Ibu Hafsaniah pemilik Istana Kosan
3. Ibu A'an Indasari pemilik kosan Rindang
4. Bapak Minhajul Qowim pemilik kosan MQ Zone

⁷⁸Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 157.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui tehnik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁷⁹ Untuk memperoleh data-data yang dapat dipertanggungjawabkan, maka peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.⁸⁰ Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui kondisi riil mengenai peran pricedalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan dilingkungan mangli.

Observasi dalam penelitian ini adalah dengan teknik observasi partisipatif pasif. Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber penelitian. Menurut Susan Stainback menyatakan bahwa dalam observasi partisipatif, peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang mereka ucapkan, dan berpartisipasi dalam aktifitas mereka.⁸¹

⁷⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*(Bandung: Alfabeta, 2016), 308.

⁸⁰Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 94.

⁸¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 308.

Data yang akan diperoleh dari observasi partisipatif pasif ini peran price dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Mangli. Teknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala-gejala dalam objek penelitian.

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan, yaitu :

- a. Letak geografis, yang dekat paling dekat dengan kampus IAIN Jember yang sangat diminati mahasiswa untuk memilih tempat tinggal kosan yaitu Desa Mangli dusun Karang Mluwoh RW 06 Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.
- b. Gambaran dan kondisi umum rumah kos-kosan yang menggunakan kredit

2. Wawancara

Wawancara adalah pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan. Caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka.⁸²

Penelitian kualitatif ini menggunakan teknik dalam penelitian kualitatif, teknik penentuan informan yang sering digunakan adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin

⁸²Arifuddin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009), 131.

dia sebagai orang yang mempunyai kebijakan sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti.⁸³

Informan untuk data ini adalah. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan , yaitu:

- a. Perkembangan jumlah kosan di lingkungan Karang Mluwo, Mangli
- b. Proses keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan
- c. Peran bunga kredit dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis kos-kosan.

3. Dokumentasi

Selain dengan wawancara dan observasi, teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan teknik dokumentasi, yaitu studi literatur dan dokumenter. Teknik dokumenter adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencairan dan penemuan bukti-bukti.

Dokumen yang diambil peneliti adalah data-data yang diambil dari Bank BRI, BCA dan BTN berupa dokumentasi tentang suku bunga kredit. Teknik ini diunakan untuk memperoleh data yang dianggap bisa memberikan keterangan terhadap apa yang menjadi permasalahan dalam penelitian.

E. Analisis Data

Analisis data adalah suatu usaha untuk mengurai suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*) sehingga

⁸³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2010), 300.

susunan/tatanan bentuk sesuatu yang diurai itu tampak dengan jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya atau lebih jernih dimengerti duduk perkaranya.⁸⁴ Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pada tahap ini seluruh data yang diperoleh dimanfaatkan sedemikian rupa sehingga dapat diambil kesimpulan.⁸⁵

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan mulai dari sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai di lapangan. Analisis telah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian.⁸⁶

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data adalah sebagai berikut:

1. Analisis data sebelum di lapangan

Tahap pengumpulan data, dilakukan melalui instrumen pengumpulan data.⁸⁷ Dalam tahap ini analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun penelitian ini masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan.⁸⁸

⁸⁴Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 200.

⁸⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 331.

⁸⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 333.

⁸⁷V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 122.

⁸⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 334.

2. Analisis data selama di lapangan

Dalam analisis ini dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah selesai dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti melanjutkan pertanyaan lagi, tahap tertentu sampai data yang diperoleh dianggap kredibel.

Adapun aktifitas dalam analisis data, yaitu reduksi data, data penyajian data, dan verifikasi data. Data-data tersebut dilakukan setelah proses pengumpulan data.

Reduksi data, yaitu proses analisis data setelah peneliti memasuki lapangan. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi.⁸⁹

Penyajian data, setelah proses *reduction*, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah penyajian data. Penyajian data ini dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Namun yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.⁹⁰

Verifikasi data, langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang

⁸⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 336.

⁹⁰Ibid., 339.

mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan ada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

F. Keabsahan Data

Usaha-usaha yang hendak dilakukan peneliti untuk memperoleh keabsahan data-data temuan di lapangan. Agar diperoleh temuan yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan data.⁹¹

Pemeriksaan keabsahan data ini diterapkan dalam rangka membuktikan temuan hasil penelitian dengan kenyataan di lapangan. Pada penelitian ini peneliti menguji keabsahan data yang diperoleh menggunakan teknik triangulasi yang peneliti gunakan. Triangulasi sumber yang berarti membandingkan dan mengecek data yang bersumber dari informan yang diperoleh melalui waktu dan alat berbeda. Data dicari melalui narasumber yaitu orang yang dijadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau data.⁹²

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan rentabilitas data. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.⁹³

⁹¹Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Pers. 2017), 47.

⁹²Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 129.

⁹³Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 363.

Penelitian kualitatif adalah sebuah aktivitas ilmiah dengan menggunakan prosedur yang disadari dan terkontrol. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang peduli dengan persoalan reabilitas data dan validitas data, namun di dalam penelitian kualitatif yang dibutuhkan hanya validitas data. Artinya, dalam penelitian kualitatif bukan generalisasi numerik dan populasi yang diutamakan melainkan kualitas tipologi data.⁹⁴ Validitas tipologi atau temuan adalah ketepatan yang dibuat untuk menggambarkan suatu realitas.

Validitas merupakan suatu alat pengukur, suatu alat ukur dikatakan Valid jika alat ukur itu mengukur apa yang seharusnya diukur oleh alat itu.⁹⁵ Artinya, validitas data adalah merupakan data yang telah terkumpul dan dapat menggambarkan realitas yang ingin diungkapkan oleh peneliti.⁹⁶

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji triangulasi sumber, yaitu menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Triangulasi ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai sumber.⁹⁷

G. Tahap-tahap Penelitian

Tahapan yang perlu dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan dan tahap analisis data.

⁹⁴ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Depok: 2015, Raja Grafindo Persada), 167.

⁹⁵ Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: 2011, Bumi Aksara), 74.

⁹⁶ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, 167.

⁹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 369.

1. Tahap pra lapangan

Dalam tahap awal ini, terdapat enam langkah yang dilakukan oleh peneliti yaitu :

a. Menyusun rancangan penelitian

Rencana penelitian ini diawali dengan pengajuan judul, menyusun matriks penelitian yang kemudian dikonsultasikan pada dosen pembimbing dan berlanjut dengan penyusunan proposal hingga seminar proposal

1) Memilih lapangan penelitian

Lokasi penelitian yang akan diteliti adalah Desa Mangli lingkungan Karang MluwoRW 06 kelurahan Mangli kecamatan Kaliwates kabupaten Jember. Pemilihan lokasi tersebut disertai alasan-alasan tertentu, sebagaimana yang telah dijelaskan pada topik sebelumnya yaitu pada topik lokasi penelitian.

2) Menjajaki dan menilai lapangan

Tahap ini merupakan pengenalan awal terhadap kondisi lapangan, sebagai bekal permulaan penelitian yang akan dilakukan.

3) Memilih dan memanfaatkan informan

Pada tahap ini, peneliti memilih informan yang sesuai dengan judul meliputi , Bapak Abdul Rokhim, M.E.I.pemilik kosan Al-Falah, Ibu Hafsaniah pemilik Istana Kosan, Bapak Minhajul Qowim pemilik kosan MQ Zone, Ibu Aan Indasari pemilik kosan Rindang 3.

b. Tahap pekerjaan lapangan

Setelah menyelesaikan tahapan-tahapan pada tahap pra lapangan, peneliti dapat mengawali dan memulai penelitian sesuai rancangan penelitian yang telah disusun sebelumnya.

c. Tahap analisis data

Pada tahap terakhir ini, peneliti menganalisa data sesuai dengan teknik analisis yang dipergunakan, yaitu analisis deskriptif, kemudian dilanjutkan dengan menyusun laporan penelitian.



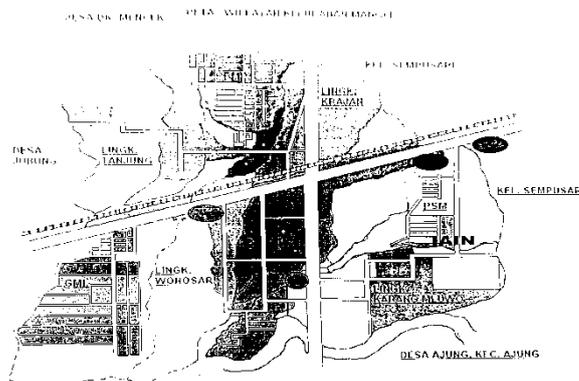
BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Peta Kelurahan Mangli

Gambar 4.1



KETERANGAN :

-  : KANTOR KELURAHAN
-  : KANTOR KECAMATAN
-  : KANTOR POLSEK
-  : KANTOR KORAMIL

2. Sumber Daya Alam Kelurahan Mangli

Adapun sumber daya alam yang ada di Kelurahan Mangli sebagai berikut.

a. Batas Wilayah

- 1) Sebelah Utara: Desa/Kelurahan Sukorambi dan Sempusari Kecamatan Sukorambi dan Kaliwates.
- 2) Sebelah Selatan: Desa/Kelurahan Ajung Kecamatan Ajung
- 3) Sebelah Timur: Desa/Kelurahan Sempusari Kecamatan Kaliwates

4) Sebelah Barat: Desa/Kelurahan Jubung Kecamatan Sukorambi dan Kaliwates.

b. Luas Wilayah

- | | |
|--------------------------------|--------------|
| 1) Luas pemukiman | : 1573,03 ha |
| 2) Luas persawahan | : 154 ha |
| 3) Luas kuburan | : 2,2 ha |
| 4) Luas pekarangan | : 13,25 ha |
| 5) Luas prasarana umum lainnya | : 2,4 ha |

c. Data Pendidikan Masyarakat

1) Tingkat pendidikan penduduk

Usia 3-6 tahun yang masuk TK dari kelompok bermain anak-anak :
1.084

Sedang SD/Sederajat : 1.885 orang

Pendidikan terakhirnya SD/Sederajat : 746 orang

Tidak tamat SD/Sederajat : 1.139 orang

Sedang SLTP/Sederajat : 565 orang

Tidak tamat SLTP : 565 orang

Pendidikan terakhir SLTA/ Sederajat : 1.370 orang

Sedang D-1 : 60 orang

Pendidikan terakhir D-1 : 60 orang

Sedang D-2 : 79 orang

Pendidikan terakhir D-2	: 79 orang
Sedang D-3	: 127 orang
Pendidikan terakhir D-3	: 127 orang
Tamat pendidikan D-4	: 97 orang
Sedang S-1	: 282 orang
Pendidikan terakhir S-1	: 282 orang
Sedang S-2	: 35 orang
Pendidikan terakhir S-2	: 35 orang
Pendidikan terakhir S-3	: 5 orang
Sedang SLB A	: 2 orang
Tamat SLB A	: 2 orang
Sedang SLB B	: 1 orang
Tamat SLB B	: 1 orang
Sedang SLB C	: 1 orang
Tamat SLB C	: 1 orang
Cacat fisik dan mental	: 1 orang
Buta aksara dan huruf lain	: 20 orang

d. Wajib Belajar 9 Tahun dan 12 Tahun

1) Usia 7- 15 tahun	: 2.264 orang
2) Usia 7-15 tahun yang tamat sekolah	: 2.249 orang

- 3) Usia 7-15 tahun yang tidak tamat sekolah : 15 orang
- 4) Usia 7-18 tahun : 2.856 orang
- 5) Usia 7-18 tahun yang tamat sekolah : 1.875 orang
- 6) Usia 7-18 tahun yang tidak tamat sekolah : 981 orang

e. Jumlah penduduk Kelurahan Mangli

- 1) Jumlah laki-laki : 6.467 orang
- 2) Jumlah perempuan : 7.540 orang
- 3) Jumlah penduduk keseluruhan : 14.007 orang
- 4) Luas wilayah(km²) : 1.761.166

f. Jumlah penduduk lingkungan Karang Mluwo

- 1) Jumlah penduduk laki-laki : 574 orang
- 2) Jumlah penduduk wanita : 649 orang
- 3) Jumlah lansia : 145 orang
- 4) Jumlah penduduk keseluruhan : 1.368 orang⁹⁸

3. Sejarah Berdirinya Usaha Bisnis Kos-kosan Di Lingkungan Karang Mluwo

Kelurahan Mangli merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember yang terdiri dari Lingkungan Krajan, Lingkungan Tanjung, Lingkungan Karang Mluwo, dan Lingkungan Wonosari. Salah satu dari keempat lingkungan tersebut yaitu Lingkungan Karang Mluwo merupakan lingkungan yang paling dekat dengan lembaga institusi pendidikan yaitu Institut Agama Islam Negeri Jember, yang mana

⁹⁸Slamet, Wawancara, Jember, 04 Desember 2018

mayoritas masyarakat Karang Mluwo dengan berjalannya waktu semakin banyaknya jumlah mahasiswa dan seiring pula banyak mahasiswa yang membutuhkan kos-kosan.

Di Karang Mluwo perkembangan kosan sejak berdirinya iain jember khususnya di RW 6 dulu awalnya hanya ada satu kosan yaitu kosan rindang di tahun 2000 hingga sekarang di tahun 2018 total keseluruhan kos-kosan yang ada adalah di RT 1 jumlahnya ada 10 kosan ;di RT 2 jumlahnya ada 18 kosan; di RT 3 Jumlahnya 20 kosan; total keseluruhan adalah 48 kosan di RW 6. Bangunan kosan rata-rata ditahun 2010 kebawah masih biasa-biasa saja dan sederhana namun diatas tahun 2010 terutama 2015 keatas semakin bagus. Dan juga semakin dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang cukup menarik mahasiswa untuk kos didaerah lingkungan karang mluwo khususnya RW 06, terlebih juga harga yang sangat murah dibandingkan kampus lain dengan fasilitas fasilitas yang memadai itu sangat menarik mahasiswa.⁹⁹

Semakin bagus dan banyaknya jumlah kamar dan banyaknya fasilitas tersebut tak dipungkiri juga ada faktor peminjaman daana dari para pemilik kosan baik itu dari keluarga, teman, rekan atau kerabat dan juga dari bank. Antar pemilik kosan memiliki kriteria tersendiri mengenai bank yang mereka pilih salah satu yang mempengaruhi mereka meminjam dana di bank juga dilihat dari suku bunga cicilan kredit tiap bank yang sekiranya tidak mengurangi jatah keuntungan bersih atau laba bersih dari hasil

⁹⁹Ahmad Fauzi, *wawancara*, Jember, 05 Desember 2018

pembayaran kos-kosan tiap bulannya untuk mencicil kredit di bank. Oleh karena itu suku bunga sangat mempengaruhi keputusan para pemilik kosan untuk mengambil kredit di bank tertentu.¹⁰⁰

4. Data Pemilik Usaha Bisnis Kos-kosan di Lingkungan Karang Mluwo.

Tabel4.1

Data Pemilik Usaha Bisnis kos-kosan yang menggunakan jasa Kredit Bank di RW 06 Lingkungan Karang Mluwo¹⁰¹

No.	Nama	Nama Rumah Kos-kosan	Tahun Berdiri	Nama Bank	Jenis kredit
1.	Bapak Minhajul Qowim	Kosan MQ Zone	2007	Bank BNI	Kredit Produktif
2.	Ibu Hafsaniah	Istana Kosan	2005	Bank BCA	Kredit Produktif
3.	Ibu A'an Indasari	Kosan Rindang	2007	Bank BRI	Kredit Produktif
4.	Bapak Dr. Abdul Rokhim, M.E.I.	Kosan Al-Falah	2015	Bank BTN	Kredit Produktif

Sumber data: Ahmad Fauzi selaku Ketua RW 06 desa Karang Mluwo

B. Penyajian Data dan Analisis Data

Bagaimana telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui Observasi, Wawancara dan Dokumentasi untuk mendukung penelitian ini. Secara berurutan akan disajikan data-data hasil penelitian yang mengacu pada fokus masalah adalah:

¹⁰⁰ Ahmad Fauzi, *wawancara*, Jember, 05 Desember 2018

¹⁰¹ Ahmad Fauzi, *wawancara*, Jember, 05 Desember 2018

1. Peran *Price* Dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-Kosan Di Lingkungan Karang Mluwo Mangli

Peran *peran price* dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di kosan MQ Zone hal ini disampaikan oleh bapak Minhajul Qowim selaku pemilik kosan MQ Zone :

“Peran *price* (suku bunga) dalam pengambilan keputusan mengambil kredit disini menurut saya sebagai faktor yang mempengaruhi saya untuk memilih kredit di Bank BNI, hal ini saya perhatikan setelah saya melihat dari berbagai bank BNI yang paling cepat cair dananya dan tidak rumit prosesnya. Setelah itu baru memerhatikan suku bunga kreditnya karena jika ringan akan sangat mempengaruhi cicilan kedepannya nanti dan tidak membebani.”¹⁰²

Hal ini senada juga disampaikan oleh ibu Hafsaniah Pemilik Istana

Kosan:

“Peran *price* (suku bunga) dalam pengambilan keputusan mengambil kredit disini menurut saya adalah sebagai ukuran dalam pemilihan dibank mana saya mengambil dan kedepannya memudahkan saya dalam mencicilnya dikedepannya nanti. namun *price* (suku bunga) saya perhatikan setelah faktor pengalaman saya, kepercayaan kepada bank BCA yang telah saya pakai jasanya sebelum-sebelumnya mengkredit untuk bisnis kos-kosan, dan juga dikarenakan lokasi bank yang terdekat. Juga dikarenakan ketika biaya cicilan rendah maka tidak mengurangi keuntungan perbulannya saya.”¹⁰³

Hal ini juga dibenarkan oleh ibu Aan Indasari selaku pemilik kosan

Rindang 3 :

“Dalam keputusan mengambil kredit untuk bisnis kos-kosan saya memperhatikan faktor pemasaran dari bank BRI namun terutamanya dalah kebutuhan saya yang membutuhkan dana pada waktu itu. Setelah itu saya memperhatikan faktor pemasaran yaitu harga yang dimaksudkan bunga pinjaman. Bunga pinjaman menurut saya

¹⁰²Minhajul Qowim, wawancara, Jember, 15 Desember 2018

¹⁰³Hafsaniah, Wawancara, Jember, 21 Desember 2018

berperan sebagai tolak ukur saya agar meringankan biaya cicilan perbulannya.”¹⁰⁴

Hal senada yang disampaikan oleh bapak Abdul Rokhim pemilik kosan Al-Falah :

“Didalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis kos-kosan, *price* (suku bunga) berperan setelah faktor *timing* (waktu) saya membutuhkan dana yang menjadi faktor pertama, setelah itu keduanya baru *price* sebagai tolak ukur saya memilih kredit di bank BTN. Saya memilih bunga pinjaman untuk cicilan per bulannya yang ringan yaitu di Bank BTN yang sekiranya tidak mengurangi profit bersih kita tiap bulannya dari bisnis usaha kos-kosan.”¹⁰⁵

Jadi peran *price* dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan yang menurut mereka berpengaruh bagi profit tiap bulan mereka agar tidak mengurangi keuntungan perbulannya dengan *price* yang rendah. Namun *price* diperhatikan setelah faktor lainnya seperti *timing* atau waktu dan suasana.

Namun, disisi lain dalam islam melarang tentang adanya penggunaan bunga karena adanya riba. Ada dua pendapat; pertama, menurut ijma ulama dikalangan mazhab fiqh bahwa bunga dengan segala bentuknya termasuk kategori riba. Dan kedua, pendapat yang menyatakan bahwa bunga tidak termasuk kategori riba. Hal ini disampaikan oleh bapak Minhajul Qowim selaku pemilik kosan MQ Zone:

“Menurut saya sebagai bunga kredit dalam Islam itu sah-sah saja asalkan tidak terlalu tinggi dan merugikan kita atau ada unsur paksaan.”¹⁰⁶

¹⁰⁴ Aan Indasari, Wawancara, Jember, 5 Januari 2019

¹⁰⁵ Abdul Rokhim, Wawancara, Jember, 17 Desember 2018

¹⁰⁶ Minhajul Qowim, wawancara, Jember, 15 Desember 2018

Hal ini senada juga disampaikan oleh ibu Hafsaniah Pemilik Istana

Kosan:

“Bunga itukan tambahan yang kita bayar tiap bulannya. Dan setahu saya dari teman saya yang pernah cerita ke saya kalo diibaratkan sebagai balas jasa kita kepada bank yang telah menyimpan dan di bank. Toh juga dengan adanya bunga saya tidak merasa tertekan. Saya juga fair fair saja jadi kalo menurut saya sebagai seorang islam ya halal-halal saja.”¹⁰⁷

Hal senada yang disampaikan oleh bapak Abdul Rokhim pemilik kosan Al-Falah :

“ Bunga itu boleh asalkan sama-sama ridho.”¹⁰⁸

Hal ini disampaikan oleh ibu Aan indasari selaku pemilik kosan Rindang 3 :

“Sebenarnya ya mbk saya sampai sekarang masih belum faham banget ya hukum bunga kredit, nah namun dikarenakan saya mempunyai keponakan yang kuliah di IAIN jurusan syariah saya sempat dijelaskan bahwa bunga kredit itu haram. Tapi hal tersebut menjadi haram dikarenakan adanya ketidak ridhoan dari salah satu pihak. Akan tetapi selama yang saya alami bunga yang dikenakan kepada saya perbulan.”¹⁰⁹

Jadi kesimpulannya sebagai seorang muslim mereka berpendapat bahwa boleh-boleh saja kita bertransaksi, menabung dan meminjam di bank konvensional dengan adanya bunga. Hal tersebut dikarenakan mereka berpandangan bahwa bunga itu tidak haram karena atas dasar sama-sama saling ridho, tidak ada paksaan, dan juga bunga merupakan balas jasa mereka kepada bank.

¹⁰⁷Hafsaniah, wawancara, Jember, 3 Januari 2019.

¹⁰⁸Abdul Rokhim, wawancara, Jember, 17 Desember 2018.

¹⁰⁹Aan Indasari, wawancara, Jember, 5 Januari 2019.

2. Proses Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-Kosan Di Lingkungan Karang Mluwo Mangli

Komponen proses dalam model tersebut berhubungan dengan cara nasabah mengambil keputusan. Untuk memahami proses ini, kita harus mempertimbangkan pengaruh berbagai konsep psikologis. Bidang psikologis mewakili pengaruh dalam diri (motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap) yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan nasabah (apa yang mereka butuhkan atau inginkan, kesadaran mereka terhadap berbagai pilihan produk, kegiatan mereka dalam pengumpulan informasi, dan penelitian mereka mengenai berbagai alternatif). Seperti yang digambarkan pada komponen proses dalam tinjauan model keputusan dibawah ini, tindakan pengambilan keputusan konsumen terdiri dari tiga tahap, diantaranya yaitu:

a. Pengenalan kebutuhan

Tahap ini merupakan tahap yang terjadi ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengaktifan kebutuhan, yaitu waktu, perubahan situasi, pemilihan produk, konsumsi produk, perbedaan individu dan pengaruh pemasaran.

Ini sesuai dengan pernyataan bapak Minhajul Qowim pemilik kosan

MQ Zone :

“Melihat perkembangan kampus IAIN Jember ditiap tahunnya dengan bertambahnya jumlah mahasiswa maka membuat saya

berfikir saya harus mendapat peluang bisnis. Sebenarnya sebelumnya saya sudah memiliki bisnis warnet dan kosan dengan kamar 10 tapi warnet saya sekarang sepi digeser oleh keberadaan android yang semakin canggih. Nah darisitu pada tahun 2008 saya bangun kos-kosan lalu 2010 saya memutuskan untuk merombak warnet dan merubah menjadi kosan sehingga wilayah kosan saya semakin luas dan perombakan bangunan yang semakin bagus , dulu yang awalnya adalah 10 kamar kini ditambah 5 kamar sehingga menjadi 15 kamar. Dengan ditambahkan fasilitas wifi. Dengan tarif per bulan sewa kosan dulu Rp. 150.000, lalu pasca dirombak harganya saya naikkan menjadi Rp. 250.000 per bulannaya. Alasan mengapa saya ingin merombak warnet dan merombak kosan lama adalah karena saya ingin mengembangkannya sehingga omset saya bertambah. Namun saya butuh dana, tapi saya tidak ingin minta modal ke orang tua lagi karena sungkan, mau pinjam teman atau saudara taku jadi omongan, hingga saya memutuskan untuk meminjam di bank saja. Di lingkungan Karang Mluwo sendiri yang dulu awalnya saya lihat ditahun 2000 masih belum banyak kosan, baru ditahun 2000 ke atas mulai bertambah jumlah kosan sehingga membuat saya tidak boleh kalah saing dengan kosan lain dan harus tampil beda dengan merombak kosan saya.”¹¹⁰

Hasil wawancara dengan pak Hasbi adik dari ibu hafsaniah pemilik istana kosan :

“Seiring berkembangnya kampus IAIN Jember dan bertambahnya jumlah mahasiswa IAIN Jember membuat warga asli dan pendatang di lingkungan Karang Mluwo yang dekat dengan kampus mendapat peluang bisnis khususnya kos-kosan. Ditahun 2000 di RT 3 hanya ada satu kosan yaitu kosan kakak saya ini. Kemudian bertambah tahun hingga pada puncaknya di tahun 2015 semakin banyak kosan baru. Awal usaha bisnis kos-kosan kakak saya dimulai dari tahun 2005 dengan isi kamar 8 kamar saja, lalu kemudian ditahun 2016 kaka saya ingin kosannya bertambah besar dan banyak dan bagus, namun dana tidak mencukupi, akhirnya kakak saya memutuskan pinjam uang atau kredit ke bank.”¹¹¹

¹¹⁰Minhajul Qowim, wawancara, Jember, 12 Desember 2018

¹¹¹Hasbi, wawancara, Jember, 21 Desember 2018

Hasil wawancara dengan ibu Aan Indasari selaku pemilik kosan

Rindang 3 :

“Perkembangan bisnis kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo dulu sekitar tahun 2000an di RT 1 menurut penuturan ibu saya hanya ada 1 kosan yaitu kosan milik mertua saya. Lalu lambat laun kosan di lingkungan Karang Mluwo semakin bertambah banyak seiring berkembangnya kampus IAIN Jember dan bertambahnya jumlah mahasiswa. Lalu pada tahun 2008 ibu saya memindah alihkan surat kepemilikan tanah kepada suami saya dan bisnis rumah kos-kosannya alhasil saya yang mengelolanya. Sehingga di tahun 2010 saya berfikir alangkah lebih baiknya jika kosan ini saya rombak sehingga bertambah kamar dan juga pula akan bertambah omset saya tiap bulannya. Namun saya dan suami membutuhkan dana. Karena hal tersebut akhirnya saya memutuskan untuk meminjam dana atau kredit ke bank sebesar Rp. 10.000.000.”¹¹²

Hal ini serupa dengan pernyataan bapak Abdul Rokhim pemilik

kosan Al-Falah :

“Dilihat dari perkembangan kampus IAIN Jember dan semakin bertambah jumlah mahasiswa maka akan memberikan peluang bisnis khususnya kos-kosan. Di lingkungan Karang Mluwo sendiri apalagi yang paling dekat dengan kampus. Semakin bertambah jumlah kosan di tahun 2015. Sehingga saya ingin mengembangkan usaha saya yang awalnya hanya usaha pertanian saja. Maka ditahun 2015 saya memutuskan untuk membuat usaha rumah kos-kosan yang sekiranya saya tidak usaha membangun rumahnya dari awal alias langsung ada rumahnya dan itu bekas tidak apa-apa lalu saya gunakan sebagai rumah kos-kosan. Sehingga saya membutuhkan dana untuk itu semua, saya tidak ingin menjual aset sawah saya atau pinjam ke orang tua, atau teman atau saudara. Lalu saya memutuskan untuk pinjam ke bank.”¹¹³

Melihat bertambahnya jumlah kosan di lingkungan Karang

Mluwo disebabkan oleh berkembangnya kampus IAIN JEMBER dan

bertambahnya jumlah mahasiswa. Dari situlah peluang bisnis kosan

¹¹² Aan Indasari, wawancara, Jember, 5 Januari 2019

¹¹³ Abdul Rokhim, wawancara, Jember, 10 Desember 2018

semakin bertambah namun disisi lain semangat menggebu-gebu para calon atau pelaku bisnis kosan yang ingin membangun kos-kosan membutuhkan dan yang tidak sedikit melainkan banyak atau lebih.

Kondisi ini membuat mereka untuk berusaha mencari dana dengan meminjam dana melalui bank atau bisa dikatakan kredit di bank dengan jaminan aset yang mereka miliki sehingga dapat atau lolos diperbolehkan oleh pihak bank untuk meminjam.

Selain itu ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi mereka untuk memutuskan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan

Hasil wawancara dengan bapak Minhajul Qowim pemilik MQ Zone:

“Ada banyak faktor yang mempengaruhi saya memutuskan untuk kredit di bank adalah dari segi waktu disaat itu saya benar benar butuh dana dan kebetulan ada marketing dari bank BNI yang menghampiri dan memberikan informasi tentang kredit, dan membujuk saya untuk kredit di BNI disaat saya butuh dana untuk mengembangkan bisnis saya, lalu ada beberapa tetangga saya yang menyarankan saya untuk kredit di bank BNI dan mereka juga sendiri bercerita memang benar bagus sekali pelayanan dan tidak ribet prosesnya. Dari beberapa faktor tersebut saya mempertimbangkan.”¹¹⁴

Hasil wawancara dengan pak Hasbi adik dari ibu Hafsaniah pemilik istana kosan:

“Keputusan kredit saya disebabkan oleh beberapa faktor yaitu karena kakak saya pada saat itu sangat membutuhkan dana pada waktu untuk membangun kos-kosan dan kakak saya mendapat informasi pemasaran dari pihak marketing bank BCA dikarenakan kakak saya sering pergi ke bank untuk menabung. Nah darisitulah marketing dapat membujuk kakak saya untuk kredit di bank BCA. Terlebih juga karena faktor kenyamanan

¹¹⁴Minhajul Qowim, wawancara, Jember, 15 Desember 2018

pelayanan di bank BCA yang membuat kaka saya tidak mencari bank lain untuk kredit.”¹¹⁵

Hasil wawancara dengan Ibu Aan Indasari selaku pemilik kosan

rindang 3 :

“Saya memilih kredit di bank BRI dikarenakan saya sering mentransfer tunai ke bank bri lalu melihat iklan dan brosur pada saat itu lagi marak dan gencar-gencarnya kur. Dan ada marketing yang menawari saya untuk meminjam dana ke bank untuk bisnis kos-kosan.”¹¹⁶

Hal ini serupa dengan pernyataan bapak Abdul Rokhim pemilik kosan Al-Falah:

“Saya memutuskan untuk kredit di bank BTN dikarenakan saya tahu dan mencari sendiri informasi mengenai produk dan besaran cicilan kredit per bulannya di beberapa bank dan bank BTN lah yang pas menurut saya karna produk ini tidak ada ditempat lain.”¹¹⁷

Melihat adanya kebutuhan untuk kredit yang mendesak ketika kekurangan dana bahkan tidak punya dana sama sekali untuk membangun sebuah bisnis kos-kosan maka ada beberapa faktor yang diperhatikan oleh para pelaku usaha bisnis rumah kos-kosan diantaranya ada waktu, suasana dan juga pemasaran baik itu berupa iklan, brosur mengenai produk kredit yang cocok untuk bisnis tersebut dan juga secara langsung penyampaian dari para marketing bank kepada para target.

Dengan adanya faktor-faktor tersebut maka tak kalah penting mereka juga melihat pengalaman yang pernah mereka lakukan

¹¹⁵Hasbi, Wawancara, Jember, 21 Desember 2018

¹¹⁶Ibu Aan Indasari, Wawancara, Jember, 20 Desember 2018

¹¹⁷Abdul Rokhim, Wawancara, Jember, 10 Desember 2018

sebelumnya yang berkaitan atau berhubungan dengan perbankan baik itu bertransaksi atau menabung atau juga malah pernah kredit

b. Penelitian sebelum pembelian

Penelitian sebelum pembelian atau yang dinamakan pencarian informasi mulai dilakukan ketika nasabah memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan memakai produk atau jasa bank. Nasabah akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (pengalaman). Hasil wawancara dengan bapak minhajul Qowim selaku pemilik kosan MQ Zone, dia mengatakan:

“Pengalaman saya berhubungan dengan bank adalah saya pada tahun 2000 saat menjadi mahasiswa saya memiliki ATM BCA. Lambat laun saya merasakan potongan tiap bulannya di atm cukup besar menurut saya, sehingga saya memutuskan memilih pindah atm lain. Nah kebetulan saya punya teman akrab yang sering nongkrong sama saya yang kerja di BNI di selalu mempromosikan tentang produk produk bank BNI. Dari situlah saya mencoba membuka ATM BNI lalu saya rasa nyaman dan berlanjut hingga memilih kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di bank BNI.”¹¹⁸

Hasil wawancara dengan pak Hasbi adik dari Ibu Hafsaniah selaku pemilik Istana kosan, dia mengatakan :

“Pengalaman yang pernah kakak saya lakukan berkenaan dengan bank yaitu saat kakak saya pertama kali membuka buku tabungan bank BCA disitu kaka saya merasa aman dan nyaman dengan fasilitas yang diberikan oleh bank BCA dan juga produk tabungan yang cocok. Lalu dibumbui oleh pengalaman masukan informasi tentang kredit yang dilakukan oleh para marketing bank BCA kepada kakak saya.”¹¹⁹

¹¹⁸Minhajul Qowim, wawancara, Jember, 21 Desember 2018

¹¹⁹Hasbi, wawancara, Jember, 21 Desember 2018

Hasil wawancara dengan Ibu Aan Indasari selaku pemilik kosan rindang 3, dia mengatakan :

“Kalau melihat pengalaman khususnya dalam hal hubungan saya dengan bank, saya sudah bergabung dengan bank BRI sejak tahun 2005. Dari pengalaman sebelum-sebelumnya saya pernah menggunakan ATM bank BNI ditahun 2004, lalu ditahun 2006 suami saya bekerja disebuah perusahaan yang perusahaannya untuk gaji perbulannya dicairkan lewat bank BCA yang mewajibkan suami saya untuk menggunakan ATM BCA dengan potongan yang sangat tinggi tiap bulannya. Lalu kemudian suami saya berhenti bekerja karena ada sesuatu hal ditahun 2007, akhirnya saya berinisiatif untuk membuka rekening baru di Bank Jatim untuk menabung. Namun ditahun 2008 saya ada niatan untuk mengembangkan kosan rindang 3 ini, akan tetapi saya butuh dana lebih, berdasarkan pengalaman saya dari berbagai bank, dan juga dari iklan serta usaha para marketing yang membujuk saya untuk kredit. Saya mendapatkan info yang paling rendah bunga cicilannya adalah bank BRI dan juga adanya produk KUR yang lagi marak-maraknya saat itu di iklan dan brosur.”¹²⁰

Hasil wawancara dengan bapak Abdul Rokhimpemilik kosan Al-

Falah :

“Kalau pengalaman saya mengkredit belum pernah sehingga saya mencari informasi dengan survei ke bank lain untuk mencari mana produknya dan harganya pas dengan keinginan saya untuk bisnis kos-kosan. Jatuhlah pilihan saya di bank BTN dengan bunga 9 % per tahun.”¹²¹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa mereka dalam mengambil keputusan kredit juga memperhatikan pengalaman mereka baik itu melalui transaksi lewat bank tersebut, menabung atau sekedar mendapat brosur dari bank.

¹²⁰ Aan Indasari, wawancara, Jember, 20 Desember 2018

¹²¹ Abdul Rokhim, wawancara, Jember, 10 Desember 2018

Dalam tahap penelitian sebelum pembelian banyak keputusan nasabah yang didasarkan kepada gabungan pengalaman yang lalu (informasi Internal) dan informasi pemasaran dan non komersial (informasi Eksternal) yang anda dapatkan ketika sebelum melakukan kredit di bank. Dimana hal ini dilakukan oleh mereka. Berikut pernyataan dari bapak Minhajul Qowim selaku pemilik kosan MQ

Zone:

“Informasi pemasaran yang saya dapatkan yaitu berupa brosur dan juga rekomendasi dari teman saya yang bekerja di BNI sebagai marketing. lalu untuk info dari non komersialnya dari tetangga yang banyak yang menggunakan produk bank BNI sehingga mereka merasa nyaman lalu menyarankan saya dan mendorong saya untuk kredit di bank BNI saja.”¹²²

Hasil wawancara dengan pak Hasbi adik dari Ibu Hafsaniah selaku pemilik kosan :

“Kakak saya mendapatkan info mengenai produk BCA dan tekhusus kredit di bank BCA dari brosur yang kakak saya ambil ketika kakak saya bertransaksi ke bank BCA dan juga dapat informasi dari mbk customer service mengenai produk kredit yang saya pilih untuk bisnis kos-kosan.”¹²³

Hasil wawancara dengan Ibu Aan Indasari selaku pemilik kosan

Rindang 3 :

“Adanya informasi iklan di TV tentang produk KUR dan juga ditambahkan dengan adanya brosur dari bank yang saya ambil saat saya melakukan transfer tunai ke bank membuat saya tertarik kredit di bank BRI. Juga informasi tetangga yang dari usaha toko-toko kecil yang kredit di bank BRI merasa sangat terbantu sekali dan tidak memberatkan cicilannya, dan mereka mempengaruhi saya serta mengajak saya untuk kredit juga di

¹²²Minhajul Qowim, wawancara, Jember, 12 Desember 2018

¹²³Hasbi, wawancara, Jember, 21 Desember 2018

bank BRI, serta dukungan saudara ada yang menjadi pegawai bank BRI juga.”¹²⁴

Hasil wawancara dengan bapak Abdul Rokhim, pemilik kosan

Al-Falah :

“Saya mendapatkan berbagai informasi melalui bank langsung saya survei dan dijelaskan oleh customer service dan saya diberi brosur, lalu saya kumpulkan semua brosurnya dari berbagai bank dan saya pertimbangkan. Dan pada akhirnya yang cocok adalah bank BTN.”¹²⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa mereka mendapatkan informasi dorongan untuk kredit selain pengalaman (informasi Internal) juga ada informasi eksternal yang mereka dapatkan ketika sebelum memutuskan seperti informai tentang pemasaran diantara produk, harga, dan juga kegiatan promosi yang dilakukan oleh para pegawai bank, juga ada dari ilkan dan brosur. Selain itu ada informasi nonkomersial yang didapat dari tetangga atau teman atau rekan kerabat yang pernah menggunakan jasa atau produk bank tersebut.

c. Evaluasi alternatif

Ketika menilai berbagai alternatif potensial, para konsumen cenderung menggunakan dua macam informasi: (1) “daftar” merk yang akan mereka rencanakan untuk dipilih (Serangkaian merek yang diminati) dan (2) kriteria yang akan mereka pergunakan untuk menilai setiap merk. Melakukan pilihan dari contoh semua merk yang mungkin

¹²⁴Aan Indasari, wawancara, Jember, 5 Januari 2019

¹²⁵Abdul Rokhim, wawancara, Jember, 17 Desember 2018

dapat dipilih merupakan karakter manusia yang membantu menyederhanakan proses pengambilan keputusan.

Ketika menilai berbagai alternatif potensial, para nasabah cenderung menggunakan daftar nama bank yang akan mereka rencanakan untuk mereka pilih. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan bapak Minhajul Qowim selaku pemilik kosan MQ

Zone :

“Daftar nama bank yang akan saya rencanakan untuk saya pilih itu ada BCA dan BNI. Dari dua bank tersebut saya menimbang dari segi produk dan juga bunga kredit cicilan tiap bulannya tinggi atau rendah. Dikarenakan saya merasakan penggunaan ATM BCA yang potongan tiap bulannya tinggi maka saya merasa tidak cocok dan untuk kredit lebih baik ke bank BNI saja.”¹²⁶

Hasil wawancara dengan pak Hasbi adik dari ibu Hafsaniah selaku pemilik Istana Kosan :

“Saya tidak ingin berpindah bank atau mencari bank lain selain bank BCA karena saya rasa bank BCA itu bank yang pelayanannya bagus, aman, dan juga ramah pegawainya lalu dari segi itu saya melanjutkan kredit di bank BCA saja.”¹²⁷

Hasil wawancara dengan ibu Aan Indasari selaku pemilik kosan

Rindang 3 :

“Beragam nama-nama bank ternama diantaranya bank BNI, bank BRI, bank BCA, bank Jatim. Dan saya merasakan keempat bank tersebut yang murah bunga kredit untuk cicilan tiap bulannya adalah bank BRI dan saya rasa pada saat itu hanya BRI satu-satunya yang punya produk KUR. Dan KUR cocok untuk bisnis usaha rakyat kelas menengah seperti bisnis rumah kos-kosan saya setelah saya konsultasikan dengan saudara saya yang bekerja di bank BRI”¹²⁸

¹²⁶Minhajul Qowim, wawancara, Jember, 15 Desember 2018

¹²⁷Hasbi, wawancara, Jember, 21 Desember 2018

¹²⁸Aan Indasari, wawancara, Jember, 20 Desember 2018

Hasil wawancara dengan bapak Abdul Rokhim, pemilik kosan

Al-Falah :

“Dari deretan nama-nama bank seperti BNI, BRI, bank Mandiri dan bank BTN, yang paling cocok dengan bisnis saya dan dengana adanya produk yang satu-satunya hanya ada di BTN yaitu kredit jenis produktif kredit rumah bekas untuk bisnis rumah kos-kosan.”¹²⁹

Diharapkan dari berbagai nama bank yang sudah pernah mereka kenal, dan juga sudah mereka klasifikasikan maka akan mendapatkan sebuah keputusan yang cocok sesuai hasil pilahan mereka untuk jenis kredit yang sesuai dengan bisnis rumah kos-kosan.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan data yang diperoleh dari beberapa informan, disajikan dan dianalisa melalui pembahasan temuan. Hal tersebut merupakan jawaban dari hasil penelitian dan dikaji dengan teori yang telah dipaparkan sebelumnya. Dengan fokus penelitian yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Peran *Price* Dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-kosan Di Lingkungan Karang Mluwo Mangli

Peran *price* dalam pengambilan keputusan para pemilik kosan saat mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan yang menurut mereka berpengaruh bagi profit tiap bulan mereka agar tidak mengurangi keuntungan perbulannya dengan *price* yang rendah. Namun *price* diperhatikan setelah faktor lainnya seperti *timing* atau

¹²⁹Abdul Rokhim, wawancara, Jember, 17 Desember 2018

waktu dan suasana. Hal tersebut sesuai dengan teori harga yang merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang menjadi faktor yang mempengaruhi pengaktifan kebutuhan, yaitu waktu, perubahan situasi, pemilihan produk, konsumsi produk, perbedaan individu dan pengaruh pemasaran.¹³⁰

Para pemilik kosan berpandangan bahwa boleh saja kita bertransaksi, menabung dan meminjam di bank konvensional dengan adanya bunga dikarenakan bunga itu tidak haram karena atas dasar sama-sama saling ridho, tidak ada paksaan, dan juga bunga merupakan balas jasa mereka kepada bank. Namun, disisi lain dalam Islam melarang tentang adanya penggunaan bunga karena adanya riba. Pada persoalan tingkat bunga, pada tingkat yang wajar maka bunga dibolehkan. Namun tingkat bunga wajar sangat subjektif tergantung pada waktu, tempat, jangka waktu, jenis usaha dan skala usaha. Aspek ini juga tergantung pada ayat pelarangan riba tahap ketiga yang terdapat pada QS. Ali Imran [3] : 130

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا رِبٰٓوًا اَضْعَفًا مَّضْعَفًا ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda.” (QS. Ali Imran [3] : 130)

¹³⁰Leon Schiffman, *Perilaku Konsumen*, 492.

Ayat tersebut merupakan ayat pertama yang menyatakan secara tegas terhadap pengharaman riba bagi orang Islam. Larangan ini merujuk kepada apa yang dipraktikkan oleh orang-orang Arab pada masa itu, dengan cara menambah bayaran jika hutang tidak bisa dibayar ketika jatuh tempo. Perkataan berlipat ganda dalam ayat ini merupakan ciri hutang zaman jahiliyah yang senantiasa bertambah sehingga berlipat ganda menjadi halal. Quraish Shihab juga menafsirkan bahwa *ad-afan muda'afatan* pada ayat ini bukan merupakan syarat. Jadi walaupun tidak berlipat ganda berarti bunga tetap tidak halal.¹³¹

Jika merujuk kepada kitab-kitab fiqh klasik yang mendasarkan pemikirannya bahwa segala sesuatu yang bertambah dalam pembayaran jumlah hutang adalah riba, maka bunga bank sudah jelas termasuk kepada perbuatan riba. Untuk itu, dalam pinjam meminjam maka tindakan itu masuk dalam kategori riba karena illatnya adalah bahwa si peminjam hanya diwajibkan mengembalikan pokok pinjaman saja.

Jika ada penambahan terhadap pokok modal pinjaman maka penambahan itu masuk dalam kategori riba. Abd al-Rahman al-Jaza'ri menyatakan bahwa para ulama sependapat bahwa tambahan atas sejumlah pinjaman ketika pinjaman itu dibayar dalam tenggang waktu tertentu tanpa *'iwad* (imbalan) adalah riba. Atas dasar kesamaan sifat yang dimiliki antara riba dan bunga bank ini, maka hukum bunga bank itu adalah riba dan termasuk yang diharamkan.

¹³¹Ummi Kalsum, "Riba Dan Bunga Bank Dalam Islam", (Jurnal Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, STAIN, Kendari, 2014).

Tampaknya pemahaman seperti itu sama dengan metode pemahaman ulama tafsir seperti al-Jassas, Ibn Kasir, al-Qurtubi, dan lainnya. Pandangan mufassir yang lebih mendekati dengan persoalan bunga bank dikemukakan oleh Tabataba'i yang berpendapat bahwa bunga yang ditarik oleh bank dari nasabah sama dengan riba lain dalam dunia dagang.

Kedua-duanya sama-sama memberikan beban yang semakin berat kepada masyarakat ekonomi lemah dalam kewajiban mereka membayar angsuran. Tidak terlihat unsur menolong dari pihak bank dalam meningkatkan kehidupan mereka. Dengan demikian, al-Tabataba'i melihat bank sebagai lembaga penumpukan harta, bukan sebagai lembaga keuangan yang melancarkan sirkulasi perdagangan. Perbedaan konotasi yang dimaksudkan al-Tabataba'i bahwa fungsi bank bukan hanya sebagai lembaga keuangan apalagi sebagai penumpuk harta bukan sebagai lembaga keuangan yang melancarkan sirkulasi perdagangan. Di kalangan pemikir Islam modern lainnya muncul pula berbagai tanggapan pemikiran yang tampak memiliki perbedaan dengan para fukaha klasik.¹³²

Dalam keputusan Lajnah Tarjih Muhammadiyah tersebut dinyatakan bahwa :

¹³² Uswah Hasanah, "Riba Dan Bunga Bank Dalam Perspektif Fikih", (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, 2014).

1. Riba hukumnya haram dengan nash sharih Qur'an dan Sunnah
2. Bank dengan sistem riba hukumnya haram dan bank tanpa riba hukumnya halal.
3. Bunga yang diberikan oleh bank-bank milik negara kepada para nasabahnya atau sebaliknya yang selama ini berlaku, termasuk perkara musytabihat.
4. Menyarankan kepada PP Muhammadiyah untuk mengusahakan terwujudnya konsepsi sistem perekonomian khususnya lembaga perbankan yang sesuai dengan qaidah Islam (Tim PP Muhammadiyah Majelis Tarjih).

Sementara itu NU melalui keputusan Lajnah Bahsul Masa'ilnya menetapkan hukum mengenai bank dan hukum bunganya sama seperti hukum gadai. Dalam hal ini, para ulama mempunyai tiga pendapat, yaitu :

1. Haram : sebab termasuk hutang yang dipungut manfaatnya (rente). Letak pengharamannya didasarkan pada adanya unsur penzaliman terhadap orang lain, adanya penzaliman ini sesuatu yang tidak diperkenankan Islam.
2. Halal : Sebab tidak ada syarat pada waktu akad, sebab menurut ahli hukum yang terkenal bahwa adat yang berlaku itu tidak

termasuk menjadi syarat. Apalagi, meskipun tidak termasuk syarat pada waktu akad akan tetapi.¹³³

3. Syubhat: (tidak tentu halal atau haramnya) sebab para ahli hukum berselisih pendapat. Belum jelasnya hukum yang dikandungnya menjadi pertimbangan dalam menetapkan hukumnya, kecenderungan ini dipengaruhi oleh kuatnya dorongan pengaruh dampak dan akibat yang ditetapkan dari adanya bunga bank ini. Dampaknya memang tidak menyusahkan orang lain, tetapi perbuatan ini juga didasari berakibat susahya orang lain karena kewajiban pembayarannya sesuatu yang harus ditanggung oleh si peminjam, suka atau tidak suka kewajiban ini merupakan beban yang harus dipertanggungjawabkannya.¹³⁴

2. Proses Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-kosan Di Lingkungan Karang Mluwo Mangli

a. Pengenalan Kebutuhan

Melihat bertambahnya jumlah kosan di lingkungan Karang Mluwo disebabkan oleh berkembangnya kampus IAIN Jember dan bertambahnya jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun. Dari situlah peluang bisnis kosan semakin bertambah namun disisi lain semangat menggebu-gebu para calon atau pelaku bisnis kosan yang ingin membangun kos-kosan membutuhkan dan yang tidak sedikit

¹³³ Uswah Hasanah, "Riba Dan Bunga Bank Dalam Perspektif Fikih", (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, 2014).

¹³⁴ Uswah Hasanah, "Riba Dan Bunga Bank Dalam Perspektif Fikih", (Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, 2014).

melainkan banyak atau lebih. Kondisi ini membuat mereka untuk berusaha mencari dana dengan meminjam dana melalui bank atau bisa dikatakan kredit di bank dengan jaminan aset yang mereka miliki sehingga dapat atau lolos diperbolehkan oleh pihak bank untuk meminjam. Hal tersebut sesuai dengan teori bahwa pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen menghadapi masalah.¹³⁵

Selain itu ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi mereka untuk memutuskan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan diantaranya ada waktu pada saat itu mereka sangat membutuhkan dana, suasana ketika terbukanya peluang bisnis dengan bertambahnya jumlah mahasiswa IAIN Jember dan juga pemasaran baik yang berupa iklan, pembagian brosur mengenai produk kredit yang cocok untuk bisnis tersebut dan juga secara langsung penyampaian dari para marketing masing-masing bank, para pegawai bank kepada para nasabah. sesuai dengan teori bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengaktifan kebutuhan, yaitu waktu, perubahan situasi, pengaruh pemasaran.¹³⁶

¹³⁵Nina Maharani, "Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung", (JurnalUniversitas Islam Bandung, 2015).

¹³⁶Nina Maharani, "Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung", (JurnalUniversitas Islam Bandung, 2015).

b. Penelitian Sebelum Pembelian

Pada tahap ini mereka para pemilik kosan dalam mengambil keputusan kredit juga memperhatikan informasi dalam ingatan (pengalaman) mereka baik itu melalui transaksi lewat bank tersebut, menabung atau sekedar mendapat brosur dari bank. Membuka ATM dengan potongan yang tinggi sehingga merasa rugi, pengalaman kepuasan layanan saat berkunjung untuk melakukan transaksi di bank sehingga membuat betah dan memilih alangkah lebih baiknya jika selanjutnya saat kredit memilih bank tersebut saja. Selain pengalaman (informasi Internal) juga informasi eksternal yang mereka dapatkan ketika sebelum memutuskan seperti informasi tentang pemasaran diantara produk, harga, dan juga ada dari iklan dan brosur. Selain itu ada informasi nonkomersial yang didapat dari tetangga atau teman atau rekan kerabat yang pernah menggunakan jasa perbankan. Hal ini sesuai dengan teori bahwa penelitian sebelum pembelian merupakan pencarian informasi yang dilakukan yang tersimpan di dalam ingatannya (pengalaman) dan juga berupa informasi pemasaran dan non komersial (eksternal).¹³⁷

c. Evaluasi Alternatif

Pada tahap ini mereka para pemilik kosan cenderung menggunakan daftar nama bank yang akan mereka rencanakan

¹³⁷Leon Schiffman, *Perilaku Konsumen*, 497.

untuk mereka pilih berdasarkan pengalaman yang pernah mereka alami. Dengan pertimbangan dari segi produk jenis kredit yang cocok untuk bisnis rumah kos-kosan, bunga cicilan per bulannya atau pertahunnya, dan juga pelayanan bank, yang dari semua itu akan menghasilkan seleksi mana yang masuk dalam kriteria terbaik dan mana yang tidak mereka pilih dikarenakan kurang tepatnya berbagai kriteria tersebut. Hal ini sesuai dengan teori bahwa ketika menilai berbagai alternatif potensial, para konsumen cenderung menggunakan dua macam informasi: (1) “daftar” merk yang akan mereka rencanakan untuk dipilih (serangkaian merk yang diminati) dan (2) kriteria yang akan mereka gunakan untuk menilai setiap merk. Melakukan pilihan dari contoh semua merk yang mungkin dapat dipilih merupakan karakter manusia yang membantu menyederhanakan proses pengambilan keputusan.¹³⁸

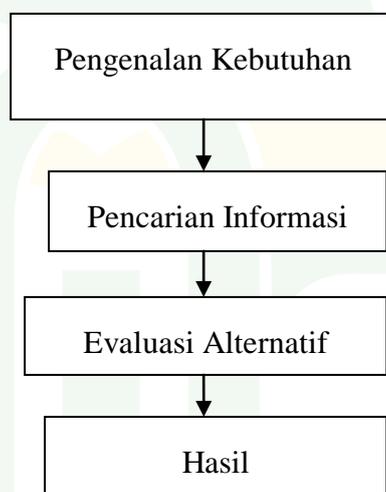
Dari pernyataan di lapangan tentang ketiga tahap di atas sudah sesuai dengan teori yang mana komponen proses berhubungan dengan cara nasabah mengambil keputusan. Untuk memahami proses ini, kita harus mempertimbangkan pengaruh berbagai konsep psikologis. Bidang psikologis mewakili pengaruh dalam diri (motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap) yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan nasabah (apa yang mereka butuhkan atau inginkan, kesadaran mereka

¹³⁸Leon Schiffman, *Perilaku Konsumen*, 497.

terhadap berbagai pilihan produk, kegiatan mereka dalam pengumpulan informasi, dan penelitian mereka mengenai berbagai alternatif).¹³⁹

Seperti yang digambarkan pada komponen proses dalam tinjauan model keputusan dibawah ini, tindakan pengambilan keputusan konsumen terdiri dari tiga tahap : (1) pengenalan kebutuhan,(2) penelitian sebelum pembelian, dan (3) penilaian berbagai alternatif.¹⁴⁰

Gambar 4.2
Bagan Proses Keputusan



IAIN JEMBER

¹³⁹Ibid., 23.

¹⁴⁰Leon Schiffman, *Perilaku Konsumen*, 492.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Peran *Price* Dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-Kosan Dilingkungan Karang Mluwo Mangli, maka dapat disimpulkan:

1. Peran *price* dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli yang saya teliti dikeempat kosan tersebut merupakan sebagai salah satu faktor pemasaran yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih kredit untuk bisnis kos-kosan setelah faktor *timing*(waktu) atau kebutuhan saat itu.
2. Didalam proses pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli yaitu melalui tiga tahap : (1) pengenalan kebutuhan berupa ketika para pemilik kosan merasakan adanya keinginan pengembangan rumah kos-kosan maka pada saat itu mereka membutuhkan dana, (2) penelitian sebelum pembelian berupa ketika para pemilik kosan mencari informasi yang dilakukan yang tersimpan di dalam ingatannya (pengalaman) dan juga berupa informasi pemasaran seperti iklan, dan brosur tentang produk perbankan, serta informasi non komersial (eksternal) dari keluarga atau kerabat, (3) penilaian berbagai alternatif berupa ketika para pemilik kosan sudah mendapatkan informasi berbagai macam merk produk dari berbagai bank,

sehingga jatuhlah penilaian kepada satu merk produk yang pas untuk usaha bisnis kos-kosan.

B. Saran

Adapun saran yang dikemukakan oleh penelitian mengenai "Peran *Price* dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-Kosan Dilingkungan Karang Mluwo Mangli" yaitu sebagai berikut:

1. Sebaiknya para pemilik usaha kos-kosan harus memperhatikan *price* (bunga cicilan) tiap bulannya supaya tidak mengurangi profit bersih dari usaha bisnis kos-kosan tiap bulannya.
2. Didalam proses pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan para pemilik kos harus memikirkan jangka panjang dari dampak keputusan memilih mengambil kredit untuk bisnis kos-kosan di suatu bank agar tidak memberatkan pemilik usaha dalam membayar angsuran tiap bulannya.

IAIN JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Almukarramah, Annisa. 2015. “Pengaruh Suku Bunga Terhadap Pengambilan Keputusan Kredit Briguna Pada PT. Bank Rakyat Indonesia.” *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Ke Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmawi, Hermawan. 2006. *Pasar Finansial dan Lembaga-Lembaga Finansial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- F. Engel, James. 1994. *Pemasaran Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Hilal, Syamsul. 2014. “Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam.” *Jurnal Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Raden Intan, Lampung*.
- Ishak, Asimi. 2003. “Pengambilan Keputusan Dalam Keluarga Sebuah Konsep Dan Implementasinya.” *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia*.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana.
- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana.
- J Moleong, Lexy. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kalsum, Ummi. 2014. *Riba Dan Bunga Dalam Islam*. *Jurnal Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam. STAIN Kendari*
- Kamilah, Anisatul. 2017. “Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Masyarakat Awam Teknologi Di Bank Mandiri KCP Jember Sukowono.” *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Jember*.
- Kasmir. 1996. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

- Ketut Munika, Ni. 2008. "Sistem Pendukung Pengambilan Keputusan Pemberian Kredit Di Koperasi Adil." *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Laksana, Nyoni. 2012. "Pengaruh Presepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Berjangka Pada Bank Jateng." *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang*.
- Maharani, Nina. 2015. "Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung." *Jurnal Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Bandung*.
- Ma'rifatus Sya'adah, Ely. 2017. "Pengaruh Metode *Cross Selling* Dan *Up Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perbankan." *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Jember*.
- Mawaddah, Umdatul. 2016. "Pengaruh Promotion Mix Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Gadai Emas PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Fungsional Operasional (KFO) Pos Banyuwang." *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember*
- Melida, Serli. 2016. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja." *Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasikan dan Begy Andy Susanto. 2013. "Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Merk Nokia." *Jurnal Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Darul Ulum Lamongan*.
- Nurhana. 2017. "Analisis Strategi Marketing Produk Tabungan Mabrur Junior Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lumajang." *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember*.

- Pandia, Frianto. 2002. *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Perbawa, Ketut Sukawati Lanang Putri. 2013. “Penyelesaian Kredit Macet Dalam Perbankan.” *Jurnal Fakultas Hukum*.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Santi. 2017. “Pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Loyalitas Nasabah Di Koperasi Simpan Pinjam Artha Makmur Sumberjati Silo Jember.” Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember
- Satori, Djam’an. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Alfabeta.
- Schiffman, Leon. 2008. *Perilaku konsumen*. Jakarta : PT. Macanan Jaya Cemerlang
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis da Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tim Pnyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*. Jember: IAIN Jember Press.
- Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan SI*. Jember: IAIN Jember Press.
- <https://jemberkab.bps.go.id>

IAIN JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dyah Laju Haq

NIM : E20151070

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/ Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Peran Price Dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-Kosan Di Lingkungan Karang Mluwo Mangli”** benar-benar hasil karya peneliti sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Dengan pernyataan keaslian skripsi ini, dibuat dengan sebenar-benarnya.

Jember, 31 Januari 2019

Penulis



Dyah Laju Haq
NIM. E20151070

MATRIK PENELITIAN

Judul	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Peran <i>price</i> dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Mangli Karang Mluwo	<p><i>a. Price</i></p> <p><i>b. Pengambilan Keputusan Nasabah</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peran <i>price</i> dalam pengambilan keputusan mengambil kredit 2. <i>Price</i> (Harga) dalam islam 1. Tahap pengenalan kebutuhan 2. Tahap penelitian sebelum pembelian 3. Tahap penilaian berbagai alternatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informan pemilik usaha rumah kos-kosan 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode pendekatan kualitatif 2. Jenis penelitian : penelitian deskriptif 3. Teknik pengumpulan data : <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Teknik analisis data : analisis deskriptif 5. Teknik penentuan subyek penelitian : Snow Balling 6. Keabsahan data: Triangulasi 7. Tahap-tahapan penelitian : <ol style="list-style-type: none"> a. Tahap pra lapangan b. Tahap pekerjaan lapangan c. Tahap analisis data d. Penyusunan penulisan laporan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana proses pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Mangli Karang Mluwo 2. Bagaimana peran <i>price</i> dalam pengambilan keputusan mengambil kredit

PEDOMAN WAWANCARA

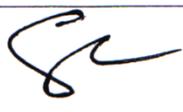
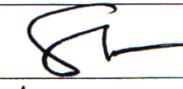
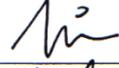
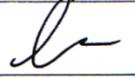
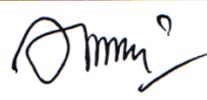
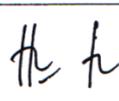
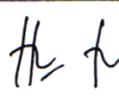
1. Bagaimana Peran *Price* Dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-kosan di Lingkungan Karang Mluwo Mangli

- a. Bagaimana peran *price* dalam pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Mangli Karang Mluwo?
- b. Bagaimana pandangan anda sebagai seorang muslim tentang bunga bank?

2. Bagaimana Proses Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-kosan di Lingkungan Karang Mluwo Mangli

- a. Bagaimana anda melihat perkembangan bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli?
- b. Apa faktor yang mempengaruhi anda memutuskan kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo Mangli?
- c. Bagaimana pengaruh pengalaman anda selama berhubungan dengan bank terhadap pengambilan keputusan mengambil kredit untuk bisnis rumah kos-kosan di lingkungan Karang Mluwo?
- d. Apa saja informasi Internal dan Eksternal yang anda dapatkan ketika sebelum melakukan kredit di bank ?
- e. Bagaimana anda melihat daftar merk yang akan anda rencanakan untuk anda pilih ?
- f. Kriteria apa saja yang anda gunakan dalam menilai bank kredit bank?

JURNAL PENELITIAN

No	Tanggal	Uraian Kegiatan	Paraf
1.	03 Desember 2018	Permohonan izin penelitian dan penyerahan surat penelitian kepada bapak Lurah Mangli	
2.	04 Desember 2018	Silaturahmi dan wawancara kepada pak Lurah	
3.	05 Desember 2018	Silaturahmi dan wawancara kepada ketua RW 06	
4.	06 Desember 2018	Silaturahmi dan wawancara kepada ketua RT 02	
5.	07 Desember 2018	Silaturahmi dan wawancara kepada ketua RT 03	
6.	10 Desember 2018	Silaturahmi dan wawancara kepada pemilik kosan Al-Falah bapak Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I	
7.	12 Desember 2018	Silaturahmi dan wawancara kepada pemilik kosan MQ Zone bapak Minhajul Qowim	
8.	15 Desember 2018	Wawancara kepada pemilik kosan MQ Zone bapak Minhajul Qowim	
9.	17 Desember 2018	Wawancara pemilik kosan Al-Falah bapak Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I	
10.	20 Desember 2018	Silaturahmi dan wawancara kepada pemilik kosan Rindang 3 ibu Aan indasari	
11.	21 Desember 2018	Silaturahmi dan wawancara kepada Adik pemilik Istana kosan Bapak Hasbi	
12.	03 Januari 2019	Wawancara kepada Adik pemilik Istana kosan Bapak Hasbi	
13.	05 Januari 2019	Wawancara kepada pemilik kosan Rindang 3 ibu Aan Indasari	
14.	14 Januari 2019	Silaturahmi sekaligus selesai penelitian dan meminta surat keterangan selesai melaksanakan penelitian	

Jember, 14 Januari 2019

Mengetahui
Lurah Mangli


Slamet Sugianto SH, M.Si

NIP. 197004161995041001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B- 1593 /In.20/7.a/PP.00.9/12/2018
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr : Kepala Kelurahan Mangli

di-

TEMPAT

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Dyah Laju Haq
NIM : E20151070
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
No Telpon : 085815012457
Dosen Pembimbing : Dr. Moch. Chotib, S. Ag., MM
NIP : 19710727200212003
Judul Penelitian : Peran Price dalam Pengambilan Keputusan
Mengambil Kredit Untuk Bisnis Rumah Kos-kosan
di Lingkungan Karang Mluwo Kelurahan Mangli
Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jember, 03 Desember 2018

a.n. Dekan,

Penil Dekan Bidang Akademik



Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I

19730830 199903 1 002

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember
3. Arsip



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
KECAMATAN KALIWATES
KELURAHAN MANGLI
Jl. Otto Iskandardinata No. 84 Telp. 428573 Mangli 68136

SURAT KETERANGAN
Nomor : 400/311 /01.2001/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini Lurah Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember :

N a m a : SLAMET SUGIANTO SH,M.Si
NIP. : 19700416 199504 1 001
Pangkat/Gol. : Pembina
Jabatan : Plt.Lurah Mangli
A l a m a t : Jl. Otto Iskandardinata No. 84 Mangli

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

N a m a : DYAH LAJU HAQ
NIM. : E 20151070
INST/FAK : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember
ALAMAT : Jl. Mataram No.1 Mangli Jember

Akan melaksanakan penelitian di Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember Untuk Tugas Penyusunan Skripsi dengan judul Penelitian “Peras Price dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit di Lingkungan Karang Mluwo Kelurahan Mangli, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, mulai Desember 2018.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

1 Desember 2018
Plt.LURAH MANGLI

SUGIANTO SH,M.Si
Pembina
Nip. 19700416 199504 1 001



**PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN JEMBER
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

Jalan Letjen S Parman No. 89 ☒ 337853 Jember

Kepada
Yth. Sdr. Camat Kaliwates
Kab. Jember
di -
J E M B E R

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 072/2915/415/2018

Tentang

PENELITIAN

- Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi penelitian sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011;
2. Peraturan Bupati Jember No. 46 Tahun 2014 tentang Pedoman Penerbitan Surat Rekomendasi Penelitian Kabupaten Jember
- Memperhatikan : Surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember Nomor : B.1566/In.20/7.a/PP.00.9/12/2018 perihal Permohonan Ijin Penelitian

MEREKOMENDASIKAN

- Nama / NIM. : Dyah Laju Haq /E20151070
- Instansi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember
- Alamat : Jl. Mataram No.1 Mangli Jember
- Keperluan : Melakukan penelitian terkait dengan judul "Peran Price dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit di Lingkungan Karang Mluwo Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember"
- Lokasi : Kelurahan Mangli Kec. Kaliwates Kab. Jember
- Waktu Kegiatan : Desember 2018

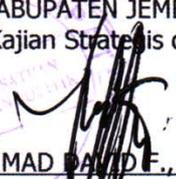
Apabila tidak bertentangan dengan kewenangan dan ketentuan yang berlaku, diharapkan Saudara memberi bantuan tempat dan atau data seperlunya untuk kegiatan dimaksud.

1. Kegiatan dimaksud benar-benar untuk kepentingan Pendidikan
2. Tidak dibenarkan melakukan aktivitas politik
3. Apabila situasi dan kondisi wilayah tidak memungkinkan akan dilakukan penghentian kegiatan.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Ditetapkan di : Jember
Tanggal : 06-12-2018

An. KEPALA BAKESBANG DAN POLITIK
KABUPATEN JEMBER
Kabid. Kajian Strategis dan Politis


ACHMAD DAVID F., S.Sos

Perdana

NIP. 19690912199602 1001

- Tembusan :
Yth. Sdr. : 1. Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember;
2. Yang Bersangkutan.



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER KECAMATAN KALIWATES

JL. HAYAM WURUK NO.167 TELP. (0331) 487741
JEMBER 68136

Jember, 10 Desember 2018

Nomor : 072/ ⁸⁹ /35.09.01 /2018
Sifat : Biasa
Lampiran : ---
Perihal : Ijin Penelitian/Survey/Research

Kepada
Yth. Sdr. Lurah Mangli

di

TEMPAT

Berdasarkan Surat Rekomendasi Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Jawa Timur tanggal 06 Desember 2018 Nomor : 072/2915/415./2018 maka bersama ini apabila tidak mengganggu kewenangan dan ketentuan yang berlaku, diharapkan Saudara memberi bantuan, tempat dan atau data seperlunya untuk kegiatan dimaksud kepada :

Nama/NIK : Dyah Laju Haq
Instansi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember.
Alamat : Jl. Mataram No. 1 Mangli Jember.
Keperluan : Melakukan Penelitian terkait dengan Judul "Peras Price dalam Pengambilan Keputusan Mengambil Kredit di Lingkungan Karang Mluwo Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember."
Lokasi : Kelurahan Mangli, Kecamatan Kaliwates Kab. Jember.
Waktu : Desember 2018

Pelaksanaan ijin ini diberikan dengan ketentuan ;

4. Kegiatan dimaksud benar-benar untuk kepentingan survei
5. Tidak dibenarkan melakukan aktivitas politik
6. Apabila situasi dan kondisi wilayah tidak memungkinkan akan dilakukan penghentian kegiatan.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



Camat

GAFOTRIYONO, ST, M.Si

Pemoina

NIP. 19790306 200112 1 002

KELOMPOK BANK DAN JENIS PINJAMAN

- 1 **Bank Persero**
- 2 Pinjaman Modal Kerja Yang Diberikan
- 3 Pinjaman Investasi Yang Diberikan
- 4 Pinjaman Konsumsi Yang Diberikan
- 5 **Bank Pemerintah Daerah**
- 6 Pinjaman Modal Kerja Yang Diberikan
- 7 Pinjaman Investasi Yang Diberikan
- 8 Pinjaman Konsumsi Yang Diberikan
- 9 **Bank Swasta Nasional**
- 10 Pinjaman Modal Kerja Yang Diberikan
- 11 Pinjaman Investasi Yang Diberikan
- 12 Pinjaman Konsumsi Yang Diberikan
- 13 **Bank Asing dan Bank Campuran**
- 14 Pinjaman Modal Kerja Yang Diberikan
- 15 Pinjaman Investasi Yang Diberikan
- 16 Pinjaman Konsumsi Yang Diberikan
- 17 **Bank Umum**
- 18 Pinjaman Modal Kerja Yang Diberikan
- 19 Pinjaman Investasi Yang Diberikan
- 20 Pinjaman Konsumsi Yang Diberikan

-Sejak periode data Agustus 2017, terdapat perubahan cakupan Bank Swasta Nasional dan Pemerintah akibat adanya perubahan status pada salah satu bank

-Since the data period of August 2017, there is a change of coverage of National Private Bank and Government Bank due to status change for one of the banks

2009	2009	2009	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010
Nov	Dec	2009	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
13.90	13.63	13.63	13.05	13.02	13.63	13.52	13.33	13.28	13.36	13.64	13.20	13.23	13.17	13.06
12.58	12.56	12.56	12.04	11.99	12.11	11.97	11.87	11.78	11.71	11.09	11.01	10.95	10.89	10.81
13.90	13.88	13.88	13.87	13.91	13.66	13.62	13.61	13.45	13.39	13.28	13.21	13.16	13.12	13.05
14.02	13.91	13.91	13.79	13.79	13.67	13.70	13.65	13.68	13.69	13.47	13.68	13.69	13.69	13.57
12.59	12.54	12.54	12.74	12.82	12.79	12.79	12.74	12.49	12.50	12.52	12.55	12.54	12.51	12.44
14.22	14.17	14.17	14.14	14.31	14.34	14.32	14.22	14.22	14.21	14.29	14.18	14.14	14.12	14.10
14.38	14.09	14.09	14.95	14.88	13.98	13.84	13.71	13.55	13.57	13.52	13.29	13.30	13.20	13.02
13.62	13.51	13.51	14.58	14.54	13.38	13.34	13.30	13.60	13.49	13.26	13.33	13.33	13.25	13.20
16.58	16.22	16.22	16.58	16.56	14.91	14.91	14.68	14.45	14.37	14.18	14.10	14.05	14.01	14.05
12.17	11.73	11.73	11.34	11.04	11.02	10.82	10.67	10.52	10.56	10.55	10.29	10.14	10.26	10.23
12.34	12.22	12.22	12.52	12.37	12.21	12.07	12.16	11.96	11.74	11.69	11.61	11.52	11.79	11.82
34.97	35.59	35.59	35.96	35.32	35.24	34.82	33.86	32.71	32.48	32.35	32.37	32.10	31.54	31.66
13.96	13.69	13.69	13.75	13.68	13.54	13.42	13.26	13.17	13.21	13.19	13.00	13.01	12.96	12.83
13.03	12.96	12.96	13.24	13.21	12.72	12.62	12.59	12.70	12.60	12.40	12.41	12.38	12.35	12.28
16.47	16.42	16.42	16.32	16.36	15.42	15.34	15.23	14.99	14.92	14.83	14.75	14.65	14.53	14.53

2010	2011	2011	2011	2011	2011	2011	2011	2011	2011	2011	2011	2011	2011	2012
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	2011	Jan
13.06	13.02	12.99	11.68	11.65	11.59	11.52	12.62	12.61	12.51	12.47	12.41	12.37	12.37	12.39
10.81	10.71	10.67	10.61	10.61	10.59	10.60	10.60	10.56	10.57	10.53	10.49	10.39	10.39	10.21
13.05	13.08	13.13	13.84	13.92	13.80	13.82	13.05	12.99	12.97	13.00	13.01	12.91	12.91	12.86
13.57	13.54	13.58	13.56	13.52	13.59	13.57	13.64	13.64	13.70	13.77	13.73	13.52	13.52	13.47
12.44	12.44	12.47	12.50	12.49	12.54	12.55	12.52	12.52	12.54	12.55	12.48	12.40	12.40	12.37
14.10	14.01	13.94	13.91	13.91	13.94	13.95	13.97	14.01	14.03	14.02	14.03	13.91	13.91	13.92
13.02	13.00	12.95	12.96	12.90	12.82	12.81	12.80	12.75	12.63	12.61	12.56	12.34	12.34	12.34
13.20	13.21	13.11	13.03	13.02	13.01	12.97	12.96	12.94	12.89	12.81	12.76	12.64	12.64	12.58
14.05	13.92	13.96	13.87	13.84	13.85	13.83	13.78	13.78	13.71	13.63	13.56	13.58	13.58	13.60
10.23	9.44	9.34	9.45	9.46	9.42	9.55	9.55	9.34	9.14	9.03	8.86	8.71	8.71	8.52
11.82	10.56	10.79	10.96	10.64	10.64	10.65	10.47	10.56	10.11	10.20	10.06	14.89	14.89	9.71
31.66	31.80	31.81	31.59	30.79	30.85	30.88	30.97	30.76	30.59	30.56	30.43	30.73	30.73	30.74
12.83	12.75	12.72	12.32	12.30	12.24	12.24	12.55	12.50	12.39	12.36	12.31	12.16	12.16	12.14
12.28	12.25	12.20	12.18	12.16	12.16	12.13	12.11	12.10	12.06	12.02	11.97	12.04	12.04	11.73
14.53	14.48	14.50	14.83	14.81	14.79	14.78	14.32	14.30	14.25	14.21	14.18	14.15	14.15	14.14

2012	2012	2012	2012	2012	2012	2012	2012	2012	2012	2012	2012	2012	2013	2013	2013
Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	2012	Jan	Feb	Mar	
12.38	12.19	12.05	11.95	12.00	11.99	11.97	11.91	11.93	11.83	11.70	11.70	11.75	11.67	11.72	
10.16	10.12	10.05	10.01	9.98	9.98	9.92	9.94	9.86	9.92	10.08	10.08	10.13	10.09	10.07	
12.89	12.81	12.73	12.79	12.72	12.70	12.10	12.06	12.00	11.94	12.34	12.34	12.20	11.79	12.14	
11.28	13.62	13.64	13.62	13.63	13.64	13.73	13.76	13.76	13.74	13.66	13.66	13.60	13.71	13.44	
11.24	12.40	12.20	12.22	12.33	12.32	12.27	12.29	12.31	12.32	12.25	12.25	12.18	12.20	12.20	
11.14	14.01	14.00	14.01	13.99	13.99	13.98	13.98	13.92	13.87	13.78	13.78	13.73	13.66	13.52	
12.36	12.27	12.11	12.06	12.02	12.03	11.99	11.95	11.88	11.81	11.68	11.68	11.68	11.64	11.58	
12.54	12.42	12.38	12.31	12.23	12.18	12.11	12.10	12.03	11.97	11.88	11.88	11.88	11.87	11.82	
13.60	13.58	13.62	13.48	13.17	13.32	13.25	13.25	13.18	13.10	12.98	12.98	12.98	12.95	12.92	
8.25	8.25	8.04	7.97	7.98	7.93	7.96	7.96	8.00	7.95	7.90	7.90	8.00	8.03	8.04	
9.63	9.44	9.46	9.43	9.54	9.50	9.52	9.58	9.60	8.93	9.47	9.47	9.55	9.55	9.44	
30.60	30.97	30.60	30.20	30.66	30.36	30.93	31.01	31.08	31.22	30.92	30.92	27.87	27.64	27.59	
12.02	12.01	11.86	11.78	11.79	11.78	11.73	11.70	11.68	11.61	11.49	11.49	11.49	11.45	11.44	
11.62	11.62	11.56	11.51	11.46	11.42	11.35	11.36	11.29	11.24	11.27	11.27	11.29	11.27	11.24	
13.62	14.13	14.10	14.03	13.90	13.92	13.69	13.67	13.60	13.53	13.58	13.58	13.40	13.22	13.28	

2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2014	2014	2014	2014	2014
Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	2013	Jan	Feb	Mar	Apr	May	
11.75	11.78	11.79	11.89	11.69	11.71	11.86	11.94	11.94	11.94	12.05	12.06	12.09	12.23	12.38	
10.07	10.04	10.35	10.46	10.54	10.53	10.72	10.79	10.84	10.84	10.91	10.96	10.98	11.04	11.13	
12.06	12.00	11.85	11.79	11.76	11.81	11.86	11.88	11.88	11.88	11.91	11.91	11.90	11.93	12.06	
13.66	13.63	13.60	13.59	13.62	13.61	13.46	13.46	13.37	13.37	13.34	13.34	13.36	13.30	13.19	
12.25	12.27	12.24	12.23	12.26	12.27	12.23	12.20	12.23	12.23	12.21	12.27	12.23	12.34	12.18	
13.57	13.52	13.46	13.41	13.39	13.36	13.36	13.35	13.34	13.34	13.35	13.42	13.34	13.35	13.19	
11.53	11.55	11.46	11.85	11.90	12.15	12.26	12.42	12.55	12.55	12.68	12.86	12.87	12.79	13.19	
11.77	11.72	11.67	11.86	11.93	12.16	12.28	12.39	12.51	12.51	12.63	12.69	12.72	12.77	12.96	
12.85	12.81	12.83	12.77	12.78	12.72	12.80	12.88	12.91	12.91	12.97	13.04	13.11	13.19	13.18	
8.05	8.03	8.11	8.46	8.74	9.23	9.47	9.69	9.84	9.84	9.96	10.09	10.20	10.19	10.25	
9.45	9.43	9.49	9.66	9.90	10.24	10.46	10.55	10.71	10.71	10.87	11.04	10.97	10.99	11.04	
27.52	28.32	28.13	27.62	27.48	27.45	27.23	27.27	27.36	27.36	27.37	27.40	27.68	27.59	27.72	
11.44	11.46	11.41	11.66	11.63	11.80	11.93	12.06	12.12	12.12	12.23	12.33	12.37	12.38	12.63	
11.21	11.17	11.14	11.29	11.37	11.50	11.65	11.73	11.82	11.82	11.92	11.98	12.00	12.06	12.18	
13.22	13.20	13.14	13.06	13.05	13.03	13.08	13.12	13.13	13.13	13.17	13.20	13.21	13.25	13.26	

2014	2014	2014	2014	2014	2014	2014	2014	2014	2015	2015	2015	2015	2015	2015	
Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec			Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul
12.26	12.34	12.42	12.44	12.52	12.53	12.50	12.50		12.52	12.55	12.65	12.64	12.61	12.60	12.54
11.20	11.40	11.43	11.44	11.48	11.48	11.47	11.47		11.47	11.45	11.49	11.45	11.45	11.46	11.46
12.21	12.19	12.22	12.26	12.32	12.48	12.56	12.56		12.64	12.68	12.67	12.72	12.74	12.84	12.91
13.24	13.27	13.21	13.24	13.72	13.84	13.63	13.63		13.56	13.38	13.71	13.71	13.72	13.74	13.56
12.21	12.22	12.22	12.23	12.51	12.40	12.38	12.38		12.25	12.13	12.37	12.36	12.38	12.39	12.18
13.19	13.22	13.21	13.21	13.34	13.40	13.43	13.43		13.40	13.47	13.49	13.48	13.49	13.49	13.30
13.29	13.36	13.43	13.43	13.39	13.41	13.36	13.36		13.31	13.29	13.36	13.25	13.20	13.17	13.14
13.02	13.06	13.07	13.08	13.13	13.13	13.11	13.11		13.02	13.03	13.06	13.06	13.02	13.02	12.98
13.12	13.17	13.20	13.28	13.30	13.35	13.39	13.39		13.45	13.51	13.52	13.58	13.62	13.67	13.65
10.27	10.41	10.44	10.44	10.49	10.41	10.49	10.49		10.39	10.26	10.26	10.23	10.21	10.18	10.28
11.00	10.78	10.91	10.94	10.94	10.90	10.93	10.93		10.59	10.51	10.47	10.77	10.75	10.60	10.68
27.84	28.00	27.59	27.91	27.60	28.32	28.41	28.41		28.46	28.59	28.62	28.79	28.97	29.13	28.40
12.63	12.70	12.76	12.78	12.82	12.84	12.79	12.79		12.76	12.74	12.82	12.75	12.72	12.70	12.65
12.24	12.32	12.34	12.34	12.39	12.38	12.36	12.36		12.29	12.27	12.32	12.32	12.30	12.29	12.26
13.30	13.32	13.33	13.38	13.43	13.53	13.58	13.58		13.62	13.68	13.68	13.73	13.76	13.82	13.73

2015	2015	2015	2015	2015	2015	2016	2016	2016	2016	2016	2016	2016	2016	2016
Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	2015	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep
12.59	12.48	12.43	12.36	12.30	12.30	12.26	12.16	12.05	11.83	11.68	11.52	11.44	11.36	11.19
11.45	11.44	11.42	11.40	11.35	11.35	11.34	11.27	11.18	11.04	10.99	10.89	10.84	10.81	10.72
12.99	13.03	13.06	13.08	13.08	13.08	13.17	13.21	13.20	13.24	13.28	13.22	13.22	13.21	13.18
13.47	13.47	13.45	13.66	13.50	13.50	13.46	13.22	13.14	13.12	12.62	12.80	12.78	12.75	12.76
12.45	12.52	12.25	12.44	12.19	12.19	12.18	12.17	12.16	12.09	11.81	11.77	11.63	11.61	11.76
13.50	13.50	13.30	13.49	13.49	13.49	13.50	13.50	13.50	13.46	13.20	13.24	13.23	13.19	13.17
13.03	13.00	12.98	12.92	12.82	12.82	12.88	12.88	12.81	12.73	12.58	12.43	12.40	12.38	12.31
12.87	12.83	12.85	12.77	12.77	12.77	12.48	12.49	12.40	12.32	12.18	12.08	12.04	12.02	11.97
13.56	13.61	13.69	13.68	13.66	13.66	13.70	13.65	13.61	13.59	13.58	13.57	13.56	13.42	13.40
10.30	10.51	10.72	10.79	10.79	10.79	10.71	10.51	10.06	9.90	9.75	9.64	9.61	9.44	9.35
10.67	10.78	10.95	11.13	11.25	11.25	11.25	11.12	10.83	10.52	10.34	10.28	10.35	10.37	10.29
28.95	29.05	28.94	28.87	28.93	28.93	28.94	28.93	29.23	29.26	29.25	29.36	29.15	28.69	28.76
12.63	12.58	12.58	12.55	12.46	12.46	12.46	12.40	12.28	12.14	11.97	11.82	11.78	11.73	11.61
12.21	12.19	12.19	12.14	12.12	12.12	11.96	11.93	11.83	11.71	11.60	11.49	11.45	11.42	11.36
13.82	13.85	13.85	13.89	13.88	13.88	13.94	13.93	13.91	13.91	13.86	13.83	13.82	13.74	13.72

2016	2016	2016	2016	2017	2017	2017	2017	2017	2017	2017	2017	2017	2017	2017
Oct	Nov	Dec		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov
11.15	11.09	10.86	10.86	10.89	10.86	10.78	10.89	10.87	10.81	10.82	10.81	10.77	10.76	10.69
10.71	10.63	10.43	10.43	10.45	10.40	10.36	10.55	10.48	10.48	10.46	10.45	10.42	10.38	10.34
13.13	13.09	13.04	13.04	13.06	13.04	12.97	13.05	12.87	12.78	12.77	12.72	12.67	12.61	12.53
12.69	12.65	12.59	12.59	12.48	12.32	12.17	12.14	12.32	11.97	12.00	12.02	12.11	12.00	11.95
11.60	11.42	11.49	11.49	11.46	11.48	11.47	11.42	10.43	10.51	11.35	11.31	11.63	11.54	11.50
13.15	13.12	13.11	13.11	13.10	13.10	13.06	13.04	13.01	12.98	12.96	12.94	12.93	12.88	12.83
12.31	12.22	12.10	12.10	12.07	11.96	11.91	11.82	11.73	11.70	11.60	11.62	11.50	11.44	11.34
11.98	12.05	11.94	11.94	11.88	11.78	11.74	11.65	11.52	11.58	11.48	11.37	11.23	11.20	11.03
13.38	13.35	13.28	13.28	13.24	13.20	13.10	13.20	13.12	12.95	12.83	12.61	12.53	12.41	12.24
9.27	9.21	9.21	9.21	9.04	8.95	8.88	8.74	8.66	8.77	8.61	8.48	8.27	8.05	7.97
10.16	10.12	10.32	10.32	10.03	9.91	9.83	9.82	9.85	9.91	9.87	9.82	9.50	9.12	8.95
28.63	28.51	28.45	28.45	28.19	28.03	27.85	27.85	27.86	25.58	25.30	25.13	25.16	25.66	25.08
11.59	11.52	11.36	11.36	11.34	11.26	11.19	11.20	11.15	11.12	11.07	11.07	10.99	10.94	10.87
11.34	11.33	11.21	11.21	11.17	11.10	11.05	11.10	10.96	11.00	10.97	10.91	10.83	10.78	10.66
13.68	13.65	13.59	13.59	13.58	13.56	13.48	13.48	13.37	13.21	13.14	13.03	12.97	12.91	12.78

2017	2017	2018	2018	2018	2018	2018	2018	2018	2018	2018	2018	2018	2018	GR
Dec		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov		
10.54	10.54	10.66	10.66	10.53	10.45	10.40	10.36	10.32	10.19	10.14	10.11	10.04		
10.29	10.29	10.26	10.22	10.17	10.02	10.01	10.06	10.06	10.05	10.07	10.06	10.34		
12.35	12.35	12.35	12.27	12.13	12.07	12.01	12.00	11.92	11.46	11.39	11.33	11.28		
11.74	11.74	11.60	11.56	11.54	11.48	11.50	11.52	11.55	11.46	11.39	11.52	11.54		
11.39	11.39	11.58	11.23	11.32	11.30	11.25	11.25	11.21	11.19	11.17	11.21	11.17		
12.77	12.77	12.77	12.75	12.67	12.63	12.59	12.56	12.53	12.48	12.42	12.36	12.30		
11.12	11.12	11.12	11.06	10.99	10.94	10.90	10.88	11.00	10.95	11.24	10.97	11.02		
11.12	11.12	10.81	10.72	10.69	10.65	10.63	10.67	10.64	10.66	11.02	10.87	10.80		
12.17	12.17	12.13	12.06	11.95	11.90	11.84	11.79	11.63	11.56	11.52	11.41	11.44		
7.83	7.83	7.83	7.77	7.71	7.77	8.03	8.29	8.47	8.61	8.65	8.79	8.98		
8.84	8.84	8.75	8.67	8.58	8.64	8.87	9.31	9.59	9.66	9.71	9.78	9.85		
24.90	24.90	24.96	25.07	24.94	24.62	24.50	24.17	24.12	24.12	24.01	24.00	23.96		
10.68	10.68	10.72	10.69	10.59	10.53	10.51	10.49	10.55	10.48	10.59	10.47	10.48		
10.56	10.56	10.51	10.43	10.38	10.30	10.29	10.35	10.36	10.37	10.54	10.38	10.51		
12.66	12.66	12.64	12.60	12.48	12.40	12.34	12.30	12.20	11.96	11.90	11.83	11.80		

GROUP OF BANKS AND TYPE OF LOANS

State Banks	1
<i>Working Capital Loans</i>	2
<i>Investment Loans</i>	3
<i>Consumer Loans</i>	4
Regional Government Banks	5
<i>Working Capital Loans</i>	6
<i>Investment Loans</i>	7
<i>Consumer Loans</i>	8
Private National Banks	9
<i>Working Capital Loans</i>	10
<i>Investment Loans</i>	11
<i>Consumer Loans</i>	12
Foreign Banks and Joint Banks	13
<i>Working Capital Loans</i>	14
<i>Investment Loans</i>	15
<i>Consumer Loans</i>	16
Commercial Banks	17
<i>Working Capital Loans</i>	18
<i>Investment Loans</i>	19
<i>Consumer Loans</i>	20

DOKUMENTASI



Dokumentasi Kelurahan Mangli



Dokumentasi bersama Pak RW 6



Dokumentasi bersama Pak Soleh Ketua RT 2



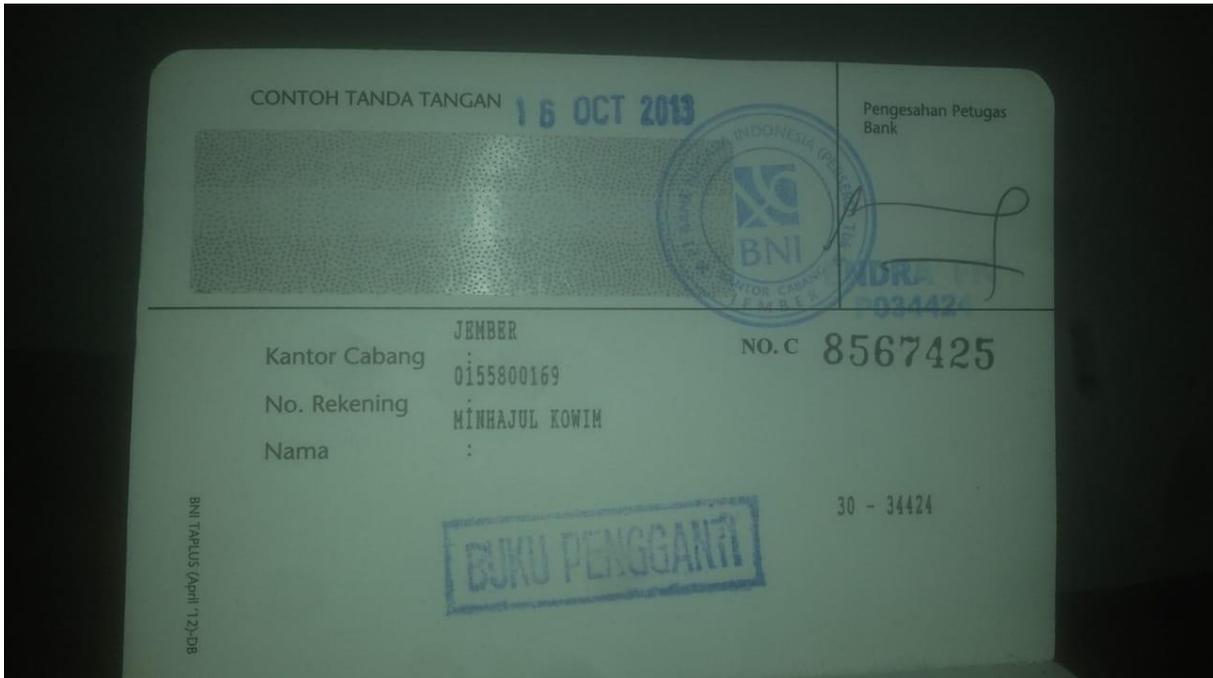
Dokumentasi bersama pak Imam ketua RT 3



Dokumentasi bersama pak Minhajul dikosan MQ Zone



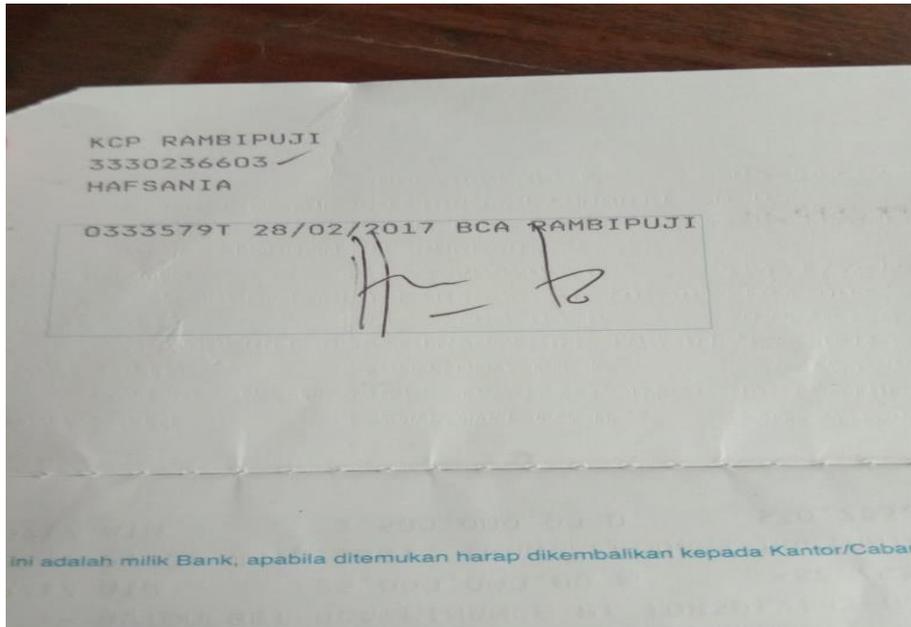
Dokumentasi Buku Tabungan BNI pak Minhajul



Dokumentasi Buku Tabungan BNI pak Minhajul



Dokumentasi dengan pak Hasbi di Istana Kosan



Dokumentasi Buku Tabungan Bu Hafsania

NO	DEBIT	MUTASI (Rupiah)	CREDIT	SALDO (Rupiah)
217	SWT	5.000.000.00 K		505.547.096.23
	TRANSFER DR 002 GHOZALI 00011230 DS			
17	MTR	15.000.000.00 K		520.547.096.23
	DARI IKHWAN HISBULLAH			
17	ITR	4.369.900.00 D		516.177.196.23
	AUTODEBET BCA FINANCE PT 1083012183-003			
7	ITR	8.423.300.00 D		507.753.896.23
	AUTODEBET BCA FINANCE PT 1083012183-004			
	ATR	25.000.000.00 K		532.753.896.23
24/02	WSID:38811 TRANSFER DARI HARISATUL MAUL			
	ATM	2.500.000.00 D		530.253.896.23
24/02	WSID:Z1YY1 TARIKAN ATM			
	ATM	2.500.000.00 D		527.753.896.23
24/02	WSID:Z1YY1 TARIKAN ATM			
	ATM	2.500.000.00 D		525.253.896.23
24/02	WSID:Z1YY1 TARIKAN ATM			
	ATM	2.500.000.00 D		522.753.896.23

Dokumentasi Buku Tabungan Bu Hafsania



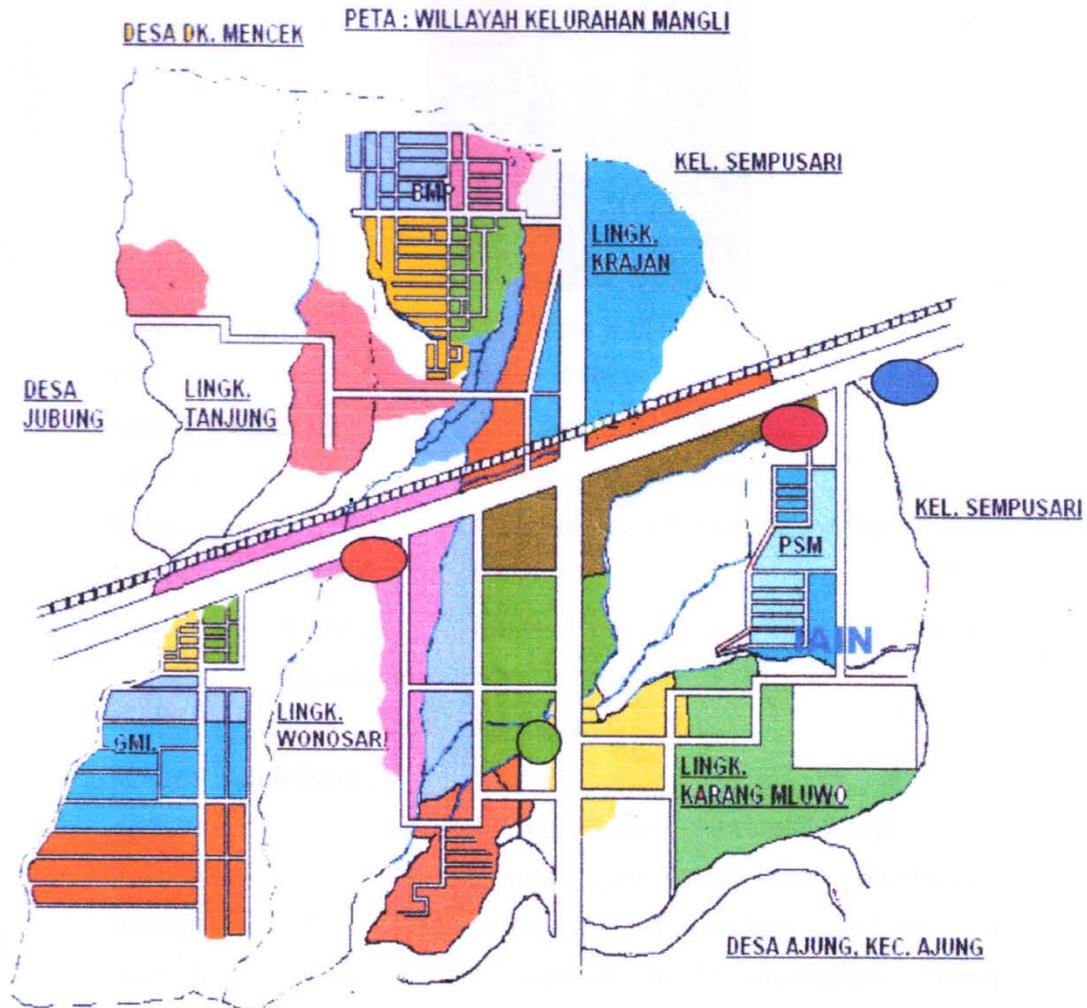
Dokumentasi dengan ibu aan indasari dikosan Rindang 3



Dokumentasi buku tabungan bank BRI bu aan indasari



PETA KELURAHAN MANGLI-KEC. KALIWATES KABUPATEN JEMBER TAHUN 2018



KETERANGAN :

-  : KANTOR KELURAHAN
-  : KANTOR KECAMATAN
-  : KANTOR POLSEK
-  : KANTOR KORAMIL

BIODATA PENULIS



Nama : Dyah Laju Haq
NIM : E20151070
Tempat Tanggal lahir : Sidoarjo, 17 Mei 1997
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/ Perbankan Syariah
Alamat RT/RW : 002/003
Kel/Desa : Karang Pilang
Kecamatan : Karang Pilang
Kota : Surabaya

Riwayat Pendidikan :

2003-2004 : TK Shalaffiyah Bahaudin Ngelom Sidoarjo
2004-2009 : Sekolah Dasar Negeri Karang Pilang 1 Surabaya
2009-2012 : Sekolah Menengah Pertama Hang Tuah 2 Surabaya
2012-2015 : Sekolah Menengah Atas Muhammadiyah 1 Taman
Sidoarjo
2015 s/d sekarang : Institut Agama Islam Negeri Jember