

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN MUDHARABAH PADA BPRS GEBU PRIMA MEDAN

**Fachrizal Lubis**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email : [lfachrizal62@gmail.com](mailto:lfachrizal62@gmail.com)

**Syahrul Amsari**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: [syahrulamsari@umsu.ac.id](mailto:syahrulamsari@umsu.ac.id)

### *Abstract*

*This research was conducted with the aim of analyzing the factors that influence the customer's decision to choose mudharabah financing at PT. BPRS Gebu Prima Medan. The research method used in this research is quantitative research and data collection techniques in this study using a questionnaire. The data analysis used in this research is data quality test, classical assumption test, multiple linear regression test, and hypothesis testing. Based on the results of the study indicate that internal factors (X) have a positive and significant influence on mudharabah financing decisions (Y), and external factors (X) do not have a positive and significant influence on mudharabah financing decisions (Y). The results of the t-test (partial) obtained a sig value of  $0.004 < 0.05$ , therefore the provisions of the t-test (partial) can be concluded that the hypothesis  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, which means that partially internal factors (X) affect the decision on mudharabah financing (Y).*

**Keywords: Financing Decisions, Internal Factors, Mudharabah**

### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan mudharabah pada PT. BPRS Gebu Prima Medan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner angket. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan mudharabah (Y), dan faktor eksternal (X) tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembiayaan mudharabah (Y). Hasil dari uji t (parsial) diperoleh nilai sig  $0.004 < 0.05$ , oleh sebab itu ketentuan uji t (parsial) dapat disimpulkan hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti secara parsial faktor internal (X) berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan mudharabah (Y).

**Kata Kunci : Mudharabah, Faktor Internal, Keputusan Pembiayaan**

### **Pendahuluan**

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank syariah merupakan lembaga intermediasi dan

penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem Islam, khususnya yang bebas dari bunga atau riba. (Latif & Akuntansi, 2020)

Meskipun perbankan syariah tersebut relatif baru di Indonesia, akan tetapi pertumbuhannya dari tahun ke tahun baik dari sisi jumlah banknya maupun ekspansi penghimpunan dana dan pembiayaannya cukup signifikan dalam memberikan kontribusi pada market *share* perbankan nasional. Mengingat bahwa penduduk di Indonesia yang mayoritas muslim merupakan pasar yang cukup potensial bagi perkembangan perbankan syariah. (Aslindar & Nuryanti, 2021)

*Mudharabah* merupakan suatu produk bentuk perniagaan yang didalamnya terdapat si pemilik modal (*sahibul maal*) yang menyetorkan modal kepada pengusaha yang disebut juga (*mudharib*) yang bertujuan diniagakan dengan berbagai keuntungan akan dibagi bersama kesepakatan dari kedua belah pihak sedangkan terjadi kerugian akan ditanggung oleh si pemilik modal (*sahibul maal*) dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah dimulai pada tahun 1992 dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang memuat ketentuan-ketentuan yang secara implisit memperbolehkan pengelolaan bank berdasarkan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*), terutama melalui peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil.

Sistem keuangan dan perbankan Islam merupakan bagian dari konsep yang lebih luas tentang ekonomi Islam, dimana tujuannya adalah memberlakukan sistem nilai dan etika Islam ke dalam lingkungan ekonomi. Karena dasar etika inilah, maka keuangan dan perbankan Islam bagi kebanyakan muslim adalah bukan sekedar sistem transaksi komersial. Persepsi Islam dalam transaksi finansial itu dipandang oleh kebanyakan muslim sebagai kewajiban agama islam. (Ilyas et al., 2019)

Dengan semakin besarnya perhatian dan dukungan pemerintah terhadap perkembangan lembaga keuangan syariah maka bukan tidak mungkin lembaga keuangan syariah tidak hanya sekedar menjadi pilihan alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan layanan perbankan atau pembiayaan berbasis syariah tetapi dapat menjadi pilihan utama. Pendapat ini bukan tanpa dasar mengingat Indonesia merupakan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. (Ulpah, 2020)

## **Kajian Teoritis**

### **1. Pengertian Pengambilan Keputusan**

Pengertian keputusan adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta

sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing. Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor kepribadian dari konsumen yang bersangkutan.

Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan. Termasuk watak, dasar seseorang, terutama karakteristik dominan mereka. Meskipun kepribadian adalah salah satu konsep yang berguna dalam mempelajari perilaku konsumen, beberapa pemasar percaya bahwa kepribadian mempengaruhi jenis-jenis dan merek-merek produk yang dibeli. (Sufitrayati & Nailufar, 2018)

## **2. Tahap-Tahap Pengambilan Keput**

Pelanggan sebelum melakukan keputusan pembelian biasanya melewati empat tahap, yaitu:

- a. Pengenalan Kebutuhan. Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang diinginkan.
- b. Cari informasi pelanggan. Termasuk pencarian sumber informasi oleh pelanggan. Pengolahan informasi dilakukan secara selektif; pelanggan memilih informasi yang paling relevan untuk manfaat yang dicari dan sesuai dengan keyakinan dan sikap mereka. Pengolahan informasi meliputi kegiatan mencari, memperhatikan, memahami, menyimpan dalam ingatan, dan mencari informasi tambahan.
- c. Evaluasi alternatif. Pelanggan akan berusaha mengurangi perasaan tidak pasti. Mereka mungkin akan membaca iklan. Pencarian informasi dapat bersifat internal atau eksternal. Pencarian internal merupakan aktivitas kognitif yang berkaitan dengan upaya mengekstrak informasi yang tersimpan dalam memori. Sedangkan pencarian eksternal, yaitu mengumpulkan informasi dari sumber di luar memori, mungkin memakan waktu, tenaga dan uang.
- d. Keputusan pembelian. Seorang calon nasabah harus mengambil keputusan pembelian. Keputusan tersebut mungkin dapat berupa tidak memilih salah satu alternatif yang tersedia. Dari pembahasan di atas menjelaskan proses-proses dalam pengambilan keputusan yaitu melakukan pengenalan kebutuhan, cari informasi evaluasi alternatif, keputusan pembelian, konsumsi pasca pembelian, serta dapat memenuhi kebutuhan nasabah agar memberikan kepuasan bagi nasabah. (Djakfar et al., 2019)

## **3. Model-Model Keputusan Nasabah**

Pengambilan keputusan adalah suatu kelanjutan dari cara pemecahan masalah yang memiliki fungsi antara lain sebagai berikut:

- a. Pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun secara kelompok, baik secara institusional maupun secara organisasional.
- b. Sesuatu yang bersifat *fituristic*, artinya bersangkutan paut dengan hari depan, masa yang akan datang, dimana efeknya atau pengaruhnya berlangsung cukup lama. Sedangkan tujuan pengambilan keputusan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu: Tujuan yang bersifat tunggal, Tujuan yang bersifat ganda. Agar pengambilan keputusan dapat lebih terarah, maka perlu diketahui unsur-unsur atau komponen-komponen dari pengambilan keputusan tersebut. Unsur-unsur dari pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut:
  1. Tujuan dari pengambilan keputusan, adalah mengetahui lebih dahulu apa tujuan dari pengambilan keputusan itu.
  2. Identifikasi alternatif-alternatif keputusan untuk memecahkan masalah, adalah mengadakan identifikasi alternatif-alternatif yang akan dipilih untuk mencapai tujuan tersebut.
  3. Perhitungan mengenai faktor-faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau di luar jangkauan manusia, yaitu suatu keadaan yang dapat dibayangkan sebelumnya, namun manusia tidak sanggup atau tidak berdaya untuk mengatasinya

Sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari suatu pengambilan keputusan, adalah adanya sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari pengambilan keputusan itu.

#### **4. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah**

Secara garis besar terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor ini bisa dikompilasi lagi menjadi beberapa bagian. *Pertama*, faktor internal terdiri dari: (a) pengalaman belajar dan memori (*learning and memory*); (b) kepribadian dan konsep diri (*personality and self-concept*); (c) motivasi dan keterlibatan (*motivation and involvement*); (d) sikap (*attitude*); (e) persepsi (*perception*). *Kedua*, faktor eksternal terdiri dari : (a) faktor budaya; (b) faktor social; (c) faktor ekonomi; dan (d) faktor bauran pemasaran Sementara itu, ada dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis yang keduanya terdiri dari dari beberapa indikator atau penunjuk yang bisa

menjelaskan faktor kekuatan sosial budan dan faktor kekuatan psikologis. *Pertama*, indikator dari faktor kekuatan budaya, antara lain: (a) faktor budaya; (b) faktor kelas social; (c) faktor kelompok panutan; dan (d) faktor keluarga. *Kedua*, kekuatan psikologis terdiri dari : (a) faktor pengalaman belajar; (b) faktor kepribadian; (c) faktor sikap dan keyakinan; dan (d) konsep diri atau *self-concept*. (Maski, 2019)

## **Metode Penelitian**

### **1. Sumber Data**

Sumber data adalah subjek dimana data dapat diperoleh secara deskriptif. Sedangkan data diartikan sebagai hasil pencatatan peneliti, baik itu berupa fakta maupun angka. Sumber data utama dalam penelitian kuantitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen lain-lain.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari dua sumber yaitu sebagai berikut:

#### **1. Sumber Data Primer**

Data primer adalah data utama atau data pokok yang digunakan dalam penelitian. Data pokok dapat dideskripsikan sebagai jenis data yang diperoleh langsung dari pihak pertama subjek penelitian atau responden atau informan. Pengecualian pada riset atau penelitian kuantitatif.

#### **2. Sumber Data Skunder**

Data yang diperoleh langsung oleh peneliti di lapangan melalui responden dengan cara observasi, wawancara dan penyebaran angket. Sasaran data pada data primer yaitu data yang ditemukan langsung oleh peneliti di lapangan.

## **2. Populasi dan Sampel**

### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah jasa pembiayaan dari tahun 2019 s/d 2021 pada PT. BPRS GEBU PRIMA MEDAN. Yang berjumlah 40 orang, 2019 berjumlah 12 orang, 2020 berjumlah 16 orang, dan 2021 berjumlah 12 orang.

### **b. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu, maka penelitian dapat

menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel *random sampling* yaitu pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak, dan teknik *incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok dipakai sebagai sumber data. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi anggota pembiayaan dari tahun 2019 s/d 2021 yang berjumlah 40 orang. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi, ditentukan dengan menggunakan rumus *Solvin*. (Prof. Dr. Sugiyono, 2018) Karena jumlah respondennya sudah diketahui.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai Kritis (Batas Ketelitian) yang diinginkan/*margin of error max.*

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{40}{1 + 40 \cdot 0.1^2}$$

$$n = \frac{40}{1.4}$$

$$n = 28.5$$

Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata nasabah pembiayaan tahun 2019 s/d 2021 yang berjumlah 40 orang, maka jumlah sampel yang diteliti adalah 28 (dibulatkan menjadi 30) orang/nasabah.

### 3. Variabel Penelitian

Adapun variabel penelitian ini yang menjadi titik suatu perhatian peneliti adalah:

#### 1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas. (Dr., Prof. H.M Burhan Bungin, 2017) Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah. Keputusan nasabah merupakan salah satu jalan dalam penyelesaian masalah dimana kita dihadapkan dengan berbagai pilihan yang harus dipilih. Keputusan merupakan hal penting yang dilakukan konsumen dalam memilih suatu produk yang ditawarkan oleh PT. BPRS GEBU PRIMA MEDAN. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah yang dapat diukur dengan faktor internal dengan 4 indikator (persepsi, sikap, motivasi, dan kepribadian) dan faktor eksternal (demografi, budaya, sosial).

## 2. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. (Wiratna V. Sujarweni, 2015) Variabel independen dalam penelitian ini adalah produk pembiayaan *mudharabah*.

## 4. Metode Pengumpulan Data

### 1. Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket bias dikatakan efisien apabila peneliti sudah mengetahui dengan pasti tentang variabel yang akan diukur maupun hasil yang akan diperoleh dari responden.

### 2. Metode Dokumentasi

Metode Dokumentasi ialah metode yang dipakai untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis/ dokumen-dokumen, baik berupa buku-buku majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya. Dokumen penelitian ini diambil dari dokumentasi di BPRS Gebu Prima Medan, sejarah berdirinya, perkembangan, visi-misi, letak geografis, denah lokasi, struktur organisasi, serta laporan tahunan pembiayaan *mudharabah*.

## 5. Metode Analisa Data

### 1. Analisis Uji Instrumen

Untuk menguji analisis data, perlu mengadakan uji validitas dan reliabilitas. Uji ini dilakukan untuk meninjau seberapa valid suatu butir-butir pernyataan yang diajukan kepada responden atau yang dikenal dengan uji validitas, serta mengukur tingkat

reliabilitas suatu jawaban responden dari suatu instrumen pernyataan dengan metode uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *Validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Hasil penelitian valid apabila terdapat kesamaan data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen menggambarkan pada kemantapan alat ukur yang digunakan. Suatu alat ukur dinyatakan reliabel yang tinggi atau dapat dipercaya, apabila alat ukur itu stabil, sehingga dapat diandalkan dan dapat digunakan dalam peramalan. Dalam perdagangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama. (Nasution S, 2002)

2. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai signifikannya, jika signifikan  $> 0,05$  maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan  $< 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal. (Wiratna V. Sujarweni, 2015)

b. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi multikolinieritas adalah untuk menguji apakah pada mode regresi ditemukan adanya korelasi antara perubahan bebas. Multikolinieritas adalah keadaan jika suatu variabel bebas berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas yang lainnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan problem multikolinieritas. (Imam Ghozali, 2005) Untuk mengetahui adanya uji multikolinieritas dapat dinilai.

c. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam mode regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berada disebut heterokedastisitas.

### 3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *mudharabah* adalah metode regresi linier berganda dengan persamaan umum:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Dimana Keterangan:

Y	= Keputusan Memilih Produk Pembiayaan.
A	= Konstanta.
$x_1$	= Faktor Internal.
$x_2$	= Faktor Eksternal.
$b_1 b_2$	= Koefisien Regresi.
e	= Standard Error.

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikansi Parameter (Uji t)

Untuk melihat pengaruh dari X terhadap Y dilakukan uji t sebagai berikut, dengan kriteria pengujian:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

#### b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ( $x_1 x_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak, yaitu dengan cara membandingkan antara  $F_{Hitung}$  dengan  $F_{Tabel}$ .

#### c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada model linier berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya ( $R^2$ ). Jika determinasi totalnya ( $R^2$ ) yang diperoleh mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika determinasi total

( $R^2$ ) maka mendekati 0 (nol) maka semakin lemah pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. (Sudjana, 2005)

## Hasil Dan Pembahasan

### 1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan *Mudharabah* Pada BPRS Gebu Prima Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih produk pembiayaan *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Bahwa dalam faktor internal t hitung sebesar 3,113 dengan nilai signifikansi 0,004 ( $0,004 < 0,05$ ) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,331, variabel faktor internal memiliki pengaruh cukup besar terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan *mudharabah* yang di dominan oleh indikator psikologis yaitu persepsi nasabah berdasarkan jenis produk yang sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor eksternal diperoleh nilai t hitung sebesar 0,579 dengan signifikansi 0,568 lebih besar dari 0,05 ( $0,568 > 0,05$ ) dan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,079, variabel faktor eksternal memiliki pengaruh yang sangat kecil terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan. Hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu faktor eksternal mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan. Dari hasil tersebut maka hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak.

### 2. Faktor Kunci Yang Mempengaruhi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan *Mudharabah* Pada BPRS Gebu Prima Medan

Pada dasarnya suatu keputusan akan melibatkan antara dua pilihan atau lebih alternatif pilihan tindakan. Dalam sebuah proses dalam pengambilan keputusan penggunaan suatu produk, nasabah akan dihadapkan pada situasi pilihan menggunakan atau tidak suatu produk yang ditawarkan dengan berbagai karakteristik.

Terdapat suatu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu faktor internal yang di dominan oleh persepsi masyarakat maka akan semakin mempengaruhi nasabah yang akan mengambil keputusan untuk mengajukan pembiayaan *mudharabah* pada PT. BPRS

Gebu Prima Medan, begitu pula sebaliknya jika persepsi masyarakat tidak baik mengenai PT. BPRS Gebu Prima Medan juga akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk tidak menggunakan jasa pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima Medan.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis analisis dan pembahasan hasil tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: faktor internal memiliki pengaruh positif dan signifikan yang dominan dipengaruhi oleh persepsi masyarakat dengan persentase sebesar 80% setuju bahwa pembiayaan *mudharabah* lebih menguntungkan dan sangat bermanfaat dibandingkan jenis produk pembiayaan lainnya sangat berpengaruh terhadap pengajuan pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima Medan. Sebesar 17% menjawab netral, hal ini menjelaskan bahwa masih terdapat keraguan di mata responden bahwa keadaan ekonomi menjadi pengaruh dalam pengajuan pembiayaan *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan. Sedangkan faktor eksternal memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *mudharabah*. Hal ini menunjukkan bahwa faktor eksternal memiliki pengaruh kecil terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *mudharabah*. Pengajuan pembiayaan *mudharabah* adalah untuk memenuhi kebutuhan modal usaha yang dijalankan nasabah, sehingga pendapatan yang diperoleh menjadi suatu alasan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima Medan. Keputusan nasabah memiliki pengaruh dalam memilih produk pembiayaan *mudharabah*. Dari hasil uji determinasi besarnya  $R^2$  adalah 0,264 hal tersebut berarti 26,4% variabel keputusan nasabah dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal dan sedangkan sisanya 73,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh peneliti. Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal memiliki pengaruh cukup besar terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan *mudharabah* pada PT. BPRS Gebu Prima Medan.

### **Saran**

Adapun saran dalam penelitian ini, penelitian ini diharapkan perusahaan terus meningkatkan prosedur pelayanan serta memberikan kemudahan bagi nasabah agar terciptanya

kepuasan bagi nasabah dan melahirkan rasa kepercayaan terhadap PT. BPRS Gebu Prima Medan yang berdampak positif bagi nasabah maupun perusahaan. Kemudian bagi peneliti selanjutnya diperlukan adanya penelitian lebih lanjut terhadap faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan mudharabah sehingga dapat memberikan informasi yang lebih akurat dalam melakukan pengujiannya. Sehingga penelitian ini dapat digunakan sebagai kajian pustaka bagi peneliti selanjutnya. Kemudian penelitian ini diharapkan kampus dapat mengetahui salah satu produk pembiayaan yang berbasis syariah dan bagus untuk bahan perkuliahan.

### Daftar Pustaka

- Andi Ibrahim, Asrul Haq Alang, Madi, Baharuddin, M. A. A., & Darmawat. (2018). *Metodologi Penelitian* (M. S. Dr. H. Ilyas Ismail, M.Pd. (ed.); I). Gunadarma Ilmu.
- Aslindar, D. A., & Nuryanti, D. I. (2021). Jurnal Ekonomika dan Bisnis. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 8(2), 27–41.
- Djakfar, M., Khasanah Umrotul, & Meldona. (2019). Studi Inovasi dan Praktik Akad Ganda Sistem Keuangan Islam Tradisional Berbasis Fatwa Ulama Lokal. *Syekhnurjati.Ac.Id*, 11(2), 241–258. <https://doi.org/10.24235/amwal.v11i2.5188>
- Dr., Prof. H.M Burhan Bungin, S. S. M. s. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=rBVNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Firdaweri. (2014). Perikatan Syari'Ah Berbasis *Mudharabah* (Teori Dan Praktik). *Asas*, 6(2), 54–77.
- Ilyas, R., Sistem, A., Pada, P., & Syariah, P. (2019). ANALISIS SISTEM PEMBIAYAAN PADA PERBANKAN SYARIAH. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syari'ah*, 06/ N, 1–18.
- Imam Ghozali, M. com. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penebit Universtas Diponogoro. [http://perpustakaan.bppsdmk.kemkes.go.id//index.php?p=show\\_detail&id=2534](http://perpustakaan.bppsdmk.kemkes.go.id//index.php?p=show_detail&id=2534)
- Juliansyah Noor. (2012). *Metodologi Penelitian*. Kencana. <http://library.stik-ptik.ac.id/detail?id=49204&lokasi=lokal>
- Latif, C. A., & Akuntansi. (2020). PEMBIAYAAN MUDHARABAH DAN PEMBIAYAAN MUSYARAKAH DI PERBANKAN SYARIAH. *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah 11, volume II*.
- Maski, G. (2010). Analisis Keputusan Nasabah Menabung. *Journal of Indonesian Applied*

*Economics*, 4(1), 43–57.

Masse, R. A. (2010). Konsep *Mudharabah*. *Jurnal Hukum Diktum*, 8(1), 77–85.

Na'im, M. J. (2017). Problematika Kontrak Baku Dalam. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 32(2), 371–391.

Nasution S. (2002). *Metode research (penelitian ilmiah)* (Ed. 1, Cet). Bumi Aksara.

<http://pustakamaya.lan.go.id/opac/detail-opac?id=2481>

Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif* (Cet 1). Alfabet. <http://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22862>

Roziq, A., & Diptyanti, R. (2013). Variabel Penentu Dalam Keputusan Memilih Tabungan *Mudharabah* Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, XII(1), 1–24.

Sudjana. (2005). *Sudjana, Metode Statistik*. PT Tarsito.

<https://library.unismuh.ac.id/opac/detail-opac?id=104600>

Sufitrayati, S., & Nailufar, F. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syari'Ah Di Kota Banda Aceh. *Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 2(1), 1–22. <https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v2i1.689>

Ulpah, M. (2020). Mariya Ulpah Madani Syari ' ah, Vol. 3 No.2 Agustus 2020. *Madani Syari'ah*, 3(2), 147–160. [file:///C:/Users/Acer/Downloads/208-Article Text-297-1-10-20200831.pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/208-Article%20Text-297-1-10-20200831.pdf)

Waluyo, B. (2016). Implementasi Pembiayaan *Mudharabah* Pada Bank Syariah Untuk Merealisasikan Tujuan Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam | Journal of Islamic Economics and Business*, 2(2), 185–204. <https://www.e-journal.unair.ac.id/JEBIS/article/view/3167>

Wiratna V. Sujarweni. (2015). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Cet I).

Pustakabarupress.

[https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=zPsbpqYAAAJ&citation\\_for\\_view=zPsbpqYAAAJ:2P1L\\_qKh6hAC](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=zPsbpqYAAAJ&citation_for_view=zPsbpqYAAAJ:2P1L_qKh6hAC)

Wiroso. (2007). *Produk perbankan syariah*.