

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia cukup pesat. Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan jumlah bank syariah dan lembaga pembiayaan non-perbankan. Baik perbankan syariah maupun unit usaha syariah merupakan lembaga yang masuk kedalam bidang keuangan syariah yaitu sebuah lembaga yang memiliki risiko tersendiri, oleh karena itu ekonomi syariah tidak hanya berurusan dengan perbankan saja melainkan semua masalah yang berkaitan dengan kehidupan ekonomi umat.¹

Pembiayaan Syariah adalah penyediaan dana yang diproses dengan transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*, transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*, transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam* dan *istisna*, transaksi pinjam-meminjam dalam bentuk piutang *qardh* dan transaksi *ijarah* untuk transaksi multi jasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara unit syariah dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang difasilitasi dana untuk mengembalikan

¹ Rio Efendi and Husni Thamrin, "Pembiayaan Murabahah Di PT. Federal Internasional Finance Syariah Pekanbaru," Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, Vol. 4, no. 1 (2021): h.27.

dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujrah* atau bagi hasil.²

Lembaga pembiayaan adalah badan usaha yang melakukan kegiatan dalam bentuk penyediaan dana atau barang modal. Pelaksana kegiatan lembaga pembiayaan tersebut yaitu bank, lembaga keuangan non-perbankan maupun perusahaan pembiayaan.³ Terdapat perbedaan antara kredit dan pembiayaan yaitu, kredit adalah pengaturan keuangan yang memungkinkan seseorang atau perusahaan meminjam dana untuk modal usaha atau membeli suatu produk, kemudian membayarnya kembali dengan tambahan bunga selama jangka waktu tertentu. Menurut UU Perbankan, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang sejenis berdasarkan suatu perjanjian pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain, yang mewajibkan peminjam untuk membayar utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan bunga. Pinjaman ditawarkan oleh bank komersial konvensional, bank pedesaan dan pinjaman hipotek. Sedangkan Pembiayaan adalah dukungan keuangan untuk memperoleh barang/aset/jasa tertentu, yang mekanismenya melalui tiga pihak yaitu pemodal, penyedia barang/aset/jasa tertentu, dan yang mengambil

² Bagja Sumantri, "*Akad Pembiayaan Mudharabah*", Vol. 10, no. 2, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2022), h.1.

³ Syarifah Sinaga and M Hum, "*Akad Pembiayaan Murabahah Kendaraan Bermotor Perusahaan Pembiayaan PT CIMB NIAGA FINANCE*" Vol. 1, no. 2, (2020): h. 217.

keuntungan dari barang/aset/jasa tersebut. Produk pembiayaan disediakan oleh Bank Umum Syariah atau (BPRS) dan Perusahaan Pembiayaan.⁴

Secara umum, perusahaan pembiayaan syariah (PP Syariah) adalah perusahaan pembiayaan yang beroperasi (hanya menyalurkan dana kepada masyarakat) berdasarkan pada prinsip-prinsip akad syariah. Susunan organisasi penatausahaan PP Syariah meliputi Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas memastikan penerapan prinsip Syariah secara benar dan tepat. Peraturan ini tertuang pada POJK Nomor 31/POJK.05/2014 tentang Penyelenggaraan Usaha Pembiayaan Syariah juga mengatur mengenai kegiatan usaha dari Perusahaan Pembiayaan Syariah antara lain yaitu:⁵

1. Pembiayaan Jual Beli adalah pembiayaan dalam bentuk penyediaan barang melalui transaksi jual beli sesuai dengan perjanjian pembiayaan syariah yang disepakati oleh para pihak.
2. Pembiayaan Investasi adalah pembiayaan dalam bentuk penyediaan modal dengan jangka waktu tertentu untuk kegiatan usaha produktif dengan pembagian keuntungan sesuai dengan perjanjian pembiayaan syariah yang disepakati oleh para pihak.

⁴ Otoritas Jasa Keuangan, *“Apa Itu Kredit Dan Pembiayaan,”* sikapiuangmu.ojk.go.id, n.d. (2014).

⁵ Otoritas Jasa Keuangan OJK, *“Pembiayaan Syariah Alternatif Pembiayaan Zaman Now,”* Keuanganku, 2014, <http://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20647>.

3. Pembiayaan Jasa adalah pemberian atau penyediaan jasa baik dalam bentuk pemberian manfaat atas suatu barang, pemberian pinjaman (dana talangan) dan/atau pemberian pelayanan dengan atau tanpa pembayaran jasa (*ujroh*) sesuai dengan perjanjian pembiayaan syariah yang disepakati oleh para pihak.
4. Perjanjian Pembiayaan Syariah adalah kesepakatan tertulis antara perusahaan Syariah dengan pihak lain yang memuat adanya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak sesuai dengan Prinsip Syariah.

Model bisnis Perusahaan Pembiayaan Syariah secara umum sama dengan model bisnis lainnya. Hanya saja, semua kerja sama PP Syariah dengan pihak terkait disesuaikan dengan prinsip syariah yang berlaku. Kesepakatan dan kesadaran bersama dalam konteks ini merupakan kunci terpenting model bisnis PP Syariah. Modal kerja yang digunakan PP Syariah untuk memulai usahanya diperoleh dari pemegang saham. Untuk mengembangkan bisnis dan menumbuhkan asetnya, PP Syariah menggunakan dana dari bank syariah. Namun penjual dalam konteks ini adalah pihak yang mendukung perusahaan keuangan dalam ketersediaan barang/jasa yang dibiayai oleh perusahaan keuangan, seperti pedagang,

pemasok, dan lain-lain. Selain itu, sektor keuangan lainnya seperti asuransi syariah mendukung PP sebagai penjamin syariah.⁶

Pembiayaan Syariah juga mempunyai masalah atau disebut dengan risiko Pembiayaan, yaitu ketidakmampuan pihak bank dalam menghasilkan pendapatan atau tidak mempunya nasabah untuk memenuhi kewajibannya dimulai dari kurang lancar, diragukan sampai dengan macet. Secara umum hal ini dapat dipengaruhi oleh dua faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang ada di dalam perusahaan itu sendiri atau masalah seperti manajerial, kelemahan dalam kebijakan pembelian dan penjualan, lemahnya pengawasan biaya dan pengeluaran, kebijakan piutang yang kurang tepat, penempatan yang berlebihan pada aktiva tetap, dan permodalan yang tidak cukup. Faktor Eksternal dapat dilihat dari kondisi perekonomian Indonesia yang dapat mempengaruhi kredit pada pembiayaan. Salah satu proksi yang digunakan dalam mengukur tingkat pembiayaan bermasalah yaitu rasio *Non-Performing Financing (NPF)*.⁷

Non Performing Financing (NPF) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen pembiayaan dalam mengelola

⁶ Otoritas Jasa Keuangan OJK, "*Pembiayaan Syariah Alternatif Pembiayaan Zaman Now.*" (2014). <http://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20647>

⁷ Sherly Yolanda and Ariusni Ariusni, "*Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Pembiayaan Bermasalah Pada Bank Umum (BUS) Dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)*," *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan* Vol. 1, no. 3, (November 26, 2019): h.834.

masalah pembiayaan yang ada, rasio NPF dapat dijadikan sebagai indikator untuk mengidentifikasi kualitas pinjaman. NPF dapat dipengaruhi oleh faktor internal Rasio permodalan yang diproksikan dengan *Capital Adequacy Ratio (CAR)* yaitu modal dalam bank, untuk mengukur kebutuhan modal minimum perusahaan, untuk melihat bagaimana modal bank dapat menahan kerugian karena pendanaan yang tidak konsisten. Faktor eksternal yang mempengaruhi pembiayaan bermasalah (NPF) yaitu laju inflasi dan fluktuasi nilai tukar rupiah terhadap dolar (kurs). Inflasi dan kurs cenderung mengalami kenaikan disetiap tahunnya. Hal tersebut memberikan dampak yang buruk bagi perkembangan ekonomi dan dapat menimbulkan masalah pada pembiayaan.⁸

Dalam perkembangan selanjutnya, Peraturan Menteri Keuangan Nomor 8/PMK.012/2006 tentang Perusahaan Pembiayaan memperkuat landasan hukum bagi perusahaan pembiayaan. Lembaga keuangan bank yang dirancang khusus untuk latihan yang didirikan oleh kegiatan milik sektor bisnis lembaga. Peraturan Menteri Keuangan ini akan memberikan peluang besar bagi lembaga keuangan untuk mengembangkan dan memperkuat lembaga keuangan Indonesia. Secara umum, perusahaan

⁸ Yolanda and Ariusni, "Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Pembiayaan Bermasalah Pada Bank Umum (BUS) Dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)," Vol. 1, No.. 3, (2019): h. 834–835.

keuangan menawarkan produk yang berkualitas tinggi dan layanan profesional. Lembaga keuangan ini tidak hanya akan beroperasi menggunakan sistem keuangan konvensional, tetapi juga dapat menghimpun dana berdasarkan prinsip Syariah. Prinsip syariah saat ini sedang dikembangkan dalam berbagai transaksi keuangan di Indonesia untuk menggantikan pembiayaan yang adil dan berkah bagi individu yang menjalankannya.⁹

Persoalan praktik leasing dalam kegiatan ekonomi di Indonesia yang sedang berkembang saat ini merupakan persoalan yang kompleks. Karena kemunculannya sebagai salah satu amalan *Muamalah* yang melibatkan banyak pihak. Bagi sebagian umat Islam, persoalan ini masih menjadi persoalan yang membingungkan karena terdapat beberapa badan usaha yang tidak sesuai praktiknya dengan hukum Islam, sehingga untuk mencari dasar hukum pembiayaan dalam bisnis leasing dengan perspektif ekonomi syariah para ulama dan peneliti terdahulu telah melakukan penelitian langsung di lapangan yang disesuaikan dengan maqasid asy syar'iyah yang bersumber dari Al-Qur'an. dan Hadits.¹⁰

Leasing Syariah adalah jenis usaha bisnis yang menawarkan penyediaan barang modal untuk digunakan oleh penyewa untuk jangka

⁹ Efendi and Thamrin, "*Pembiayaan Murabahah Di PT. Federal Internasional Finance Syariah Pekanbaru,*" Vol. 4, No. 1 (2021): h.27.

¹⁰ Muhammad Izuddin Zakki, "*Transaksi Leasing Di Indonesia Dalam Perspektif Hukum Islam,*" Sekolah Tinggi Agama Islam Surabaya Vol. 8, no. 1 (2013): h. 176.

waktu tertentu, dengan pembiayaan secara angsuran berdasarkan prinsip kontrak Syariah, dalam arti kontrak tersebut menggunakan akad-akad yang dibenarkan oleh syariat Islam.¹¹ Leasing adalah masalah ijtihad yang artinya segala potensi dan jalan yang ada harus dimanfaatkan untuk mendapatkan ketentuan hukum yang sesuai, didiskusikan secara serius dan dipertimbangkan dengan matang.¹² Di zaman yang semakin maju dan berkembang manusia dituntut untuk dapat melakukan segala aktivitasnya secara efektif dan efisien, salah satu kontribusi untuk menciptakan mobilitas yang efektif dan efisien adalah penggunaan transportasi, di Indonesia terdapat berbagai moda transportasi yang sering digunakan masyarakat untuk beraktivitas, antara lain yaitu : sepeda motor, mobil, bus, mobil angkutan, dan lain-lain. Kebutuhan akan sarana transportasi berupa sepeda motor menjadi hal penting bagi masyarakat perkotaan maupun pedesaan pada saat ini, dimana kendaraan sepeda motor mempermudah dan mempersingkat waktu untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain dengan lebih efisien. Selain kegunaan fungsionalnya, kendaraan bermotor juga merupakan aset yang memiliki nilai tukar. Saat ini banyak orang yang menggunakan kendaraan pribadi dalam kesehariannya, dibanding dengan angkutan umum karena biaya

¹¹ Harun, *Fiqih Multi Akad* (Jl. A Yani Pos I Pabelan Kartasura Surakarta 57102 (Jawa Tengah. : Muhammadiyah University Press, 2022), h. 70.

¹² Zakki, "Transaksi Leasing Di Indonesia Dalam Perspektif Hukum Islam," Vol. 8, No. 1, h. 184.

yang dibutuhkan sangat berbeda jauh lebih murah bepergian dengan kendaraan pribadi.¹³

Pelanggan saat ini memiliki tuntutan nilai yang lebih besar dan lebih beragam, karena pelanggan menghadapi pilihan yang berbeda berdasarkan barang atau jasa yang mereka beli. Dengan kata lain, keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh banyak hal, antara lain keputusan tentang jenis produk, harga, kualitas produk, merek, desain produk, waktu pembelian, dan lain-lain. Hal ini berlaku pada perusahaan pembiayaan syariah sebagai penyedia layanan produk ataupun jasa. Masing-masing produsen perusahaan pembiayaan memiliki keunggulan. Hal ini pada akhirnya menyebabkan pelanggan menghadapi berbagai pilihan karena banyaknya jenis pembiayaan dan karakteristiknya di pasar. Mengingat persaingan dalam industri tersebut sangat ketat, perusahaan harus menentukan strategi yang tepat untuk mencapai hasil yang diharapkan.¹⁴

Pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsinya terhadap harga, produk, promosi dan tempat (bauran pemasaran) yang telah diterapkan perusahaan selama ini dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap

¹³ Pascal Bohdan Gumilang, Sari Listyorini, and Ngatno Ngatno, "Pengaruh Perceived Quality dan Brand Experience terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio (Studi pada Yamaha Flagship Shop (FSS) Kota Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 11, no. 3 (October 19, 2022): h. 421–422.

¹⁴ Maria Agatha and M Pd, "Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung," *Jurnal Ekonomi*, Vol.3, no.2, (2018): h.27, <https://doi.org/10.29100/jupeko.v3i2.866>.

produk yang ditawarkan. Hubungan harga dengan keputusan pembelian adalah harga mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan semakin tinggi harga maka semakin rendah keputusan pembelian, sebaliknya jika harga rendah maka keputusan pembelian akan semakin tinggi. Oleh karena itu harus berhati-hati dalam menentukan harga produknya di pasar agar produk tersebut sukses di pasaran.¹⁵

Dalam penjualan terdapat segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga, sehingga saat membeli suatu produk hanya harga yang menjadi pertimbangan, dan ada juga yang tidak. Sebagian besar konsumen agak sensitif terhadap harga, tetapi juga mempertimbangkan faktor lain seperti citra produk, lokasi toko, layanan, nilai, dan kualitas. Selain itu, harga sering kali mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Dalam beberapa kasus harga tinggi dianggap sebagai cerminan kualitas yang tinggi terutama untuk kategori produk tertentu.¹⁶

Riba menurut bahasa berarti ziydah (tambahan) atau (berkembang). Menurut Yusuf Al-Qardawi, setiap pinjaman yang mensyaratkan di dalamnya tambahan adalah riba. Menurut Qadi Abu Bakar ibnu Al-Arabi dalam bukunya “Akkamul Qur’an” menyebutkan definisi riba adalah setiap kelebihan antara nilai barang yang diberikan

¹⁵ Agatha dan Pd, h. 28.

¹⁶ Erlinda, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, Bengkalis, Riau: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STIE, (2019), h. 25.

dengan nilai barang yang diterima. Dan jika dibuat oleh sederhana, riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi maupun pinjam-meminjam secara bathil atau bertentangan dengan ajaran Islam.¹⁷

Pada dasarnya Islam melarang seorang muslim untuk memakan riba, hal ini seperti tercantum di dalam surat Al-Baqarah ayat 278 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾

Terjemahan Kemenag 2019 :

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang mukmin”.

Dalam memperoleh kendaraan sepeda motor konsumen diberikan berbagai pilihan untuk memperoleh unit sepeda motor. Salah satunya adalah dengan membeli melalui sistem pembiayaan kredit berbasis syariah, yaitu sistem uang muka atau (DP) kredit yang relatif lebih murah dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan calon pembeli. Penggunaan kendaraan bermotor khususnya di wilayah Serang Banten mengalami peningkatan setiap tahun dalam perkembangannya. Berikut ini terdapat data Badan Pusat Statistik tentang penggunaan kendaraan bermotor di Serang dari tahun 2016-2021.¹⁸

¹⁷ Nurul Ichsan Hasana, *Perbankan Syariah*, GP Press Group, (2014), h. 54.

¹⁸ Badan Pusat Statistik, *“Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kendaraan di Provinsi Banten (unit),2016-2020,”* December 16,

Tabel 1. 1 Jumlah Unit Kendaraan Bermotor Kota Serang Tahun 2016-2021

Tahun	Jumlah
2016	329 751
2017	368 806
2018	380 143
2019	416 249
2020	197 492
2021	397 868

Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa dari tahun ke tahun penggunaan sepeda motor menjadi sarana transportasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Serang. Untuk meningkatkan penjualan perusahaan harus menjangkau calon konsumen untuk membeli atau menggunakan produk dan layanan yang mereka tawarkan. Salah satu alat untuk menarik pembeli adalah dengan menggunakan promosi. Pada intinya, periklanan adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dimaksudkan untuk memberikan informasi, menarik perhatian, dan meningkatkan penjualan. Perusahaan harus mengiklankan produk baru mereka untuk memberi tahu informasi kepada calon konsumen.¹⁹

2022, 1–6,
https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/3600/api_pub/V2w4dFkwdFNLNU5mSE95Und2UDRMQT09/da_10/6.

¹⁹ Pascal Bohdan Gumilang, Sari Listyorini, and Ngatno Ngatno, “Pengaruh Perceived Quality dan Brand Experience terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha

PT Federal International Finance atau disingkat dengan (FIF) merupakan perusahaan pembiayaan yang bergerak pada pembiayaan khusus untuk motor honda. Dalam perkembangannya pada saat ini FIF meluncurkan merek FIF GROUP yang memiliki beberapa macam pembiayaan diantaranya :

Tabel 1. 2 Pembiayaan PT FIF Group

No	Macam - Macam Pembiayaan FIF Group
1	Menjalankan kegiatan usaha pembiayaan investasi
2	Menjalankan kegiatan usaha pembiayaan modal kerja
3	Menjalankan kegiatan usaha pembiayaan multiguna
4	Menjalankan kegiatan usaha pembiayaan sewa oprasional

Sumber : PT Federal International Finance

Dalam melakukan kegiatan pembiayaan konsumen, perusahaan pembiayaan dalam hal ini FIF Syariah melakukan akad sesuai dengan prinsip Syariah. Dalam mengembangkan pembiayaan FIF Syariah, perlu diingat bahwa penerapan prinsip syariah pada pembiayaan konsumen harus didukung oleh penerapan prinsip kesetaraan dan keseimbangan para pihak. Perjanjian *Murabahah*, penerapan prinsip persamaan dan keadilan

dalam akad *Murabahah* dimaksudkan untuk menjamin segala hak dan kewajiban para pihak, baik dalam menentukan syarat-syarat akad, dalam pelaksanaan akad, maupun dalam hak dan kewajiban para pihak jika timbul perselisihan diantara mereka.²⁰

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imam Kambali dan Ani Syarifah (2020). Menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap konsumen yang akan melakukan pembelian.²¹ Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afrida Pratiwi,dkk (2019)²² dan Maria Agatha (2017).²³ Menjelaskan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun penelitian terdahulu oleh Aveline Novita Rumengan, dkk (2015). Berdasarkan penelitannya menyatakan bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.²⁴

Berdasarkan hasil observasi yang telah saya amati bahwa situasi di lapangan seperti di beberapa tempat lingkungan rumah, kampus, dan

²⁰ Rio Efendi and Husni Thamrin, “Pembiayaan Murbahah Di PT. Federal International Finance Syariah Pekanbaru.” *Jurnal Tabarru’*: Islamic Banking and Finance Vol. 4, no. 1, (2022): h.28.

²¹ Imam Kambali, “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* Vol. 10, no. 1, (2020): h. 7.

²² Afrida Pratiwi, Dedi Junaedi, and Agung Prasetyo, “Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret” Vol. 2, no. 2 (2019): h.157.

²³ Agatha and Pd, “Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung,” Vol. 3, No. 2, (2018): h.34.

²⁴ A N Rumengan, H N Tawas, and R S Wenas, “Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Cabang Manado” Vol. 3, No. 1 (2015): h. 693.

pasar menggambarkan bahwa perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan jenis premier, yaitu berupa barang sepeda motor ini relatif banyak, hal tersebut dapat dibuktikan pada data jumlah peningkatan unit kendaraan bermotor di kab Serang pada tahun 2016-2021 yang dipublikasikan oleh badan pusat statistik. Adapun kelebihan dari kendaraan pribadi ini adalah untuk menunjang kegiatan sehari-hari agar lebih efektif dan efisien. Hal ini menimbulkan perilaku konsumen yaitu keinginan untuk memiliki atau membeli produk tersebut untuk memenuhi kebutuhannya. Karena terdapat indikator harga produk dinilai cukup tinggi, maka konsumen diberikan beberapa pilihan dalam pengambilan keputusan pembelian yaitu salah satunya dengan menyesuaikan pendapatan. Berdasarkan hasil tersebut, konsumen dengan pendapatan menengah atau rata-rata umr sebagian besar cenderung memilih melakukan pembiayaan secara kredit yaitu sistem pembayaran di muka yang disepakati oleh kedua belah pihak dengan nominal yang lebih ringan. Hal tersebut yang membuat saya tertarik untuk mengambil judul ini karena ada pilihan yang berbeda, termasuk kemungkinan menggunakan pembiayaan berbasis syariah. penelitian ini saya ingin mengetahui apakah faktor harga tinggi dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli kendaraan.

Adapun berdasarkan penelitian terdahulu maka perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel yang diteliti, kondisi serta tahun penelitian. Maka berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan telaah ilmiah yang berjudul

“PENGARUH HARGA DAN PEMAHAMAN RIBA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI KENDARAAN MELALUI PEMBIAYAAN SYARIAH”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Terdapat perbedaan pembiayaan syariah dan pembiayaan konvensional
2. Pembiayaan syariah memiliki risiko dalam operasionalnya yang disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal.
3. Ketidakmampuan pihak pembiayaan dalam menghasilkan pendapatan atau ketidakmampuan konsumen dalam memenuhi kewajibannya merupakan risiko yang sering terjadi dalam kegiatan pembiayaan.
4. Harga menjadi salah satu pertimbangan utama dalam mengambil keputusan pembelian, sehingga harga tinggi menjadi perhatian utama konsumen dalam memutuskan pembelian.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka dapat diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada harga dan pemahaman riba terhadap keputusan konsumen dalam membeli kendaraan.
2. Sistem pembiayaan yang digunakan dalam jual beli kendaraan pada penelitian ini yaitu pembiayaan *murabahah*.
3. Objek dilakukan di PT Federal International Finance.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (Y) dalam membeli kendaraan bermotor di PT. Federal International Finance ?
2. Apakah pemahaman riba (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (Y) dalam membeli kendaraan bermotor di PT. Federal International Finance ?
3. Apakah harga (X_1) dan pemahaman riba (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (Y) dalam membeli kendaraan bermotor di PT. Federal International Finance ?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga (X_1) signifikan terhadap keputusan konsumen (Y) dalam membeli kendaraan bermotor di PT. Federal International Finance.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah pemahaman riba (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (Y) dalam membeli kendaraan bermotor di PT. Federal International Finance.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga (X_1) dan pemahaman riba (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen (Y) dalam membeli kendaraan bermotor di PT. Federal International Finance.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak berikut :

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan dalam ilmu dan diharapkan sebagai literatur yang baru bagi daftar kepustakaan untuk memperkaya referensi karya ilmiah di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

2. Bagi Masyarakat (Umum)

Penelitian ini memberikan manfaat dan dapat digunakan oleh masyarakat umum untuk melihat perilaku konsumsi dalam mengambil keputusan pembelian kendaraan sepeda motor, yang selanjutnya dapat di praktikan dalam kehidupan sehari-hari sebagai aturan hukum Islam.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan serta wawasan bagi penulis, khususnya mengenai tema penelitian yang diambil.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka. Teori yang didapat akan menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang diteliti oleh penulis, hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode analisis yang digunakan dalam penelitian dan data-data yang digunakan beserta sumber data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, pengujian hipotesis, dan analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang telah diperoleh.