

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia secara luas dikenal sebagai negara mayoritas Muslim, dengan sekitar 245,9 juta penduduk, yang mencakup sekitar 87% dari total populasi 282,4 juta jiwa¹. Struktur demografis ini mencerminkan peluang besar untuk kemajuan sistem keuangan berbasis syariah di negara ini. Salah satu lembaga keuangan syariah utama adalah bank syariah, yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dengan menerapkan kontrak yang sesuai dengan hukum Islam dalam kegiatan seperti menyimpan dana, pembiayaan dan operasi bisnis lainnya². Potensi ini semakin menonjol seiring dengan meningkatnya penerimaan masyarakat terhadap sistem ekonomi Islam. Penerimaan tersebut ditunjukkan oleh peningkatan jumlah lembaga keuangan Syariah yang konsisten dari waktu ke waktu³. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang diterbitkan pada Desember 2024, terdapat 33 lembaga perbankan Islam yang beroperasi di Indonesia, terdiri dari 14 Bank Umum Syariah (BUS)

¹ BPS, 'Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), 2025', <<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>> [accessed 25 September 2025].

² Farid Ardyansyah, 'Manajemen Resiko Pada Pembiayaan Murabahah Di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Sugio Lamongan', *TIJARAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3.1 (2024), 1–13.

³ Dheti Septiana, 'Pengaruh Transparansi, Tingkat Margin, Dan Kepatuhan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah Di BMT Ihsanul Fikri (BIF) Cabang Parangtritis Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi', *Skripsi* (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2022), 1.

dan 19 Unit Usaha Syariah (UUS), serta 173 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)⁴.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Al Mabruur Babadan merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang terus mengalami perkembangan, termasuk melalui kantor cabangnya di Lamongan. PT. BPR Syariah Al Mabruur Babadan didirikan pada 10 Juni 2000 sebagai bank syariah pertama di Kabupaten Ponorogo dengan kegiatan utama mengumpulkan dana masyarakat dan mengembalikannya ke fasilitas pembiayaan. Seiring dengan perkembangannya, BPRS Al Mabruur Babadan menghadirkan berbagai produk berbasis prinsip syariah, antara lain tabungan dengan akad *wadiah* (tabungan *wadiah*, tabungan Simpel (Simpanan Pelajar), dan tabungan paket kurban (Tapakur), deposito *mudharabah*, serta berbagai jenis pembiayaan yang menggunakan prinsip *murabahah* dan *musyarakah*, seperti pembiayaan UMKM, Sergur (Sertifikasi Guru), dan Kolektif Swasta⁵.

Kinerja BPRS Al Mabruur Babadan menunjukkan hasil yang positif pada tahun 2024. Berdasarkan laporan tahunan, total aset mencapai Rp65,9 miliar atau tumbuh 72% (*year-on-year*), dengan pencapaian 82% dari target Rencana Bisnis Bank (RBB). Dana Pihak Ketiga (DPK) meningkat menjadi Rp52,4 miliar naik Rp22,5 miliar atau tumbuh 75,8 % dibandingkan dengan tahun 2023 Rp29,8 miliar dengan pencapaian 81,3% dari RBB 2024. Dari sisi

⁴ OJK, 'Statistik Perbankan Syariah Desember 2024', <<https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2024>> [accessed 25 September 2025].

⁵ Kharisma Mujahidin, 'Strategi Digital Marketing Bpr Syariah Al-Mabruur Ponorogo', *Skripsi* (IAIN Ponorogo, 2023), 56-73.

intermediasi, total penyaluran pembiayaan tercatat sebesar Rp48 miliar naik Rp23 miliar atau tumbuh 92% dibandingkan dengan tahun 2023 Rp25 miliar dengan pencapaian target sebesar 79,8% dari RBB 2024⁶.

Fenomena yang menjadi perhatian dalam kinerja positif BPRS Al Maburr Babadan tahun 2024 adalah jumlah Realisasi Pembiayaan yang disalurkan mengalami peningkatan signifikan yakni sebesar 92% dibanding tahun sebelumnya. Pencapaian tersebut dapat dilihat melalui gambar dibawah ini⁷:

**Gambar 1. 1 Realisasi Pembiayaan BPRS Al-Maburr Babadan
(dalam miliar)**



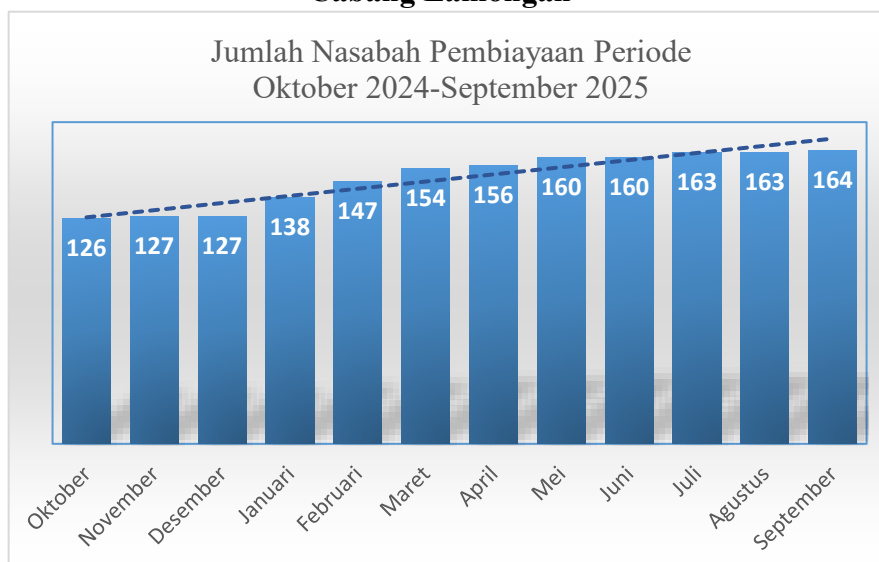
Sumber: Website BPRS Al Maburr Babadan, 2025

⁶ BPRS Al-Maburr Babadan, 'Laporan Tahunan 2024', <https://bprsalmaburrbabadan.co.id/?taxonomy=nav_menu&term=laporan> [accessed 23 September 2025].

⁷ BPRS Al-Maburr Babadan, 'Laporan Tahunan 2024', <https://bprsalmaburrbabadan.co.id/?taxonomy=nav_menu&term=laporan> [accessed 23 September 2025].

Penyaluran pembiayaan BPRS Al Maburr Babadan berdasarkan data laporan realisasi yang ditunjukkan pada gambar di atas, pada tahun 2021 total pembiayaan yang disalurkan mencapai Rp36.724.675.000 Miliar. Namun, pada tahun 2022 dan 2023 terjadi penurunan masing-masing menjadi Rp28.686.640.000 dan Rp25.024.547.000 Miliar. Selanjutnya, pada tahun 2024, penyaluran pembiayaan mengalami lonjakan yang signifikan hingga mencapai Rp48.042.224.000 Miliar, atau meningkat sebesar 92% dibandingkan tahun 2023. Nilai tersebut sekaligus merupakan angka penyaluran tertinggi dalam empat tahun terakhir. Sejalan dengan peningkatan tersebut, jumlah nasabah pembiayaan juga terus mengalami pertumbuhan. Data peningkatan jumlah nasabah pembiayaan BPRS Al-Maburr Babadan seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:

Gambar 1. 2 Jumlah Nasabah Pembiayaan BPRS Al Maburr Babadan Cabang Lamongan



Sumber: Data Primer PT. BPRS Al-Maburr Babadan, 2025

Jumlah nasabah PT. BPRS Al Maburr Babadan Cabang Lamongan berdasarkan gambar di atas menunjukkan adanya peningkatan dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Kondisi tersebut mencerminkan meningkatnya minat masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan berbasis syariah. Peningkatan minat sendiri merupakan proses penguatan atau pengembangan ketertarikan melalui pendidikan, pengalaman langsung, motivasi *intrinsik*, maupun strategi pemasaran, dengan tujuan mengubah minat pasif menjadi minat aktif sehingga mendorong partisipasi yang lebih tinggi dan berkelanjutan, baik dalam pembelajaran maupun konsumsi produk⁸.

Peningkatan jumlah nasabah dan penyaluran pembiayaan tersebut menunjukkan adanya proses pengambilan keputusan oleh masyarakat dalam memilih menjadi nasabah pembiayaan. Keputusan tersebut tidak terjadi secara spontan, keputusan pelanggan untuk mendapatkan pembiayaan pada dasarnya merupakan proses mengidentifikasi dan memilih alternatif yang paling sesuai dari berbagai pilihan yang tersedia. Dalam konteks ini, pengambilan keputusan yang cermat dan matang sangat penting untuk mengurangi kemungkinan kendala atau tantangan potensial. Menurut Kotler, pilihan produk pembiayaan dibentuk banyak faktor yang saling terkait, yang berasal dari dalam diri individu (*personal, psychological*) dan dari luar individu (*social, bank*)⁹. Faktor-faktor seperti promosi yang dilakukan bank, tingkat

⁸ Nisfiah Alviana, Ahmadi, and Moh. Asra, 'Peningkatan Minat Konsumen Melalui Strategi Pemasaran', *Iltizam : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2.1 (2024), 123.

⁹ Detria Fauziah Pramesti and Sugeng Hadi Utomo, 'Analisis Suku Bunga, Jangka Waktu Kredit, Dan Kemudahan Kredit Terhadap Keputusan Kredit UMKM', *Jurnal Manajemen*, 14.2 (2022), 377.

pendapatan masyarakat, kemudahan prosedur pembiayaan, serta persepsi terhadap kepatuhan syariah diduga memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan tersebut.

Aktivitas promosi yang dilakukan oleh bank Islam merupakan faktor penting yang memengaruhi pelanggan untuk menggunakan bank tersebut. Promosi adalah strategi pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, mengingatkan, dan membentuk persepsi pasar sasaran mengenai perusahaan dan penawarannya, sehingga mendorong penerimaan, penggunaan, dan loyalitas berkelanjutan terhadap produk atau layanan yang diberikan¹⁰. Semakin besar intensitas upaya promosi yang dilakukan oleh bank syariah, semakin luas tingkat kesadaran publik mengenai keberadaan dan penawaran produk mereka, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan memengaruhi niat nasabah untuk memilih dan berinteraksi dengan bank tersebut. Argumen ini didukung oleh temuan Tri Rahmitasari (2023), yang menunjukkan bahwa aktivitas promosi memiliki dampak positif dan signifikan secara statistik terhadap pilihan yang dibuat oleh pelanggan untuk mengajukan pembiayaan mudharabah di cabang Bank Syariah Mandiri Banda Aceh¹¹. Namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian Farid Hidayat 2024 yang menemukan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan

¹⁰ Chairunnisa Dian Puspa, 'Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah Berbasis Digital Fintech (Financial Technology) Terhadap Pelayanan Nasabah', *SANTRI : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1.5 (2023), 77.

¹¹ Tri Rahmitasari, 'Pengaruh Faktor Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengajukan Pembiayaan Mudharabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soetta 1', *Skripsi* (UIN Mataram, 2023), 1-55.

pengusaha mikro dan kecil di Kabupaten Temanggung untuk menjadi nasabah lembaga keuangan syariah¹².

Prosedur pembiayaan merupakan faktor kedua yang turut memengaruhi minat nasabah. Secara umum, individu menunjukkan preferensi alami terhadap kemudahan dalam melakukan berbagai aktivitas, termasuk proses pengajuan pembiayaan di lembaga keuangan. Permintaan akan pendanaan yang aman, efisien, dan mudah diakses mendorong pelanggan untuk pilih lembaga yang memiliki prosedur yang jelas, sederhana, dan tidak kompleks. Dalam konteks ini, prosedur pembiayaan mengacu pada serangkaian persyaratan dan tahapan yang harus diselesaikan oleh pelanggan untuk mengakses fasilitas pembiayaan¹³. Munawar Thoharudin menekankan bahwa prosedur yang mudah dan tidak rumit merupakan pertimbangan utama bagi pelanggan ketika memutuskan untuk mendapatkan kredit dari lembaga keuangan¹⁴. Ketika proses pembiayaan efisien dan persyaratan aplikasi mudah dipenuhi, mulai dari dokumentasi awal hingga tahap pencairan, pelanggan lebih cenderung termotivasi untuk melanjutkan pembiayaan. Perspektif ini didukung oleh temuan Yuyun Nanik Rahayu (2022), yang menunjukkan bahwa proses pembiayaan berdampak positif dan signifikan pada keputusan klien untuk berpartisipasi dalam pembiayaan multiguna di Bank Aceh Capem Kampung

¹² Farid Hidayat, 'Analysis of the Decision of Micro and Small Entrepreneurs to Become Customers of Sharia Financial Institutions', *Journal of Business and Management Review*, 5.9 (2024), 802–18.

¹³ Anggita Vincentia Marpaung, 'Analisis Prosedur Pemberian Kredit Dana Pensiun Pada PT. Bank Mandiri Taspen KC Medan', *Skripsi* (Universitas HKBP Nommensen, 2022), 12-13.

¹⁴ Dina Fitriana, 'Analisis Pengaruh Pendapatan Nasabah, Tingkat Margin Dan Kemudahan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan Murabahah Di BMT Mentari Umat Wangon', *Skripsi* (UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri, 2023), 7.

Aie Simeulue¹⁵. Sebaliknya, Ahmad Hakim dkk. (2024) melaporkan hasil yang berbeda, menyimpulkan bahwa keputusan karyawan untuk mendapatkan pembiayaan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh prosedur pembiayaan dari koperasi syariah¹⁶.

Aspek persepsi kepatuhan syariah juga memiliki peranan penting selain kedua faktor tersebut. Kepatuhan syariah mengacu pada penerapan prinsip-prinsip Islam di seluruh aktivitas yang berkaitan dengan pengelolaan dana nasabah oleh Dewan Pengawas Syariah. Landasan inti yang membimbing operasional perbankan syariah diwujudkan dalam produk-produk yang ditawarkan, yang disusun agar bebas dari bunga melalui penerapan mekanisme bagi hasil, sekaligus menghindari unsur ketidakpastian (*gharar*) dan perjudian (*maysir*). Selain itu, bank-bank syariah menekankan investasi di sektor-sektor halal dan memastikan bahwa semua praktik bisnis dilakukan sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah¹⁷. Menurut Bonita & Anwar, kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah didasarkan pada keyakinan bahwa operasional bank dijalankan sesuai syariat Islam¹⁸. Dengan

¹⁵ Yuyun Nanik Rahayu, 'Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Konsumtif Multiguna Pada Bank Aceh Capem Kampung Aie Simeulue', *Skripsi* (UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2022), 1-104.

¹⁶ Ahmad Hakim, Mukhamad Najib, and Farit Mochamad Afendi, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Karyawan Dalam Mengambil Pembiayaan Di Koperasi Syariah', *IRTIQO': Postgraduate Journal of Islamic Economics, Finances and Accounting Studies*, 3.1 (2024), 160–80.

¹⁷ Citra Pertiwi Lailatul Badi'ah, Mufti Fiandi, 'Pengaruh Strategi Word Of Mouth (WOM), Sharia Compliance, Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Palembang', *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 1.2 (2022), 4.

¹⁸ Ika Kurniawati, 'Pengaruh Persepsi Kepatuhan Prinsip Syariah Dan Penerapan Jatidiri Koperasi Terhadap Kinerja Ekonomi Pada Bmt Nasyaatul Ummah Kemranjen', *Skripsi* (UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri, 2023), 6.

demikian, nasabah tertarik memilih layanan jasa perbankan syariah bukan hanya karena produk dan prosedurnya, tetapi juga karena garansi bahwa tindakan yang dilakukan benar-benar sesuai dengan prinsip syariah. Argumen ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya oleh Allan Harris dkk. (2023), yang menunjukkan bahwa kepatuhan Syariah memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pilihan pelanggan untuk menggunakan pembiayaan *murabahah* di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Lampung Tengah¹⁹. Sebaliknya, sebuah studi oleh Muhammad Nasir dkk. (2022) melaporkan temuan yang berbeda, mengungkapkan bahwa kepatuhan syariah tidak berdampak signifikan pada preferensi konsumen terhadap produk perbankan Islam²⁰.

Berdasarkan studi-studi sebelumnya, dapat diidentifikasi adanya kesenjangan penelitian, yang tercermin dalam *inkonsistensi* temuan, sehingga menyoroti perlunya investigasi lebih lanjut untuk mencapai pemahaman yang lebih komprehensif. Salah satu aspek yang masih relatif kurang dieksplorasi adalah hubungan antara pendapatan dan keputusan pelanggan dalam memilih pembiayaan. Oleh karena itu, studi ini memasukkan pendapatan sebagai variabel tambahan untuk meningkatkan kerangka analitis dan membedakannya dari penelitian sebelumnya. Pendapatan didefinisikan sebagai total

¹⁹ Allan Harris, Rizka Komariah, and Nurdiana Sari, 'Pengaruh Kepatuhan Syariah Dan Transparasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Pembiayaan Murabahah (Study Pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Lampun Tengah)', *Jurnal Of Syariah Economic And Halal Tourism*, 1.2 (2023), 33–38.

²⁰ Muhammad Nasir and others, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Tata Kelola, Dan Kepatuhan Syariah Dalam Preferensi Memilih Produk Bank Syariah', *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 7.1 (2022), 39–50.

penghasilan yang diterima, baik dalam bentuk tunai maupun non-tunai, yang diperoleh dari penjualan barang dan jasa²¹. Temuan penelitian yang dilakukan oleh Nadiya Khanifa dan Faiqul Hazmi tahun 2024 dengan judul “Penerapan Metode MOORA dalam Penyeleksian Kelayakan Nasabah Penerima Pembiayaan” memperkuat pentingnya variabel ini dengan menunjukkan bahwa pendapatan merupakan salah satu kriteria utama dalam menilai kelayakan penerima pembiayaan di lembaga keuangan. Dalam proses seleksi calon penerima pembiayaan, pendapatan, bersama dengan aset dan rasio hutang, digunakan sebagai *indikator finansial* utama. Penelitian tersebut menggunakan metode MOORA (*Multi Objective-Optimization by Ratio Analysis*) untuk menilai kelayakan nasabah secara sistematis dan terukur. Hasilnya menunjukkan bahwa pendapatan berperan signifikan dalam menentukan peringkat dan kelayakan nasabah untuk memperoleh pembiayaan²². Pendapatan dipandang sebagai variabel yang memiliki pengaruh penting terhadap pengambilan keputusan seseorang untuk menjadi nasabah pembiayaan, karena tingkat pendapatan mencerminkan kemampuan finansial dan kelayakan nasabah dalam memenuhi kewajiban pembiayaan di lembaga keuangan syariah.

²¹ Dina Fitriana, ‘Analisis Pengaruh Pendapatan Nasabah, Tingkat Margin Dan Kemudahan Prosedur Pembiayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan Murabahah Di BMT Mentari Umat Wangon’, *Skripsi* (UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri, 2023), 6.

²² Nadiya Khanifa and Faiqul Hazmi, ‘Penerapan Metode MOORA Dalam Penyeleksian Kelayakan Nasabah Penerima Pembiayaan’, *Al-Iqtishod (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6.2 (2024), 208–24.

Industri perbankan nasional yang semakin kompetitif menuntut setiap lembaga keuangan, termasuk BPRS, untuk memiliki strategi *diferensiasi* yang mampu menarik dan mempertahankan nasabah. Persaingan ini terjadi bukan hanya antara bank syariah dan bank konvensional, tetapi juga antara lembaga keuangan islam itu sendiri²³. Kondisi ini menuntut BPRS untuk memperkuat keunggulan *kompetitif* melalui strategi pemasaran yang *adaptif*, peningkatan kualitas pelayanan, serta penguatan citra sebagai lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip syariah²⁴. Penelitian ini menjadi penting untuk mengidentifikasi unsur-unsur penting yang memengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi nasabah pembiayaan, sehingga hasilnya dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktik untuk kemajuan ilmu pemasaran syariah, khususnya bagi BPRS Al Maburr dalam merumuskan strategi keberlanjutan di tengah persaingan perbankan yang semakin ketat di Indonesia.

Peneliti ingin mengetahui dan memahami lebih lanjut tentang pengaruh promosi, pendapatan, proses pembiayaan, dan persepsi kepatuhan syariah terhadap pengambilan keputusan nasabah pembiayaan di lembaga keuangan secara *parsial* maupun *simultan*. Penelitian ini dilakukan berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas dan adanya celah. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

²³ Ana Eka Saputri, 'Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Positioning Terhadap Motivasi Masyarakat Kediri Memilih Produk Tabungan Faedah Di BRI Syariah Kantor Cabang Kediri', *Skripsi* (IAIN Ponorogo, 2024).

²⁴ Frans Sudirjo, Arif Zunaidi, and Aldila Septiana, 'Increasing The Competitive Advantage Of Sharia Rural Financing Banks (BPRS) Products Through A Marketing Mix Strategy : The Approach Of', *WADIAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 8.2 (2024), 26–51.

“Pengaruh Promosi, Pendapatan, Prosedur Pembiayaan Dan Persepsi Kepatuhan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Di BPRS Al Mabrur Babadan Cabang Lamongan”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Realisasi pembiayaan BPRS Al Mabrur Babadan pada tahun 2024 mengalami peningkatan yang signifikan sekaligus menjadi capaian tertinggi dalam empat tahun terakhir. Sejalan dengan hal tersebut, jumlah nasabah pembiayaan juga terus bertambah, namun hingga saat ini faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah masih belum diketahui di BPRS Al Mabrur Babadan Cabang Lamongan.
2. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya *inkonsistensi* temuan terkait pengaruh variabel promosi, prosedur pembiayaan, dan persepsi kepatuhan syariah terhadap pilihan konsumen untuk produk pembiayaan bank syariah. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut.
3. Hubungan antara pendapatan dan keputusan menjadi nasabah pembiayaan masih jarang diteliti, padahal pendapatan merupakan faktor penting yang sering dijadikan acuan dalam menilai kelayakan calon penerima pembiayaan di lembaga keuangan.
4. BPRS Al Mabrur Babadan Cabang Lamongan memerlukan pemahaman yang lebih komprehensif tentang komponen yang memengaruhi keputusan

pelanggan, guna merumuskan strategi keberlanjutan yang *efektif* dalam mempertahankan serta meningkatkan tingkat kepercayaan nasabah, khususnya di tengah kompetisi yang semakin ketat di industri perbankan syariah.

C. Pembatasan Masalah

Fokus penelitian ini akan terbatas pada variabel-variabel yang berkaitan dengan promosi, pendapatan, prosedur pembiayaan dan persepsi kepatuhan syariah terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BPRS Al Mabrur Babadan Cabang Lamongan. Ini akan membuat penelitian ini lebih terfokus.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini, berdasarkan latar belakang masalah di atas, adalah:

1. Apakah promosi, pendapatan, prosedur pembiayaan dan persepsi kepatuhan syariah berpengaruh secara *simultan* terhadap keputusan untuk menjadi nasabah pembiayaan di BPRS Al Mabrur Babadan Cabang Lamongan?
2. Apakah promosi berpengaruh secara *parsial* terhadap keputusan untuk menjadi nasabah pembiayaan di BPRS Al Mabrur Babadan Cabang Lamongan?
3. Apakah pendapatan berpengaruh secara *parsial* terhadap keputusan untuk menjadi nasabah pembiayaan di BPRS Al Mabrur Babadan Cabang Lamongan?

4. Apakah prosedur pembiayaan berpengaruh secara *parsial* terhadap keputusan untuk menjadi nasabah pembiayaan di BPRS Al Mabrur Babadan Cabang Lamongan?
5. Apakah persepsi kepatuhan syariah berpengaruh secara *parsial* terhadap keputusan untuk menjadi nasabah pembiayaan di BPRS Al Mabrur Babadan Cabang Lamongan?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana promosi, pendapatan, prosedur pembiayaan, dan persepsi kepatuhan syariah memengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah pembiayaan di BPRS Al Mabrur Babadan Cabang Lamongan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menentukan variabel mana yang paling signifikan memengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah pembiayaan di Bank tersebut.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Studi ini diharapkan dapat menghasilkan bukti empiris mengenai pengambilan keputusan pelanggan dalam pembiayaan. Selain itu, temuannya dapat berfungsi sebagai sumber pengetahuan tambahan bagi mahasiswa, khususnya mereka yang mengambil jurusan ekonomi Islam di Universitas Trunodjoyo Madura. Diharapkan juga bahwa penelitian

ini akan berfungsi sebagai referensi yang bermanfaat bagi para sarjana di masa mendatang yang tertarik untuk mengeksplorasi topik serupa.

2. Manfaat Teoritis

Temuan studi ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan yang ada dan memperkuat pemahaman teori yang diperoleh selama studi akademis, sehingga memungkinkan penerapannya dalam konteks bisnis praktis di dunia nyata.

3. Manfaat Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan rekomendasi yang berharga bagi lembaga keuangan Islam, khususnya BPRS Al Mabur Babadan, Cabang Lamongan, dalam mengembangkan strategi berkelanjutan yang bertujuan untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

F. Kajian Pustaka

Agar penelitian mendapatkan hasil yang maksimal, peneliti memaparkan hasil penelitian terdahulu sebagai pedoman melakukan penelitian yang akan dilakukan, diantaranya yaitu:

1. Skripsi Danu Prasetiawan, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2021, dengan judul “*Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Pada Koperasi Murni Amanah Sejahtera Merjosari Malang)*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kualitas produk berpengaruh positif

signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini terletak pada variabel promosi yang sama-sama dianalisis pengaruhnya terhadap keputusan nasabah. Adapun perbedaannya, penelitian Danu Prasetiawan menambahkan variabel independen yakni kualitas produk selain promosi, sedangkan selain promosi peneliti menambahkan variabel independen lain yakni pendapatan, prosedur pembiayaan, dan persepsi kepatuhan syariah selain .

2. Jurnal Dhea Nita Syafina Rambe dkk., Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara 2023, dengan judul *“Pengaruh Pemahaman dan Pendapatan Pedagang Tetap Terhadap Keputusan Menggunakan Asuransi Kebakaran (Studi Kasus Pedagang Sigambal, Rantau Selatan, Labuhan Batu”*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman dan pendapatan pedagang berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan menggunakan asuransi, baik secara parsial maupun simultan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini yakni sama-sama meneliti pengaruh pendapatan terhadap keputusan penggunaan layanan keuangan. Adapun perbedaannya pada objek penelitian, di mana penelitian Rambe dkk. fokus pada keputusan penggunaan asuransi kebakaran, sementara penelitian ini berfokus pada keputusan pembiayaan bank syariah.
3. Skripsi Secilya Resti Kurniantik, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang 2023, dengan judul

“Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan, Prosedur Pembiayaan, Margin, dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Pembiayaan Murabahah di BSI KCP Rembang Sudirman”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir setengah nasabah merasa kurang puas terhadap kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan dinilai cukup memudahkan, margin sesuai dengan harapan, sedangkan kualitas produk masih dianggap kurang layak. Hubungan antara penelitian ini dan penelitian peneliti saat ini yakni sama menggunakan variabel prosedur pembiayaan. Adapun perbedaannya yakni penelitian Secilya Resti Kurniantik lebih menekankan pada peningkatan kepuasan dan minat pembiayaan di bank syariah, sedangkan penelitian ini fokus pada keputusan memakai pembiayaan dengan menambahkan variabel promosi, pendapatan, dan kepatuhan syariah.

4. Skripsi Muhammad Rafi Adisatya, Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2024, dengan judul *“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kepatuhan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat di KSPPS Sumber Makmur Sejahtera Jepara”*. Hasil studi menunjukkan bahwa promosi, kualitas pelayanan, dan kepatuhan syariah berpengaruh positif signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat menabung. Persamaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah adanya variabel promosi dan kepatuhan syariah yang sama-sama diteliti, tetapi perbedaan terletak pada objek yang dianalisis, di mana penelitian Adisatya

berfokus pada minat menabung, sedangkan penelitian ini fokus pada keputusan mengambil pembiayaan.

5. Skripsi Sanana Gupa, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya 2022, dengan judul *“Pengaruh Kepatuhan Syariah dan Banking Service Quality Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palangka Raya I”*. Hasil studi menunjukkan kepatuhan syariah maupun kualitas layanan perbankan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, baik secara parsial maupun bersamaan. Penelitian ini mirip dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti saat ini, karena keduanya meneliti elemen kepatuhan syariah yang memengaruhi perilaku nasabah di bank syariah. Namun, perbedaannya adalah penelitian Sanana Gupa berfokus pada kepuasan nasabah, sedangkan penelitian ini berfokus pada keputusan pengambilan pembiayaan di bank syariah.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibedakan menjadi lima bab antara lain:

BAB I PENDAHULUAN: Bab ini memberikan gambaran umum pengantar tesis secara keseluruhan. Bab ini mencakup latar belakang penelitian, pernyataan masalah, tujuan dan signifikansi penelitian, tinjauan pustaka, serta struktur penulisan.

BAB II KERANGKA TEORITIK: Bab ini menguraikan landasan teori yang digunakan untuk mengatasi masalah penelitian. Pembahasan mencakup teori-teori yang berkaitan dengan Bank Pedesaan Islam dan pembiayaan Islam, promosi, pendapatan, prosedur pembiayaan, persepsi kepatuhan Syariah, dan pengambilan keputusan pelanggan.

BAB III METODE PENELITIAN: Bab ini menjelaskan pendekatan metodologis yang diterapkan dalam penelitian. Bab ini mencakup desain penelitian, lokasi penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN: Bab ini menyajikan dan menganalisis temuan penelitian secara komprehensif. Bab ini mencakup gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis, dan diskusi mendalam tentang-temuan.

BAB V PENUTUP: Bab ini menguraikan kesimpulan yang diperoleh dari temuan keseluruhan studi dan memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, khususnya terkait dengan penambahan atau pengembangan variabel tambahan.