ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH PENSIUN MELAKUKAN TAKE OVER PEMBIAYAAN DARI BANK KONVENSIONAL KE BANK SYARIAH

(Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh:

Rahmalina
3314.314

PROGRAM STUDI SI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
2018

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang judul **"Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Pensiun Melakukan Take Over Pembiayaan Dari Bank Konvensional ke Bank Syariah"** yang disusun oleh **RAHMALINA, NIM :3314.314** telah diuji dalam Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi, pada hari Selasa, Tanggal 15 Agustus 2018 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Srata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah.

Bukittinggi, Agustus 2018

Ketua

Dra. Rusyaida, M., Ag
NIP. 196211101999031001

Dosen Pembimbing
Pembimbing I

Dra. Rusyaida, M.,Ag
NIP. 196906091997032001

Tim Penguji
Penguji I

Dr. Iiz Izmuddin, MA
NIP.197503032001121007

Pembimbing II

Rahmi, MA
NIP. 197605152009012002

Penguji II

Sandra Dewi, SE., MM
NIP.197307172014112002

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Harfandi, SE., M.Si
NIP. 196211101999031001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama **RAHMALINA, NIM 3314.314** dengan judul**"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Pensiun Melakukan Take Over Pembiayaan Dari Bank Konvensional Ke Bank Syariah"**, memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, Juli 2018

Dosen Pembimbing I	**Dosen Pembimbing II**
Dra. Rusyaida,.M.Ag	**Rahmi,MA**
NIP. 196906091997032001	**NIP. 197605152009012002**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

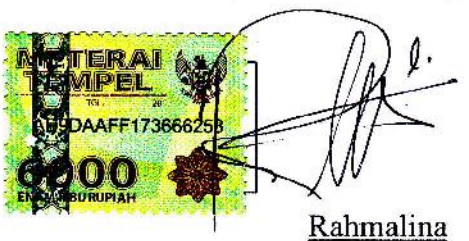
Nama/NIM	: Rahmalina/3314.314
Tempat/ Tangal Lahir	: Tingkarang/21 April 1995
Fakultas/ Jurusan Syariah	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan
Judul Skripsi	:Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Pensiun Melakukan Take Over Dari Bank Konvensional ke Bank Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya karya ilmiah (skripsi/tugas akhir) dengan judul di atas adalah **benar** asli karya penulis. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri. Maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Agustus 2018

Penulis,



Rahmalina

3314.314

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

Alhamdulillahirabbil`alamin. Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis telah dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **"Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Pensiun Melakukan Take Over Pembiayaan Dari Bank Konvensional ke Bank Syariah"**. Juga tidak lupa pula penulis mengucapkan shalawat beriring salam kepada Nabi junjungan kita yaitu Nabi Muhammmad SAW, beserta segenap keluarga dan sahabat serta pengikut beliau yang setia hingga akhir zaman. Sebagai ungkapan rasa syukur dan terimakasih penulis atas terwujudnya penyelesaian skripsi ini. Sebagai suatu keharusan dan salah satu syarat bagi mahasiswa program strata satu (S1) IAIN Bukittinggi dalam menyelesaikan studi untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi nantinya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai macam halangan dan rintangan. Namun, penulisan skripsi ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dan bimbingan dengan penuh ketulusan dan keikhlasan dari beberapa pihak. Karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga, pertama sekali kepada kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda **Amrin Siregar** dan Ibunda **Saibah** yang telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang, kesabaran dan pengorbanan.

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa ada dukungan dan bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, izinkan penulis

mengucapkan rasa syukur kepada orang-orang yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Ibu **Dr.Ridha Ahida, M.Hum** selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Bapak **Harfandi, SE, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam serta Ibu **Sandra Dewi, SE, MM** selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di IAIN Bukittinggi.
2. Bapak **Dr. Miswardi, SH, M.Hum** selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis.
3. Ibu **Dra. Rusyaida, M. Ag** selaku pembimbing I dan Ibu **Rahmi, MA** selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan menyumbangkan buah pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Bukittinggi yang juga memberikan masukan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
5. Bapak/ibu kepala beserta staf perpustakaan IAIN Bukittinggi yang telah menyediakan fasilitas peminjaman buku yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi ini.
6. Pimpinan dan karyawan/i Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi yang telah membantu dan memberikan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan ini.
7. Teman-teman Jurusan S1 perbankan Syariah angkatan 2014 umumnya dan lokal PS.H`14 khususnya pada Sinar Lestari Daulay, Ayu Puspita Sari dan

Julinda, serta mohon maaf pada teman-teman yang tidak tersebut namanya satu persatu, terimakasih atas persahabatan dan kerjasamanya yang selama empat tahun perkuliahan ini.

8. Serta penulis ucapkan terimakasih banyak kepada kakak, abang, adek-adek dan teman-teman (Abi Hurairah, Rahman Syarif, Siti Khadijah, Ahmad Husen, Ade Irma, Minar Harianti, Misbah Hunnur, Yuria Murni) telah memberikan semangat pada penulis sampai skripsi ini bisa penulis selesaikan. Karena itu penulis ucapkan terimakasi banyak selalu memberikan semangat dan dorongan positif pada penulis hingga akhirnya skripsi ini selesai.

Selanjutnya penulis juga meucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini. Penulis berdo`a dan berharap kepada Allah SWT semoga amal dan kebaikan kita semua di ridhai oleh Allah SWT dan bernilai ibadah di hadapan-Nya.

Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya tulis dalam bentuk skripsi dengan harapan bisa bermanfaat bagi kita semua serta dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan.

Bukittinggi, Agustus 2018

Penulis

Rahmalina

3314.314

DAFTAR ISI

Hlm

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI

HALAMAN SURAT PENYERTAAN ORISINALITAS

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI.....iv

DAFTAR TABEL.....vii

ABSTRAK.....viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 6

C. Batasan Masalah..... 7

D. Rumusan Masalah 7

E. Tujuan penelitian 7

F. Manfaat Penelitian 7

G. Penjelasan Judul.....8

H. Kajian Terdahulu 9

I. Sistematika Penulisan 10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Perilaku konsumen

1. Pengertian perilaku konsumen.....11
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....13
3. Perilaku konsumen menurut perspektif islam.....25
4. Proses pengambilan keputusan pembelian.....33

B. Perbedaan take over dan hiwalah

1. Take over 35

a. Pengertian take over.....35

b. Fatwa DSN-MUI tentang pengalihan Hutang.....36

2. Hiwalah 41
a. Pengertian hiwalah.....41
b. Landasan hukum hiwalah.....42
C. Pembiayaan dan pensiun 45
1. Pengertian pembiayaan.....45
a. Jenis pembiayaan.....46
b. Tujuan pembiayaan.....49
c. Fungsi pembiayaan.....50
2. Pensiun.....53
a. Pengertian pensiun.....53
b. Jenis-jenis pensiun.....54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN
A. Jenis penelitian.....56
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 56
C. Data dan Sumber Data 56
D. Populasi dan Sampel 57
E. Variabel Penelitian.....59
F. Instrumen Penelitian 59
G. Teknik Pengumpulan Data.....60
H. Teknik Analisa Data.....60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Monografi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi
1. Sejarah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi 68
2. Visi dan misi Bank Syariah Mandiri 70
3. Produk-produk Bank Syariah Mandiri 71
B. Deskriptif Responden.....77
C.Gambaran Distribusi Responden.....72
D. Pembahasan Dan Analisa Data 83
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....103

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....108

B. Saran 109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Hlm

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....77
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....78
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....79
Tabel 4.4 Tanggapan responden variabel X^1.....80
Tabel 4.5 Tanggapan responden variabel X^2.....81
Tabel 4.6 Tanggapan responden variabel X^3.....82
Tabel 4.7 Tanggapan responden variabel X^4.....83
Tabel 4.8 Tanggapan respon variabel X^5.....84
Tabel 4.9 Variabel Y.....85
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel X^1.....86
Tabel 4.11 Hasil uji validitas variabel X^2.....87
Tabel 12. Hasil Uji validitas X^3 88
Tabel 13. Hasil Uji Validitas X^4 89
Tabel 14. Hasil Uji Validitas X^5 90
Tabel 15. Hasil Uji Validitas Y 90
Tabel 16. Uji reliabel..... 92
Tabel 17. Hasil regresi linear berganda 93
Tabel 18. Hasil Uji T 96
Tabel 19. Hasil UjI F 99
Tabel 20. Uji koefisien determinan 100
Tabel 21. Hasil uji Kolerasi 102

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Pensiun Melakukan Take Over Pembiayaan Dari Bank Konvensional ke Bank Syariah",** Skripsi ini disusun oleh **Rahmalina, NIM 3314.314**. Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya nasabah pensiun yang memilih melakukan take over pembiayaan. Untuk itu penulis mencoba menganalisis faktor-faktor apa saja yang lebih dominan mempengaruhi nasabah tersebut, yang terdiri dari faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis dan faktor aqidah.

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa faktor-faktor apa saja yang menyebabkan nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah.

Jenis penlitian ini adalah penelitian lapangan (*field Research*) yang bersifat deskriptif. Data di kumpulkan melalui hasil kuisioner sedangkan teknik analisis data yang di gunakan adalah analisa dan kuantitatif yaitu dengan mengunakan regresi linear berganda yaitu : Y= 2,645 + 0,574 X1 -0,508 X2 + 0,464 X3 - 0,303 X4 + 0,427 X5 +e dengan uji validitas, reliabilitas dan uji F.

Hasil pnelitian menunjukkan faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor aqidah berpengaruh terhadap keputusan nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah. Hal ini dapat di buktikan dari hasil didapat hasil nilai *Adjusted R Square*<*R square* dimana nilai *R* sebesar 0,918. Artinya kontribusi dari variabel faktor kebudayaan (X_1), faktor sosial (X_2), faktor pribadi (X_3), faktor psikologis (X_4), faktor aqidah (X_5) adalah sebesar 91,8%. Sedangkan sisanya 8,2 lagi dipengaruhi oleh variabel lain.

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara baik bagi pihak kelebihan dana dengan pihak kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Bank Syariah mempunyai dua fungsi utama yaitu menghimpun dan menyalurkan dana. Penyaluran dana dalam hal ini disebut juga dengan pembiayaan. Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi pihak-pihak yang merupakan *defisit unit.*[1]

Pengikatan pembiayaan dilakukan dalam suatu perjanjian antara bank dan debitur. Suatu perjanjian adalah semata-mata untuk suatu persetujuan yang diakui oleh hukum. Persetujuan ini merupakan kepentingan yang pokok di dalam dunia usaha dan menjadi dasar bagi kebanyakan transaksi dagang seperti jual beli barang, tanah, pemberian kredit, asuransi, pengangkutan barang, pembentukan organisasi usaha dan termasuk juga menyangkut tenaga kerja.

Perjanjian atau *verbintenis* mengandung pengertian suatu hubungan hukum kekayaan/harta benda antara dua atau lebih pihak yang memberi kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk memberi prestasi. Perjanjian

---

[1] Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta:Gema Insani, 2001), hlm. 170

verbintenis adalah hubungan hukum yang oleh hukum itu sendiri diatur dan disahkan cara penghubungannya, oleh karena itu perjanjian mengandung hubungan hukum antara perorangan/*persoon* adalah hubungan yang terletak dan berada dalam lingkungan hukum. Perjanjian atau perikatan diatur dalam buku ke III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Pasal 1313 KUH Perdata memberikan definisi tentang perjanjian sebagai berikut: "Perjanjian adalah suatu perbuatan, dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih."[2] Suatu kontrak atau perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal sebagaimana ditentukan dalam pasal 1320 KUH Perdata. Dengan dipenuhinya empat syarat sahnya perjanjian tersebut, maka suatu perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya.[3]

Salah satu fasilitas pembiayaan yang memakai akad murabahah dalam pelaksanaan adalah *Take Over*. *Take Over* merupakan pengalihan hak dan kewajiban, dalam hukum Islam *Take Over* disamakan dengan pengalihan hutang (*Hiwalah*) dalam hal ini terjadi perpindahan tanggungan atau hak dari satu orang kepada orang lain. Secara sederhana *Take Over* adalah pengalihan hutang nasabah dari bank konvensional ke bank syariah.

---

[2] Wirjono Prodjodikoro. *Azas-azas Perjanjian, (Bandung:*Mandar Maju, 2000), hlm. 52

[3] Suharnoko. *Hukum Perjanjian, Teori dan Analisa Kasus,* (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2007), hlm. 1

Pada Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi *Take Over* disediakan bagi nasabah yang ingin beralih dari bank konvensional ke bank syariah, dan Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi menyediakan *Take Over* untuk pembiayaan pensiun.

Pensiun pegawai dan pensiun janda/duda diberikan sebagai jaminan hari tua dan sebagai penghargaan atas jasa-jasa pegawai negeri selama bertahun-tahun bekerja dalam dinas pemerintahan, pensiun pegawai juga diatur oleh Undang-undang No 11 tahun 1969. Pegawai Negeri Sipil yang akan menerima pemensiunan adalah PNS yang telah mencapai usia sekurang-kurangnya 50 (lima puluh) tahun dan mempunyai masa kerja sekurang-kurangnya 20 (dua puluh) tahun, oleh badan/pejabat yang ditunjuk oleh Depkes berdasarkan peraturan tentang Pengujian Kesehatan PNS dinyatakan tidak dapat bekerja lagi dalam jabatan apapun juga karena keadaan jasmani atau rohani yang disebabkan oleh karena ia menjalankan kewajiban jabatannya.[4]

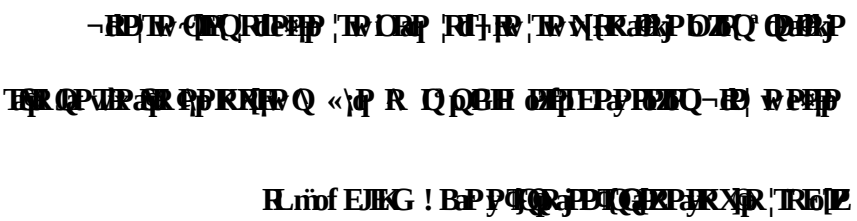
Transaksi perpindahan (*Take Over*) pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah diatur dalam fatwa No. 31/DSN-MUI/VI/2002 tentang pengalihan hutang. Dalam fatwa ini disebutkan ada empat alternatif akad yang dapat digunakan yaitu:[5]

1. *Qard dan Murabahah*
2. *Syirkah al Milk dan Murabahah*
3. *Qard dan Ijarah*

[4] Nainggolan, *Pembinaan Pegawai Negeri Sipil*, (Jakarta:1985), hlm. 250
[5] http://www.dsnmui.or.id diakses pada 25 Oktober 2017 pukul 16.00

4. *Qard dan IMBT (Al-Ijarah al-Muntahiya bit-Tamlik)*

Bank syariah saat ini lebih mendominasi menggunakan alternatif akad 1 (*Qard* dan *Murabahah*) untuk pengalihan hutang. Akad ini secara teori tidak menjadi persoalan karena memang diperbolehkan secara syariah. *Qard* secara bahasa berarti memotong. *Qard* adalah bentuk masdar yang berarti memutus. Mengatakan *qaradtu asy-syai'a bil-miqrad*, aku memutus sesuatu dengan gunting. *Qard* adalah sesuatu yang diberikan oleh pemilik untuk dibayar. Rasulullah saw. Pernah bersabda yang menjelaskan tentang hutang piutang:



Artinya:"*Telah menceritakan kepada kami Abu Kuraib, telah menceritakan kepada kami Waki' dari Ali bin Shalih dari Salamah bin Kuhail dari Abu Salamah dari Abu Hurairah ia berkata; "Rasulullah SAW meminjam (berhutang) kepada seseorang seekor unta yang sudah berumur tertentu. Kemudian beliau mengembalikan pinjaman tersebut dengan unta yang telah berumur yang lebih baik dari yang beliau pinjam. Dan beliau berkata, sebaik-baik kamu adalah mereka yang mengembalikan pinjamannya dengan sesuatu yang lebih baik (dari yang dipinjam).*[6]*" (HR. Tarmidzi)*

Adapun salah satu tujuan dari pada akad qard adalah *ta'awun* atau saling tolong menolong tanpa mengharapkan balasan, yang mana Allah swt telah berfirman didalam Q.S. Al-Maidah/5: 2

[6] Ibnu Hajar al Asqalani, Al Imam Al Hafizh. *Fathul Baari Syarah Shahih Al Bukhari*, (Jakarta:Pustaka Azzam, 2013), hlm. 373

6B8? / 77 / <;* } 4 }BE } 5 A G((<3 E* .? } !H }F/% } 7 F G((<3 E* } ...

MN 5) ' BF

Artinya *:"...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya".*[7]

Dan yang lebih penting lagi adalah dalam implementasinya di perbankan tidak boleh terjadi *ba'i garar,* sebagaimana yang didefinisikan oleh Adiwarman Karim bahwa *garar* yaitu suatu transaksi yang mengandung ketidakpastian bagi kedua belah pihak yang melakukan transaksi sebagai akibat dari diterapkannya kondisi ketidakpastian dalam suatu akad yang secara alamiahnya seharusnya mengandung kepastian.[8]

Murabahah adalah istilah dalam fiqih Islam yang berarti transaksi jual beli suatu barang sebesar harga perolehan barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak, di mana penjual mengkonfirmasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.

Pembiayaan di Bank Syariah dilakukan dengan prinsip kerja sama melalui sistem berbagi keuntungan, sehingga nasabah tidak di bebankan bunga kredit sebagaimana pada bank umum. Pada Bank umum nasabah yang melakukan pembiayaan dengan cicilan tahun ke-1 dan ke-2 besarnya cicilan masih tetap dan tahun ke 3 tergantung kondisi ekonomi, jika kondisi ekonomi berubah maka akan terjadi kenaikan tingkat suku bunga

[7] Burhanudin. *Al-Qur'an Keluarga,* (Bandung: CV. Media Fitrah Rabbani, 2009), hlm. 106.

[8] Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, edisi ke-4, (Jakarta: RajaGrafindo Persada,2011), hlm. 36

dan akhirnya berdampak pada besarnya cicilan yang harus dibayarkan ke bank. Cicilan yang tadinya rendah tiba-tiba bisa naik drastis karena mengikuti perkembangan tingkat suku bunga. Selain dari ketidak tetapan besarnya cicilan, penyebab lainnya yaitu dipengaruhi oleh agama (sesuai prinsip syariah).

Adapun jumlah nasabah pensiun yang melakukan *Take Over* pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi pada tahun 2016 sebanyak 65 nasabah dan pada tahun 2017 terjadi peningkatan yaitu sebanyak 100 nasabah. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian yang berkaitan dengan *Take Over* pembiayaan. Hasil penelitian tersebut dituangkan lebih lanjut dalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi yang berjudul **VAnalisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Pensiun Melakukan Take Over Pembiayaan Dari Bank Konvensional Ke Bank S***A***/ <***4***/ 3W**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah yaitu:

1. Ketidak tetapan cicilan pembiayaan menyebabkan nasabah melakukan take over.
2. Tingginya tingkat bunga di bank awal (konvensional) menyebabkan nasabah melakukan take over.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas peneliti hanya membatasi pada faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pensiun melakukan *take over* pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Apa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pensiun melakukan *take over* pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah ?

E. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui faktor apa saja yang melatarbelakangi nasabah pensiun melakukan *take over* dari bank konvensional ke bank syariah.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat bagi penulis

   Sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana Ekonomi Islam pada Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

b. Manfaat teoritis

   Melalui penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi sumber informasi dalam mengembangkan pengetahuan khususnya perbankan syariah.

c. Manfaat praktis

   Melalui penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

G. Penjelasan Judul

Agar tidak terjadi kesalahan dalam memahami judul ini, maka penulis perlu untuk menjelaskan pengertian dari beberapa kata yang penting sebagai berikut:

Analisis	:Penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.[9]
Faktor-faktor	:Hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.
Take Over Pembiayaan	:pemindahan hutang dari Bank/Lembaga Keuangan Konvensional (LKK) ke Lembaga Kuangan Syariah (LKS) atas nama nasabah yang sama.

Dari penjabaran judul di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang di maksud dari judul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah adalah kegiatan perbankan syariah dalam memenuhi keinginan nasabah untuk beralih ke bank syariah.

[9] Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hlm. 348

H. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis memaparkan beberapa penelitian terdahulu dengan permasalahan yang akan diteliti tentang take over pembiayaaan, diantaranya:

Faisal Fajar mahasiswa Dari Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin (2016) yang berjudul **V' 9/ 7=4= %6>:<-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Melakukan Take Over Kpr Bank ' :9@19=4 9/7 ' 1 #/96 #<4=A/<4/3 #/95/<8/=49W** penelitian ini membahas tentang apa faktor yang melatarbelakangi bagi nasabah dalam melakukan take over dari bank konvensional ke Bank BRISyariah.[10]

Selanjutnya Fitri Rahayu (2014) yang berjudul **V-/61)@1< Pembiayaan Antara Bank Syariah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (studi kasus: Bank Sy/<4/3 04 #?64>49224W** yang menitikberatkan penelitian pada pelaksanaan take over antara bank syariah pada bank syariah di kota Bukittinggi yang ditinjau dari etika bisnis Islam.[11]

Kemudian, Rahmat Hidayat (2015) yang berjudul **V*191</;/9 *<49=; Prudential Banking pada Pembiayaan dengan Fasilitas Take Over =>?04 '/=?=.94>(46<:,A/<4/3 *-!#+&A/<4/3 '$*!#?64>49224W** penelitian ini membahas tentang bagaimana penerapan prinsip-prinsip kehati-hatian atau prudential banking diterapkan oleh BRSyariah dalam

[10] Faisal Fajar, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Melakukan Take Over Kpr Bank Konvensional Ke Bank Brisyariah Banjarmasin*, Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjar Masin, 2016

Fitri Rahayu, *Take Over Pembiayaan Antara Bank Syariah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (studi kasus: Bank Syariah di Bukittinggi*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, 2014

penyaluran pembiayaan yang menggunakan fasilitas Take Over. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan di fokuskan pada faktor apa saja yang melatar belakangi nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank Konvensional ke bank Syariah.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika ini berguna untuk memberikan gambaran yang jelas dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, secara sistematis susunan proposal ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan judul, kajian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori, pada bab ini akan di paparkan mengenai sejumlah teori yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

BAB III Metodelogi Penelitian, bab ini dijelaskan mengenai jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, data dan sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data

BAB IV Hasil Penelitian, dalam bab ini akan dibahas mengenai hasil penelitian yang dilakukan.

BAB V Kesimpulan dan Saran, bab ini akan di paparkan tentang kesimpulan dan saran dari hasil peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Banyak defiinisi tentang perilaku konsumen, akan tetapi pada dasarnya sama, hanya berbeda cara perumusannya.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang konsumen tunjukkan dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa yang mereka anggap akan memuaskan kebutuhan mereka.[12]

AMA (*American Marketing Assosiation*) mendefenisikan perilaku sebagai berikut:

Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara kognisi, afeksi, perilaku, dan lingkungannya di mana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Defenisi ini memuat 3 hal penting, yaitu (1) perilaku konsumen adalah dinamis; (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar, (3) hal tersebut melibatkan pertukaran.[13]

Perilaku konsumen bersifat dinamis karena pemikiran, perasaan, dan tindakan individu konsumen, kelompok target konsumen, dan masyarakat luas berubah secara konstan. Misalnya, internet telah mengubah cara orang mencari informasi tentang produk dan layanannya. Fakta bahwa konsumen dan lingkungan berubah secara

---

[12] Erlinda Rufaida, *Ilmu Ekonomi*, (Yogyakarta:Grah Ilmu), hlm. 36

[!] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (*Jakarta:Prenada Media Group, 2003), hlm. 3

konstan menunjukkan pentingnya penelitian dan analisis konsumen secara terus-menerus oleh para pemasar agar selalu mengikuti *tren* terbaru.

Perilaku konsumen melibatkan interaksi antara pemikir seseorang, perasaan, dan tindakan serta lingkungan. Meskipun demikian, para pemasar harus dilakukan konsumen untuk membeli dan menggunakannya, dan hal yang mempengaruhi pembelanjaan, pembelian, serta konsumsi. Semakin banyak yang diketahui pemasar mengenai interaksi tersebut mempengaruhi konsumen individu, target pemasaran terhadap konsumen serupa, dan masyarakat luas, mereka semakin baik dalam memuaskan kebutuhan konsumen termasuk menciptakan nilai bagi mereka.

Perilaku konsumen adalah kecendrungan konsumen dalam melakukan konsumsi untuk memaksimumkan kepuasannya. Perilaku konsumen itu tentunya akan mempengaruhi konsumsi konsumen dan pada akhirnya tentu akan mempengaruhi permintaan akan barang dan jasa tersebut. konsep perilaku monsumen merupakan merupakan abstrak dan penyederhanaan dari proses dan cara konsumen sebagai individu dalam membuat keputusan seorang konsumen sangat rumit serta melibatkan banyak faktor dan kondisi yang tidak dapat dimasukkan seluruhnya kedalam model ini.[14]

[14] Henry Faizal Noor. *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 247

Menurut Schiffinan dan Kanuk perilaku konsumen dapat diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.[15]

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Faktor yang mempengaruhi pada perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi (personal), faktor psikologis. Dalam Islam faktor aqidah juga mempengaruhi keputusan perilaku konsumen. Sebagian faktor-faktor tersebut tidak diperhatikan oleh pemasar tetapi sebenarnya diperhitungkan untuk mengetahui seberapa jauh faktor-faktor perilaku konsumen tersebut akan mempengaruhi terhadap pembelian konsumen. Berikut penjelasan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, adalah:

a. Faktor kebudayaan

Kebuyaan merupakan pengaruh eksternal yang paling penting terhadap perilaku konsumen dan sebagai penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya.

[15] Ujang Suwarman, Perilaku Konsumen, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, PT. Gelora Aksara Pratama, 2008), hlm. 166

Faktor kebudayaan memberikan pengaruh lebih luas dan dalam pada tingkah laku konsumen.

Pemasaran harus mengetahui peran yang dimainkan oleh:

1. Budaya adalah kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan da tingkah laku yang dipelajari oleh sesorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya. Menurut Kotler dan Amstrong yang termasuk dalam budaya ini adalah pergeseran budaya serta nilai-nilai dalam keluarga.[16] Budaya merupakan sesuatu yang dipelajari sejak kecil, diturunkan secara turun temurun, dan juga dipelajari dari lingkungan seseorang.
2. Sub budaya adalah sekelompok orang dengan sistem nilai terpisah berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang umum. Sub budaya termasuk rasionalitas, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Anggota dari sub budaya yang lebih spesifik cenderung mempunyai keyakinan, nilai-nilai dan kebiasaan yang memisahkan merek dari anggota-anggota lain dalam masyarakat yang sama. Sub budaya Minang misalnya memiliki unsur-unsur budaya yang menonjol yang membedakannya dengan sub budaya Jawa.
3. Kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur degan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat dn tingkah laku yang serupa. Kelas sosial dibagi kedalam beberapa

[16] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga, 2008), hlm. 166

kategori, masing-masing menunjukkan adanya jenjang dalam masyarakat. Pengukuran kelas sosial dilakukan berdasarkan dimensi-dimensi tertentu seperti pendapatan, pendidikan, dan kedudukan. Oleh karena itu, ada mobilitas dari kelas sosial yang satu ke kelas yang lain. Kelas sosial memiliki beberapa ciri, antara lain:

a) Orang-orang dalam kelas sosial yang sama cenderung bertingkah laku lebih seragam dari pada orang-orang dari dua kelas sosial yang berbeda.
b) Orang-orang merasa menempati posisi yang inferior atau superior sehubungan dengan kelas sosial mereka.
c) Kelas sosial seseorang ditandai oleh sekumpulan variabel seperti: pekerjaan, kesejahteraan, pendidikan, dan pandangan terhadap nilai dari pada satu variabel.
d) Individu dapat dipindahkan dari satu kelas ke kelas sosial lain sepanjang hidup mereka.

Kelas sosial menunjukkan prefensi produk dan merek yang berada dalam banyak hal, termasuk pakaian, perabot rumah tangga, kegiatan dalam waktu luang dan lain sebagainya.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komuditas yang secara terus menerus bersosialisasi

diantara mereka sendiri baik secara formal dan informal. Menurut Purimahua, faktor sosial adalah sekelopok orang yang mempu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan.[17] Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peranan dan status. Adapun penjelasannya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kelompok referensi

   Kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan (*membership group*), yang terdiri dari kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja, yang memiliki interaksi cukup teratur dan informasi dengan seseorang kelompok sekunder, seperti kelompok agama, profesional, dan perdagangan, yang cenderung formaldan memberikan interaksi tidak terus menerus.[18]

2. Keluarga

   Keluarga merupakan kelompok konsumen pembeli terpenting dalam masyarakat dan anggota keluarga membentuk kelompok referensi primer yang paling berpengaruh. Dalam kehidupan pembeli dapat dibedakan menjadi dua keluarga.

[&] Racmawati Koesoemaningsih, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Pendidikan pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi", Media Soerjo Vol. 13 No. 2. Oktober 2013.

[18] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *manajemen Pemasaran*,...hlm. 170

Pertama, keluarga orientasi terdiri dari orang tua dan saudara kandung. Kedua, keluarga prokresi merupakan keluarga yang berpengaruh lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari, yakni pasangan dan anak-anak. Dalam arti yang lebih dinamis, individu-individu yang membentuk keluarga adalah anggota-anggota dari kelompok sosial yang paling mendasar yang hidup bersama-sama dan berinteraksi untuk saling memuaskan kebutuhan pribadi masing-masing.

3. Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya dengan keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok bisa disebut dengan peran dan status. Peran merupakan aktivitas yang diharapkan dari seseorang. Setiap peran membawa sebuah status. Seseorang memilih produk uang menghubungkan antara peran dan status mereka di masyarakat.[19]

c. Faktor Pribadi

Secara umum, kata pribadi mencakup suatu orang atau benda tertentu dalam sebuah kumpulan. Arti pribadi (personal) menurut istilah ialah manusia mandiri dalam menetukan kehendaknya, menentukan sendiri setiap perbuatannya dalam pencapaian kehendaknya. Sejak awal abad ke-tujuh belas, istila “pribadi”

[19] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*,... hlm. 11

menunjukkan keterpisahan, yakni individualisme. Kepribadian merupakan keadaan atau sifat individu yaitu seseorang yang terpisah atau berbeda dari pada orang lain yang memiliki kebutuhan, tujuan da hasratnya sendiri.

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi juga oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.[20] Adapun penjelasannya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Usia dan tahap dalam kehidupan

   Seseorang membeli barang dan layanan berbeda dalam jangka hidup mereka. Konsumsi dibentuk oleh siklus kehidupan keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam sikus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

2. Pekerjaan

   Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

[20] Racmawati Koesoemaningsih, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Pendidikan pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi", Media Soerjo Vol. 13 No. 2. Oktober 2013.

3. Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi adalah pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.[21]

4. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan "seseorang secara keseluruhan" yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang. Secara sederhana gaya hidup dapat di definisikan juga sebagai bagaimana sesorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, mengalokasikan waktunya.

Kindra mendefinisikan gaya hidup konsumen sebagai pola aktivitas, minat dan pendapat konsumen yang konsisten dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang dianutnya. Gaya hidup konsumen dapat berubah, tetapi perubahan itu bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Dimana perubahan itu terjadi

[21] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*...hlm. 12

karena nilai-nilai yang dianut oleh konsumen berubah akibat pengaruh lingkungan.[22]

5. Kepribadiaan dan Konsep Diri

Kepribadiaan adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam manganalisis perilaku konsumen.

Konsep diri adalah keseluruhan pemikiran dan perasaan yang berkenaan dengan diri sendiri sebagai obyek atau sikap sesorang terhadap dirinya sendiri. Ada empat macam konsep diri, yaitu:

1. Konsep diri yang sebenarnya (*actual self concept*) berhubungan dengan persepsi seseorang akan dirinya sendiri. Seseorang yang mempunyai persepsi bahwa dirinya adalah seseorang yang profesional, maka ia akan memakai pakaian profesional dan berprilaku profesional.
2. Konsep diri yang ideal (*ideal self concept*) atau konsep diri yang diharapkan, berhubungan dengan cita-cita seseorang. Seseorang yang bercita-cita menjadi orang yang mengutamakan kehormatan dirinya, maka mobilnya pasti

[22] Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andioffset, 2005), hlm. 56 - 57

tetap bersih dan mengkilap, tidak mau membeli secara kredit dan tidak jajan di warung kaki lima.

3. Konsep diri pribadi (*private self concept*) berhubungan dengan apa yang diinginkan seseorang atas dirinya sendiri. Konsep diri pribadi ini bisa rendah maupun tinggi.
4. Konsep diri sosial (*social self concept*) berhubungan dengan penilaian yang diterimanya dari orang lain atau bagaimana orang lain ingin menilainya.
5. Konsep diri situsional (*situsional self concept*) merupakan citra diri seseorang dalam situasi tertentu yang sering digunakan oleh pengiklan, terutama untuk produk-produk yang meningkatkan citra.[23]

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologi merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat untuk mengambil tindakan. Menurut Purimahua faktor psikologis adalah dorongan dari diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas keluwesan terhadapa produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain.[24]

---

[23] Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*...hlm. 55

[24] Racmawati Koesoemaningsih, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Pendidikan pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi", Media Soerjo Vol. 13 No. 2. Oktober 2013.

Berdasarkan definisi diatas, maka definisi psikologi dalam penelitian ini adalah dorongan dari diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas keluwesan terhadap produk yang digunakan, kainginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain. Adapun yang temaksud ke dalam faktor psikologis dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Motivasi

   Seseorang selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakannya dan usaha atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakannya dan usaha atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan tersebutdisebut motivasi. Motivasi adalah dorongan dari dalam individu yang menyebabkan seseorang untuk bertindak. Sedangkan yang dimaksud dengan kebutuhan adalah esensi dari konsep pemasaran modern.

   Menurut teori Maslow, manusia akan mementingkan kebutuhan fisik terlebih dahulu (makan, minum dan sebagainya), setelah itu mereka akan mulai memikirkan kepuasan akan kebutuhan selanjutnya yaitu kebutuhan rasa aman (rumah yang bisa dikunci, pekerjaan tetap dan sebagainya), lalu meningkatkan kepada kebutuhan sosialisasi (mempunyai teman, bergabung dalam club dan sebagainya), selanjutnya kebutuhan pengakuan (menjadi ketua RT, berprestasi dan sebagainya) dan yang terakhir

adalah kebutuhan aktualisasi (keberhasilan, posisi yang cocok dan sebagainya).

Motivasi adalah daya dorong untuk berprilaku dan perilaku itu tersebut mengarah kepada tujuan (*goal*). Tujuan tersebut adalah hasil yang dicapai oleh perilaku yang termotivasi. Diman tujuan merupakan daya tarik untuk berprilaku.

Macam-macam motivasi:

a. Motivasi positif berupa kebutuhan (*needs*), keinginan (*want*) atau hasrat (*desires*).
b. Motivasi negatif seperti ketakutan (*fears*) dan keengganan (*aversion*)[25]

Teori-teori Motivasi:

1) Teori Motivasi Freud, mengasumsikan bahwa kekuatan psikologis yang sebenarnya membentuk perilaku manusia sebagian besar bersifat di bawah sadar. Freud melihat bahwa seseorang akan menekan berbagai keinginan seiring dengan prosese pertumbuhannya dan proses penerimaan aturan sosial.
2) Teori Motivasi Maslow, menjelaskan bahawa kebutuhan manusia tersusun dalam suatu hirarki, dari kebutuhan paling mendesak hingga yang kurang mendesak sehingga seseorang akan didorong oleh kebutuhan tertentu pada saat-saat tertentu

[25] Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*...hlm. 39

dan menggunakan waktu dan energi yang besar untuk kemampuan pribadi, sedangka orang lain menggunakannya untuk mengejar harga diri.

3) Teori Motivasi Herzberg, mengembangkan teori motivasi dua faktor yang membedakan antara faktor ketidak puasan dengan faktor kepuasan.[26]

2. Persepsi

Persepsi diartikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia ini.

3. Proses Belajar

Pada umumnya perilaku manusia merupakan hasil dari proses belajar. Pengetahuan seorang dihasilkan melalui unsur-unsur dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan yang saling berinteraksi satu sama lainnya. Pengembangan suatu prouk harus sinkron dengan proses pembentukan pengetahuan konsumen tersebut, karena bagaimanapun pengetahuan seseorang akan berpengaruh terhadap perilaku pembeliannya.

4. Kepercayaan dan Sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Keyakinan atau kepercayaan dibentuk melalui proses belajar dan tindakan pembuktian.

[26] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *manajemen Pemasaran*,...hlm. 179

Keyakinan dapat dipengaruhi atau tidak dipengarhi oleh unsur emosional. Keyakinan konsumen terhadap suatu merk akan membentuk citra positif atau negative konsumen terhadap produk tersebut.[27]

e. Faktor Aqidah

Aqidah secara istilah (terminologi) yaitu perkara yang wajib dibenarkan oleh hati dan jiwa menjadi tentram karenanya, sehingga menjadi suatu kenyataan yang teguh dan kokoh, yang tidak tercampuri oleh keraguan dan kebimbangan. Dengan kata lain, keimanan yang pasti tidak terkandung suatu keraguan apapun pada orang yang meyakininya. Harus sesuai dengan kenyataannya, yang tidak menerima keraguan atau prasangka. Jika hal tersebut tidak sampai pada tingkat keyakinan yang kokoh, maka tidak dinamakan aqidah. Dimana aqidah, karena orang itu mengikat hatinya di atas hal tersebut. dalam pembelian suatu produk barang dan jasa konsumen juga dipengaruhi oleh aqidahnya apakah suatu barang atau jasa yang mereka beli tersebut sesuai dengan aqidah yang berlaku dalam Islam atau bukan. Apakah sudah sesuai maka mereka akan memutuskan untuk membelinya.

3. Perilaku Konsumen Menurut Perspektif Islam

Islam melihat aktivitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menciptakan maslahah menuju *falah* (kebahagiaan dunia akhirat).

[&] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*...hlm. 14

Dalam berkonsumsi pun tak lepas dari perspektif tersebut. motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah Maslahah. Meskipun secara alami motif dan tujuan berkonsumsi (atau aktifitas ekonomi) dari seseorang individu adalah untuk mempertahankan hidupnya.[28]

Islam melihat aktivitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menciptakan maslahah menuju falah (kebahagiaan dunia dan akhirat). Dalam berkonsumsi pun tak terlepas dari perspektif tersebut. Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah maslahah.

Dalam Islam, perilaku seseorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah Swt. Inilah yang tidak kita dapati dalam ilmu perilaku konsumsi konvensional. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifrestasi zikirnya dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tamak supaya hidupnya selamat baik di dunia maupun di akhirat.

Dalam perspektif Islam, kebutuhan ditentukan oleh maslahah pembahasan konsep kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian tentang perilaku konsumsi dalam kerangka *maqashid al-syariah.* Di mana tujuan syaria'ah harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen dalam Islam. Imam Ghazali telah membedakan antara keinginan (raghbah dan syahwat) dan kebutuhan (hajah).

[28] Sumar'in. *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Perspektif Islam*, (Yogyakarta:Graha Ilmu,2013), hlm. 93

Menurut al-Ghazali, kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukannya dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan konsumsi, sehingga tidak kosong dari makna ibadah. Konsumsi dilakukan dalam rangka mendekatkan diri kepada Allah SWT. Hal ini berbeda dengan ekonomi konvensional, yang tidak memisahkan antara keinginan (*wants*) dan kebutuhan (*needs*), sehingga memicu terjebaknya konsumen dalam lingkaran konsumerisme, karena manusia banyak yang memaksakan keinginan mereka, seiring dengan beragamnya varian produk dan jasa.[29] Perilaku konsumen dalam Islam dapat dicerminkan dari:

a. Norma dan etika dalam konsumsi

Nilai-nilai Islam yang harus diaplikasikan dalam konsumsi adalah:

1. Seimbang dalam konsumsi

Aturan atau kaedah berkonsumsi dalam sistem ekonomi Islam mengatur paham keseimbangan dalam berbagai aspek. Konsumsi yang dijalankan oleh seseorang muslim tidak boleh mengorbankan kemaslahatan individu dan masyarakat. Selain itu tidak boleh mendikotomikan antara kenikmatan dunia dan akhirat, seperti yang diisyaratkan dalam QS. Al-Israa' (17):29

MPSN 1<9F „ %7 6EF(G CA(F -) = 9B9D .?) # 54D G%2<7F($6(DER.?)

[29] Ika Yunia Fauzia. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syari'ah*, (Jakarta:Kencana, 2014), hlm. 162

Artinya:"*dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal." (QS. Al-Israa':29)*

Berdasarkan uraian ayat di atas, seorang konsumen dituntut untuk berkonsumsi secara seimbang dikarenakan hal tersebut akan berdampak positif bagi kehidupan individu dan masyarakat, baik dalam etika maupun dalam aspek sosial dan ekonomi.[30]

2. Membelanjakan harta pada bentuk yang dihalalkan dan dengan cara yang baik

Islam mendorong dan memberi kebebasan kepada individu agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik dan halal dalam memenuhi kebutuhan hidup. Kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas yang suci serta tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan kesejahteraan masyarakat dan negara.[31]

Dalam QS. Al- Maidah (5):88 ditegaskan:

MRRN - 8 <4BE<L87 1>2H8. / <;*} 6A@J%8 0 0=*+) +8 <?=

Artinya:"*dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya." (QS. Al-Maidah:88)*

[30] Said Sa'ad Marbun. *Ekonomi Islam di Tengah Ekonomi Global*, (Jakarta:Zikrul Hakim, 2007), hlm. 79

[31] Rozalinda. *Ekonomi Islam*, (Jakarta:Rajagrafindo Persada, 2015), hlm. 108

Dari ayat diatas, konsumen dituntut mengkonsumsi dari harta yang baik lagi halal atas apa yang diberikan Allah kepada hambanya.

3. Larangan Bersikap *Israf* (Royal) dan *Tahzir* (sia-sia)

Ali Abd ar-Rasul yang menilai dalam masalah ini bahwa gaya hidup mewah (*israf*) merupakan faktor yang memicu terjadinya dekadensi moral masyarakat yang akhirnya membawa kehancuran masyarakat tersebut. dalam QS. Al-A'raaf (7):31, Allah telah memperingatkan akan sikap ini:

)(8E .? K>87 k?7B?.?} <$)@} <?!} 51A(4= 64B D+(B7 =83 (7) TGK(

M@N Y78B:-F

> Artinya:"*Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan." (QS. Al-A'raaf:31)*[32]

Arti penting yang dapat dipelajari dari ayat di atas adalah kenyataan bahwa kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan hidup berjalan dengan baik. Namun, bila kebutuhan hidup itu dipenuhi dengan cara yang berlebih-lebihan, tentu akan menimbulkan efek buruk pada diri manusia tersebut, salah satu efek buruk yang ditimbulkan karena

[32] Burhanudin. *Al-Qur'an Keluarga, (*Bandung:CV. Media Fitrah Rabbani, 2009), hlm. 151

berlebih-lebihan adalah tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehinga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal perlu dan merugikan diri.

b. Batasan Konsumsi dalam Islam

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Ini lah yang disebut sebagai bentuk upaya meningkatkan keseimbangna antara orientasi duniawi dan ukhrawi.[33]

Seorang muslim (orang yang mempunyai prinsip keislaman) akan memilih yang tingkat kehalalannya dan keberkahannya yang tinggi. Walaupun barang lainnya secara fisik lebih disukai. Hal ini nampak jelas bagaimana pendekatan yang digunakan oleh ekonomi Islam dan konvensional dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, dalam ekonomi Islam konsumsi dikendalikan oleh prinsip dasar sebagai berikut:

[33] Muhammad Muflih. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 12

1. Prinsip Tauhid

   Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT, sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah (syariah). Karena itu orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan Allah untuk manusia. Beda halnya dengan pandangan kapitalis, konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, dan pendapatan, tanpa mempedulikan spiritual, kepentingan orang lain dan tanggung jawab atas segala perilakunya.[34]

2. Prinsip Keadilan

   Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan yang disediakan oleh Allah SWT. Pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariah, sehingga di samping mendapatkan keuntungan materi, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual prinsip keadilan juga mengandung arti bahwa dalam mengkonsumsi tidak boleh menimbulkan kazaliman, yakni berada dalam koridor aturan atau hukum agama, serta menjunjung tinggi kepantasan dan kebaikan (halalan thoyyiban).

[34] M. Nur Rianto Al Arif. *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta:Kencana, 2010), hlm. 88

3. Prinsip Kebersihan

Dalam berkonsumsi, seorang muslim harus memperhatikan prinsip kebersihan. Prinsip kebersihan mengandung arti barang yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran maupun penyakit, demikian juga harus menyehatkan, bernilai gizi, dan memiliki manfaat tidak mempunyai kemudharatan.[35]

4. Prinsip Kesederhanaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebih-lebihan, yang berarti janganlah makan secara berlebih.

5. Prinsip Kemurahan Hati

Dengan menaati perintah Islam tidak ada dalam bahaya maupun dosa ketika memakan dan minuman makanan halal yang disediakan Tuhan karena kemurahan hati-Nya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Tuhan dengan keimanan yang kuat dalam tuntutan-Nya, dan perbuatan adil sesuai dengan itu, yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya.

6. Prinsip Moralitas

Bukan hanya mengenai makanan dan minuman langsung tetapi dengan tujuan terakhirnya, yakni untuk peningkatan atau

[35] Lukman Hakim. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta:Erlangga, 2012), hlm. 94

kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual. Seseorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terimakasih kepada-Nya setelah makan. Dengan demikian ia akan merasakan kehadiran Ilahi pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya. Hal ini penting artinya karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai hidup material dan spiritual yang berbahagi.[36]

4. Proses pengambilan keputusan pembelian

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian sebagai berikut:

a. Pengenalan kebutuhan

Pembeli ingin melakukan pembelian setelah merasakan adanya kebutuhan. Dan kebutuhan ini bisa timbul dari stimuli internal eksternal. Stimuli internal seperti rasa lapar, haus, dan keinginan lainnya sedangkan stimuli eksternal timbul akibat kondisi di sekitarnya, seperti karena melihat, mencium, atau merasakan sesuatu.

b. Pencarian informasi

Seorang konsumen yang sudah memiliki keinginan atau minat akan sesuatu, maka dia akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak tentang sesuatu yang diinginkannya tersebut.

[!$] Sumar'in. *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Perspektif Islam*,...hlm. 94

Sumber-sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok:

1. Sumber pribadi, yang terdiri dari keluarga, teman, tetangga dan rekan.
2. Sumber komersil, yang terdiri dari iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, tampilan.
3. Sumber umum, yang terdiri dari media massa dan organisasi konsumen.
4. Sumber pengalaman, yang terdiri dari pengalaman pernah menangani, menguji atau menggunakan produk.[37]

Secara umum konsumen menerima informasi terbanyak tentang suatu produk dari sumber-sumber komersil yang didominasi yang paling efektif justru berasal dari sumber-sumber pribadi. Setiap sumber informasi melaksanakan suatu fungsi yang agak berbeda dalam mempengaruhi keputusan membeli, misalnya sumber informasi komersial melaksanakan fungsinya melalui pemberitahuan, sedangkan sumber pribadi melalui legitimasi dan evaluasi.

c. Evaluasi alternatif

Model proses evaluasi pembeli berorientasi secara kognitif yaitu mereka menganggap bahwa sebagian besar pembeli melakukan penilaian produk secara sadar dan rasional. Konsumen

[37] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*,...hlm. 185

akan berupaya memuaskan akan suatu kebutuhan dunia akan mencari manfaaat tertentu dari produk atau jasa tersebut.

d. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen membuat keputusan untuk membeli berbagai produk dan merek yang dimulai dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi, informasi, membuat keputusan pembelian dan kemudian mengevaluasi keputusan setelah pembelian.[38]

Dalam keputusan membeli barang konsumen sering kali ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembeliannya.

e. Perilaku Sesudah Pembelian

Setelah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak puas.

B. Perbedaan *Take Over* dan Hiwalah

1. *Take Over*

a. Pengertian *Take Over*

Secara bahasa *take over* diartikan sebagai mengambil alih.[39] Menurut fatwa DSN-MUI yang dimaksud pengalihan hutang *(take over)* adalah pemindahan hutang nasabah dari bank/lembaga

[38] Danang suntoyo, *Praktik Riset Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta:Center of Academic Publishing Service, 2014), hlm.42

[39] Rudy Haryono dan Mahmud Mahyong, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Jombang:Lintas Media, 2005), hlm. 578

keuangan konvensional ke bank/lembaga keuangan syariah. Salah satu bentuk jasa pelayanan keuangan bank syariah adalah membantu masyarakat untuk mengalihkan transaksi nonsyariah yang telah berjalan menjadi transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah.

Dalam hal ini, atas permintaan nasabah, bank syariah melakukan pengambilalihan hutang nasabah dari bank konvensional dengan cara memberikan jasa *hiwalah* atau dapat juga menggunakan *qard*, disesuaikan dengan ada atau tidaknya unsur bunga dalam hutang nasabah kepada bank konvensional. Setelah nasabah melunasi kewajibannya kepada bank konvensional, transaksi yang terjadi adalah antara nasabah dengan bank syariah. Dengan demikian, yang dimaksud dengan pembiayaan berdasarkan *take over* adalah pembiayaan yang timbul sebagai akibat dari *take over* terhadap transaksi nonsyariah yang telah berjalan yang dilakukan oleh bank syariah atas permintaan nasabah.[40]

b. Fatwa DSN-MUI tentang Pengalihan Hutang (Take over)

DSN-MUI telah menerbitkan Fatwa No. 31/DSN-MUI/VI/2002 tentang Pengalihan Hutang. Istilah lain untuk pengalihan hutang

[40] Adiwarman Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 248

dalam bahasa fikih dikenal dengan istilah hiwalah. Substansi dari fatwa tersebut adalah sebagai berikut:[41]

Pertama: Ketentuan Umum

Dalam fatwa ini, yang dimaksud dengan:

1. Pengalihan Utang adalah pemindahan utang nasabah dari bank/lembaga keuangan konvensional ke bank/lembaga keuangan syariah.
2. *Al-Qard* adalah akad pinjaman dari Lembaga Keuangan Syariah (LKS) kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan pokok pinjaman yang diterimanya kepada LKS pada waktu dan dengan cara pengembalian yang telah disepakati.
3. Nasabah adalah (calon) nasabah LKS yang mempunyai kredit kepada Lembaga Keuangan Konvensional (LKK) untuk pengembalian aset, yang ingin mengalihkan hutangnya ke LKS.
4. Aset adalah adalah aset nasabah yang dibelinya melalui kredit dari LKK dan belum lunas pembayaran kreditnya.

Kedua : Ketentuan Akad

Akad dapat dilakukan melalui empat alternatif berikut:

Alternatif I

[41] http://www.dsnmui.or.id diakses pada 25 Oktober 2017

a. LKS memberikan *qard* kepada nasabah. Dengan *qard* tersebut nasabah melunasi kredit (utang)-nya; dan dengan demikian, aset yang dibeli dengan kredit tersebut menjadi milik nasabah secara penuh.
b. Nasabah menjual aset dimaksud angka 1 kepada LKS, dan dengan hasil penjualan itu nasabah melunasi *qard*-nya kepada LKS.
c. LKS menjual secara *Murabahah* aset yang telah menjadi miliknya tersebut kepada nasabah, dengan pembayaran secara cicilan.
d. Fatwa DSN nomor: 19/DSN-MUI/IV/2001 tentang *al- qard* dan Fatwa DSN nomor: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah berlaku pula dalam pelaksanaan Pembiayaan Pengalihan Utang sebagaimana dimaksud alternatif I ini.[42]

Alternatif II

1. LKS membeli sebagian aset nasabah, dengan seizin LKK; sehingga dengan demikian, terjadilah *syirkah al-milk* antara LKS dan nasabah terhadap aset tersebut.
2. Bagian aset yang dibeli oleh LKS sebagaimana dimaksud angka 1 adalah bagian aset yang senilai dengan hutang (sisa cicilan) nasabah kepada LKK.

[42] http://www.dsnmui.or.id diakses pada 25 Oktober 2017 pukul 16.00

3. LKS menjual secara murabahah bagian aset yang menjadi miliknya tersebut kepada nasabah, dengan pembayaran secara cicilan.
4. Fatwa DSN nomor: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah* berlaku pula pada pelaksanaan pembiayaan Pengalihan Hutang sebagaimana dalam alternatif II ini.

Alternatif III

a. Dalam pengurusan untuk memperoleh kepemilikan penuh atas aset, nasabah dapat melakukan akad *Ijarah* dengan LKS, sesuai dengan fatwa DSN-MUI nomor 09/DSN-MUI/IV/2002.
b. Apabila diperlukan, LKS dapat membantu menalangi kewajiban nasabah dengan menggunakan prinsip *Al-Qard* sesuai fatwa DSN- MUI nomor 19/DSN-MUI/IV/2001.
c. Akad *Ijarah* sebagaimana dimaksudkan angka 1 tidak boleh dipersyaratkan dengan (harus terpisah dari) pemberian talangan sebagaimana dimaksudkan angka 2.
d. Besar imbalan jasa *Ijarah* sebagaimana dimaksudkan angka 1 tidak boleh didasarkan pada jumlah talangan yang diberikan LKS kepada nasabah sebagaimana dimaksudkan angka 2.[43]

Alternatif IV

1. LKS memberikan *qard* kepada nasabah. Dengan *qard* tersebut nasabah melunasi kredit (utang)-nya; dan dengan

[43] http://www.dsnmui.or.id diakses pada 25 Oktober 2017 pukul 16.00

demikian, aset yang dibeli dengan kredit tersebut menjadi milik nasabah secara penuh.

2. Nasabah menjual aset dimaksud angka 1 kepada LKS, dan dengan hasil penjualan itu nasabah melunasi *qard*-nya kepada LKS.
3. LKS menyewakan aset yang telah menjadi miliknya tersebut kepada nasabah, dengan akad *al-Ijarah al-Muntahiya bit-Tamlik*.
4. Fatwa DSN Nomor: 19/DSN-MUI/IV/2001 tentang *al-qard* dan fatwa DSN nomor: 27/DSN-MUI/III/2002 tentang *al-Ijarah al- Muntahiya bi al-Tamlik* berlaku pula dalam pelaksaan Pembiayaan Hutang sebagaimana dimaksud dalam alternatif IV ini.

Ketiga: Ketentuan Penutup

a. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara pihak-pihak terkait, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
b. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

2. Hiwalah

a. Pengertian Hiwalah

Secara etimologi *hiwalah* diambil dari kata *tahwil* yang berarti *intiqal* yang artinya memindahkan. *Al-hiwalah* merupakan pemindahan kewajiban membayar utang dari orang yang berutang kepada orang yang berutang lainnya. *Al-hiwalah* juga diartikan pengalihan kewajiban membayar utang dari beban pihak pertama kepada pihak lain yang berutang kepadanya atas dasar saling memercayai. Dalam akad *al-hawalah*, terdapat tiga pihak yang terkait antara lain: *muhal* (pemberi pinjaman), *muhil* (penerima pinjaman), *muhal alaih* (penerima pinjaman dari muhil).[44]

Sedangkan secara terminologi, Wahbah al-juhaili berpendapat, *hiwalah* adalah pengalihan kewajiban membayar utang dari beban pihak pertama kepada pihak lain yang berutang kepadanya atas dasar saling memercayai[45]. *Hiwalah* dibedakan menjadi beberapa jenis, Hanafi membedakan *hiwalah* ini menjadi dua jenis, yaitu:

1. *Hiwalah Mutlaqah*, yaitu seseorang memindahkan hutangnya kepada orang lain dan tidak mengaitkan dengan hutang yang ada pada orang itu. Menurut ketiga madzhab lain kalau *muhal ‘alaih* tidak punya hutang kepada *muhil*, maka hal ini sama dengan *kafalah* dan ini harus dengan keridhaan tiga pihak.

[44] Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 212
[45] Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqih Muamalat*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), hlm. 254

2. *Hiwalah Muqayyadah,* seseorang memindahkan hutang dan mengaitkan dengan piutang yang ada padanya, inilah *hiwalah* yang boleh *(jaiz)* berdasarkan kesepakatan para ulama.

Kemudian apabila dikaitkan dengan Hukum Lembaga Pembiayaan akad *hiwalah* dipakai dalam *factoring* atau anjak piutang. Anjak piutang *(factoring)* adalah kegiatan pembiayaan dalam bentuk pembelian piutang dagang jangka pendek suatu perusahaan berikut pengurusan atas piutang tersebut.[46]

b. Landasan Hukum Hiwalah

1. Landasan Syariah

Hiwalah dibolehkan berdasarkan Sunnah dan Ijma. Landasan syariah *hiwalah* dalam al-Qur'an Surat Al-Baqarah [2]: 282, yaitu :

5 BEF7#(8. ! D="4E (>C)F ;<&>@ G F(;=* ') 0 R&G%%F6 7/=4(6* 97 k4( ) - X 8. 9%&

MPRPN...

Artinya*: "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar"*[47]*. (Q.S. Al-Baqarah [2]: 282).*

Surat Al-Baqarah ayat 282 diatas menerangkan bahwa dalam utang-piutang atau transaksi yang tidak kontan hendaklah

[46] Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 156

[47] Depag RI, *Al-qur) &! & "'$'% #&(* , Juz 2, (Bandung: CV Penerbit Jumanatul Ali-art, 2005), hlm. 50

dituliskan sehingga ketika ada perselisihan dapat dibuktikan. Dalam kegiatan ini pula diwajibkan untuk ada dua orang saksi yang adil dan tidak merugikan pihak manapun, saksi ini adalah orang yang menyaksikan proses utang-piutang secara langsung dari awal.

Adapun hadis yang membolehkan *hiwalah* yaitu yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim meriwayatkan dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah Saw., bersabda:

> *"Menunda pembayaran bagi orang yang mampu adalah suatu kezaliman, dan jika salah seorang dari kamu diikutkan (dihiwalahkan) kepada orang yang mampu/kaya, terimalah hiwalah itu"*.

Pada hadis ini tampak bahwa Rasulullah memberitahukan kepada orang yang mengutangkan, jika orang yang berutang meng*hiwalah*kan kepada orang yang kaya atau mampu, hendaklah ia menerima *hiwalah* tersebut dan hendaklah ia menagih kepada orang yang menghiwalahkan (*muhal alaih*). Dengan demikian haknya akan terpenuhi[48].

Kemudian dalam ijma' telah tercapai kesepakatan ulama tentang kebolehan *hiwalah* ini. Hal ini sejalan dengan kaidah dasar di bidang muamalah, bahwa semua bentuk muamalah diperbolehkan kecuali ada dalil yang tegas melarangnya[49].

[48] Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqih Muamalat*,...hlm. 255
[49] Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah*,...hlm. 157

2. Landasan Hukum Positif

Hiwalah sebagai salah satu produk perbankan syariah di bidang jasa telah mendapatkan dasar hukum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor tahun 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, *hiwalah* mendapatkan dasar hukum yang lebih kokoh. Dalam pasal 19 Undang-Undang Perbankan Syariah disebutkan bahwa kegiatan usaha Bank Umum Syariah antara lain meliputi melakukan pengambilalihan hutang berdasarkan akad *hiwalah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Produk jasa perbankan syariah berdasarkan akad *hiwalah* secara teknis mendasarkan pada PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah sebagaimana dimaksud, antara lain melalui kegiatan pelayanan jasa dengan mempergunakan antara lain Akad *Kafalah, Hawalah* dan *Sarf.*[50]

[50] Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah*,...hlm. 158

C. Pembiayaan dan Pensiun

1. Pengertian Pembiayaan

Istilah pembiayaan pada intinya berarti *I Believe, I Trust*, 'saya percaya' atau ' saya menaruh kepercayaan'. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (*trust*), berarti lembaga pembiayaan selaku *shahibul mal* menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil, dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas, dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.[51]

Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyedia dana untuk memenuhi kebutuhan pihak pihak yang merupakan *deficit unit*. Pembiayaan sangat bermanfaat bagi bank syariah, nasabah dan pemerintah. Pembiayaan adalah hasil yang paling besar di antara penyalur dana yang lainnya dilakukan oleh bank syariah.

Pembiayaan dalam perbankan syariah atau istilah teknisnya aktiva produktif, menurut ketentuan Bank Indonesia adalah penanam dana bank syariah baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, *qard*, surat berharga syariah, penetapan, penyertaan modal sementara dan komitmen pada rekening administrasi serta sertifikat *wadiah* Bank Indonesia.

[#] Veitzhal Rivai dan Andria Permata Veitzhal, *Islamic Finansial Management*, (Jakarta:PT Rajagrafindo Persada, 2008), hlm. 3

Pasal 1 ayat (25) Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, menyatakan pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan dipersamakan dengan itu berupa :

a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah.*
b. Transaksi dalam bentuk sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah mutahiyah bintamwil.*
c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah, salam* dan *istishna'.*
d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh.*
e. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multi jasa.[52]

a) Jenis Pembiayaan

1. Pembiayaan Dilihat Dari Tujuannya

a. Pembiayaan Konsumtif

Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang diberikan untuk tujuan konsumtif yang hanya di nikmati oleh pemohon. Pembiayaan konsumtif diperlukan oleh pengguna dana untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan habis dipakai untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

[52] Faturrahman Djamil. *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Di Bank Syariah*, (jakarta:Sinar Grafika, 2012), hlm. 64-65

b. Pembiayaan Produktif

Pembiayaan produktif adalah pembiayaan yang manfaatnya untuk kegiatan produksi yang menghasilkan suatu barang dan jasa. [53]

c. Pembiayaan Perdagangan

Pembiayaan perdagangan adalah pembiayaan yang memberikan untuk pembelian barang sebagai persediaan untuk dijual kembali.

2. Pembiayaan Dilihat Dari Jangka Waktunya

a. *Short Term Financing* (Pembiayaan jangka pendek) yaitu pembiayaan yang berjangka waktu maksimal 1 tahun. Pembiayaan jangka pendek biasanya diberikan oleh bank syariah untuk membiayai modal kerja perusahaan yang mempunyai siklus usaha satu tahun, pengembalian disesuaikan dengan kemampuan nasabah. Pembiayaan jangka menengah (*medium term financing*) yaitu pembiayaan yang berjangka waktu 1-3 tahun. Pembiayaan jangka panjang yang berjangka waktu lebih dari 3 tahun.

b. *Intermediate Term* (pembiayaan jangka waktu menengah), ialah suatu bentuk pembiayaan yang berjangka waktu dari satu tahun sampai tiga tahun.

[#!] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: 2004), hlm. 196

c. *Long Term* (pembiayaan jangka panjang), ialah suatu bentuk pembiayaan yang berjangka waktu lebih dari tiga tahun.

d. Demand Loan atau Call Loan ialah suatu bentuk pembiayaan yang setiap waktu dapat diminta kembali.[54]

3. Pembiayaan Dilihat Dari Penggunaannya

a. Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan modal kerja yaitu pembiayaan jangka pendek dan menengah yang digunakan untuk kebutuhan modal kerja bagi kelancaran kegiatan usaha, antara lain untuk pembelian bahan baku, bahan penolong, biaya produksi seperti upah tenaga kerja, biaya distribusi dan sebagainya.

Bank syariah dapat membantu memenuhi seluruh kebutuhan modal kerja tersebut bukan dengan meminjamkan uang, melainkan dengan menjalinkan hubungan *partnership* dengan nasabah, dimana bank bertindak sebagai penyandang dana (*shahibul mal*) sedangkan nasabah sebagai pengusaha (*mudharib*). Skema pembiayaan seperti ini disebut dengan *mudharabah* (*trust financing*). Fasilitas ini dapat diberikan untuk jangka waktu

[#"] Veitzhal Rivai dan Andria Permata Veitzhal, *Islamic Finansial Management*,...hlm. 11

tertentu, sedangkan bagi hasil dibagi secara periodik dengan nisbah yang disepakati, setelah jatuh tempo, nasabah mengembalikan jumlah dana tersebut beserta porsi bagi hasil (yang belum dibagikan) yang menjadi bagian bank.[55]

b. Pembiayaan Investasi

Pembiayaan investasi yaitu pembiayaan jangka menengah dan panjang untuk melakukan investasi seperti pembelian barang-barang modal, serta jasa yang diperlukan untuk rehabilitas maupun ekspansi usaha yang ada dengan pembelian mesin, peralatan dan pembangunan pabrik.

Pembiayaan investasi adalah pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal (*capital goods*) serta fasilitas-fasilitas yang erat kitannya dengan itu. Pembiayaan investasi diberikan kepada para nasabah untuk keperluan investasi, yaitu keperluan penambahan modal guna mengadakan *rehabilitasi*, peluas usaha ataupun pendirian proyek baru.

b) Tujuan Pembiayaan

Adapun tujuan dari pembiayaan mencakup lingkup yang luas. Pada dasarnya terdapat dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan, yaitu:

[##] Yusak laksamana, *Panduan Praktik Account Officer Bank Syariah Memahami Praktis Proses Pembiayaan Di Bank Syariah*, (Jakarta : P.T Alek Media Koputindo), hlm.22

1. *Profitability*, yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah. Oleh karena itu, bank hanya akan menyalurkan pembiayaan kepada usaha-usaha nasabah yang diyakini mampu dan mau mengembalikan pembiayan yang telah diterimanya.
2. *Safety*, keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti. Oleh karena itu, dengan keamanan ini dimaksud agar prestasi yang diberikan dalam bentuk modal, barang atau jasa itu betul-betul terjamin pengembaliannya sehingga keuntungan (*profitability*) yang diharapkan dapat menjadi kenyataan. [56]

c) Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar fungsi pembiayaan di dalam perekonomian, perdagangan dan keuangan dapat dikemukakan sebagai berikut.

1. Meningkatkan Daya Guna Uang

   Para penabung menyimpan uangnya di lembaga keuangan. Uang tersebut dalam persentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh lembaga keuangan. Para pengusaha

[#$] Veitzhal Rivai dan Andria Permata Veitzhal, *Islamic Finansial Management*,...hlm. 5-6

menikmati pembiayaan dari bank untuk memperluas/memperbesar usahanya, baik untuk peningkatan produksi, perdagangan, untuk usaha-usaha rehabilitasi, ataupun usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh. Dengan demikian, dana yang mengendap (yang diperoleh dari para penyimpan uang) tidaklah *idle* (diam) dan disalurkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat, baik bagi pengusaha maupun bagi masyarakat.

2. Meningkatkan Daya Guna Barang

   Produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaanya kurang ketempat yang lebih bermanfaat. Seluruh barang-barang yang dipindahkan dari suatu daerah ke daerah lain yang kemanfaatan barang itu lebih terasa pada dasarnya meningkatkan *utility* dari barang itu. Pemindahan barang-brang tersebut tidaklah dapat diatasi oleh keuangan pada distributor saja dan oleh karenanya mereka memerlukan bantuan permodalan berupa pembiayaan.[57]

3. Meningkatkan Peredaran dan Lalu Lintas Uang

   Pembiayaan yang disalurkan via rekening–rekening Koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral

[#&] Ismail, *Perbankan* … hlm. 114

dan sejenisnya seperti cek, bilyet giro, wesel, promes dan sebagainya melalui pembiayaan.

4. Menimbulkan Gairah Usaha Masyarakat

   Kegiatan usaha yang sesuai dengan dinamikanya akan selalu meningkat. Akan tetapi, peningkatan usaha tidaklah selalu diimbangi dengan peningkatan kemampuan. Karenanya, manusia selalu berusaha dengan segala daya untuk memenuhi kekurangmampuannya yang berhubungan dengan manusia lain yang mempunyai kemampuan. Karena itu pulalah, pengusaha akan selalu berhubungan dengan bank utnuk memperoleh bantuan permodalan guna peningkatan usahanya. Bantuan pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank inilah kemudian yang untuk memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.

5. Sebagai Alat Stabilitas Ekonomi

   Dalam perekonomian yang kurang sehat, langkah-langkah stabilisasi pada dasarnya diarahkan pada usaha-usaha seperti pengendalian inflasi, peningkatkan ekspor, rehabilitasi prasarana dan pemenuhan kebutuhan pokok rakyat.

6. Sebagai Jembatan Untuk Meningkatkan Pendapatan Nasional

   Para usahawan yang memperoleh pembiayaan tentu saja berusaha untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti meningkatkan profit. Bila keuntungan ini secara

kumulatif dikembangkan lagi dalam arti kata dikembalikan ke dalam struktur permodalan, maka peningkatan akan berlangsung terus-menerus. Dengan pendapatan yang terus meningkat berarti pajak perusahaan pun akan terus bertambah.

7. Sebagai Alat Hubungan Ekonomi Internasional

   Bank sebagai lembaga pembiayaan tidak saja bergerak di dalam negeri tapi juga diluar negeri. Melaui pembiayaan hubungan ekonomi internasional dapat dilakukan dengan lebih terarah. Lalu lintas pembayaran internasional pada dasarnya berjalan lancar bila disertai kegiatan pembiayaan yang sifatnya internasional.[58]

2. Pensiun

a. Pengertian Pensiun

Menurut Undang-undang Nomor 11 tahun 1969, bahwa pensiun adalah jaminan hari tua dan sebagai balas jasa terhadap Pegawai Negeri Sipil yang telah bertahun-tahun mengabdikan dirinya kepada Negara.[59]

Pensiun menurut kamus besar bahasa Indonesia (2008 : 1124) adalah tidak bekerja lagi karena masa tugasnya telah selesai. Schwartz (dalam Hurlock, 2009 : 417) berkata bahwa pensiun dapat merupakan akhir pola hidup atau masa transisi ke pola hidup baru. Pensiun selalu menyangkut perubahan peran, perubahan

[#'] Veitzhal Rivai dan Andria Permata Veitzhal, *Islamic Finansial Management*,...hlm. 7-9
[#)] Nainggolan, *Pembinaan Pegawai Negeri Sipil* (Jakarta : 1984), hlm. 247

keinginan dan perubahan secara keseluruhan terhadap pola hidup setiap individu. Pembiayaan pensiun merupakan pembiayaan yang diberikan kepada pensiun atau penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen kepada para pensiun, dengan pembayaran angsuran melalui pemotongan uang pensiun langsung diterima oleh bank setiap bulannya.

b. Jenis-jenis Pensiun

1. Pensiun Sukarela

   Beberapa pekerja menjalani masa pensiun secara sukarela, seringkali sebelum masa pensiun wajib. Hal ini individu lakukan karena alasan kesehatan atau keinginan untuk menghabiskan sisa hidupnya dengan melakukan hal-hal yang lebih berarti buat diri individu dari pekerjaannya.

2. Pensiun Wajib yang terjadi secara regular atau lebih awal

   Bagi yang lain, pensiun dilakukan secara terpaksa atau disebut juga karena wajib pensiun, karena organisasi dimana individu bekerja menetapkan usia tertentu sebagai batas seseorang untuk pensiun tanpa mempertimbangkan apakah mereka senang atau tidak. Bagi individu yang lebih suka sikap bekerja tetapi dipaksa keluar pada usia wajib pensiun seringkali menunjukkan sikap kebencian dan akibatnya motivasi individu untuk melakukan penyesuaian diri yang baik pada masa

pensiun sangat rendah, serta cenderung mengalami kemunduran fisik dan psikologis.

3. Pensiun Dini

Sementara kebanyakan pekerja pensiun pada usia wajib regular, dewasa ini terdapat juga kecenderungan untuk meminta masa pensiun lebih awal dari usia wajib pensiun. Individu yang mengambil masa pensiun lebih awal, seperti kasus 33 pensiun sukarela, karena alasan kesehatan atau karena mereka ingin menghabiskan sisa hidupnya untuk mengerjakan hal hal yang berarti yang lebih menyenagkan. Kadang kadang pensiun lebih awal terpaksa diambil karena kebijaksanaan manajemen yang ingin mengadakan berbagai perubahan dan pembaharuan sehingga mendesak pekerja lanjut usia untuk berhenti bekerja, untuk memberikan kesempatan bagi pekerja baru. [60]

[$] Nainggolan, *Pembinaan Pegawai Negeri Sipil* (Jakarta : 1984), hlm. 250

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan yang dilakukan dengan cara menggambarkan kejadian-kejadian yang terjadi dilapangan atau penelitian yang mencoba menggambarkan, menunjukkan dan menafsirkan suatu fenomena yang berkembang pada masa sekarang.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana proses studi yang digunakan untuk memperoleh pemecahan masalah penelitian berlangsung. Lokasi penelitian ini yaitu pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi yang berada di Jl. Jendral Sudirman No. 73, Bukittinggi, Sumatera Barat dan waktu penelitian yaitu pada bulan Juni sampai dengan selesai.

C. Data dan Sumber Data

Data adalah catatan keterangan sesuai bukti kebenaran; bahan-bahan yang dipakai sebagai dukungan penelitian.[61] Sumber data dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

   Data primer adalah data yang diperoleh dan digali dari sumber utamanya, baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif. Data

[$] Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang:Maliki Press, 2011), hlm. 153

primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari informan terpilih baik melalui wawancara maupun kuesioner.[62] Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan penyebaran kuisioner kepada nasabah pensiunan pada Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data untuk mendukung permasalahan dari peristiwa yang akan dibahas yang diperoleh dari perpustakaan, majalah maupun bacaan lainnya.[63] Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari internal bank melalui dokumen-dokumen yang ada di bank seperti arsip, buku pedoman bank. Brosur, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua individu yang menjadi sumber pengambilan data yang memiliki syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan penelitian. Roscoe dan Sugiyono menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak digunakan adalah antara 30 sampai dengan 500 sampel.[64] Adapun populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 100 orang nasabah pensiun yang melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah.

---

[62] Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran,...*hlm. 153

[$!] Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif,* (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2006), hlm. 17

[64] Sugiyono, *Statistik Non Parametris Untuk Penelitian*. (Bandung :Alfabeta,2011),hlm 40

2. Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Pada umumnya peneliti menggunakan metode ini untuk memperoleh daftar jumlah yang besar dan lengkap secara cepat dan hemat. Penentuan sampel ini ditentukan dengan rumus Slovin, yaitu:[65]

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

Dimana:

n = jumlah sampel

N = ukuran polpulasi

e = nilai kritis = 15% (0.15)

berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

$$n=\frac{100}{1+100\ (15\%)}$$

= 30

Dari hasil tersebut maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 sampel.

[65] Sifian Siregar, *Statistik Desriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 149

E. Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas (*variable independent*) dan variabel terikat (*variable dependent*).

1. Variable Bebas (*Variable Independent*)

   Variable bebas adalah variabel yang mempengaruhi *variable dependent* baik pengaruhnya signifikan maupun yang pengaruhnya signifikan. Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah faktor kebudayaan (XI), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor psikologis (X4), faktor aqidah (X5).

2. Variabel Terikat (*Variable Dependent*)

   Variable terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah nasabah pensiun (Y).

F. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini mempergunakan kuesioner (angket), seperti yang diungkapkan Sugiyono (2014) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.”

Angket yang dimaksud dalam penelitian ini dibuat berupa daftar pertanyaan yang disampaikan kepada responden untuk mendapatkan data

dari responden mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pensiun melakukan take over pada Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi.

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data peneliti melakukan:

1. Kuisioner (angket)

   Dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan penulis menggunakan kuisioner. Kuisioner merupakan alat pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada setiap responden.[66] Dalam hal ini penulis menyebarkan pertanyaan kepada nasabah pensiun yang melakukan take over dari bank konvensional ke bank syariah. Dalam penyusunan angket ini disusun menurut skala likert dengan diberi skor atau nilai sebagai berikut:

Sangat Setuju	(SS)	= 5
Setuju	(S)	=4
Cukup Setuju	(CS)	=3
Tidak Setuju	(TS)	=2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	=1

H. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan penganalisaan dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan analisa deskriptif, yang meliputi kegiatan pengumpulan data, dan menyajikan

[66] Muhammad, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm.151.

data. Penyajian bisa menggunakan tabel, diagram, ukuran dan gambar.[67] Berikut teknis analisis data yang digunakan:

1. Uji pra-penelitian

a) Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat mengukur apa yang di ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Setiap penelitian selalu dipertanyakan alat yang digunakan. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan guna mengukur valid atau tidaknya yang di isi para responden.

Pengukuran yang dilakukan dengan cara korelasi faktor yang mengunakan rumus product momen karel person sebagai berikut:

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsisten, keajekan atau kepercayaan atas hasil jawaban responden terhadap instumen yang diberikan.[68] Uji reliabilitas dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS Versi 16. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat member hasil. Pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang terhadap gejala yang sama dengan alat pengukuran yang sama. Uji reliabilitas

[67] Suryani dan Hendrayani, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam,...,* hlm. 11

[68] Yudi, Mahadianto, Analisis Parametrik Depedensi dengan program SPSS, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 20.

ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan valid, untuk menguji reliabilitas digunakan teknik *croachbach alpha* >0,60. Dimana pada pengujian ini menggunakan bantuan program SPSS. Dimana suatu instrument dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau *alpha* sebesar 0,6 atau lebih. Dimana pada pengujian ini menggunkan bantuan computer program SPSS.

Rumus *croanbach alpha* adalah sebagai berikut:[69]

$$r^{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{) \sigma_b}{\sigma_1^2}^2\right]$$

Keterangan:

r$$: Reliabilitas Instrumen

K : Jumlah Kuisioner

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varians butir

σ_1^2 : Varians total

Sebagai tolak ukur tinggi rendahnya koefisien reliabilitas digunakan interprestasi sebagai berikut:

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menjelasankan suatu variabel responden (variabel terikat/dependen) menggunakan lebih dari satu variabel input (variabel bebas, independen variabel/eksogen).[70] Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengetahui pengaruh

---

[69]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jkalarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 236.

[&] Suryani dan Hendrayani, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam,...*, hlm.318

variabel bebas dengan variabel terikat. Pengolahan data akan dilakukan menggunakan alat bantu aplikasi *soft ware* SPSS16.0.

Formulasi yang digunakan adalah:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e_i$

Dimana:

Y : Nasabah pensiun

a : Konstanta

$b_{1,2,3,4,5}$: Koefisien regresi

X_1 :Faktor kebudayaan

X_2 :Faktor sosial

X_3 :Faktor pribadi

X_4 : Faktor psikologis

X_5 : Faktor aqidah

e_i :Kesalahan

a. Uji Hipotesis (Uji t)

Digunakan untuk menguji berarti atau tidaknya hubungan variabel-variabel independen faktor kebudayaan (XI), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor psikologis (X4), faktor aqidah (X5) terhadap nasabah pensiun (Y).

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

1) Menentukan formulasi Hipotesis

a) H0: β = 0, artinya variabel X1, X2, X3, X4, X5 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara persial terhadap

variabel Y.

b) H0: β = 0, artinya variabel X1, X2, X3, X4, X5 mempunyai pengaruh yang signifikan secara persial terhadap variabel Y.

2) Menentukan derajad kepercayaan 95% (α =0.5)

3) Menentukan signifikan

a) Nilai signifikan (P Value), < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima.

b) Nilai signifikan (P value) > 0.05 maka H0 diterima dan Ha ditolak.

4) Membuat kesimpulan

a) Bila (P Value) > 0.05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya variabel independent secara persial mempengaruhi variabel dependent.

b) Bila (P value) > 0.05 maka H0 diterima dan ditolak,. Artinya variabel independent secara persial tidak mempengaruhi variabel dependent.

b. Uji F (Uji Simultan)

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independent dan variabel dependent, apakah variable faktor kebudayaan (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor psikologis (X4), faktor aqidah (X5) terhadap variabel idependent terhadap nasabah pensiun (Y).

Pengujian ini menggunakan bantuan software SPSS versi 16.

Rumus untuk uji f adalah:

$$f = \frac{\frac{r^2}{k}}{\frac{(1-r^2)}{n-k-1)}}$$

Keterangan:

f = f hitung

r^2 = determinasi

n = sampel

k = jumlah variabel independen

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

1) Menentukan formulasi Hipotesis
   a) H0 : βI = β2 0, artinya variabel XI, X2, X3, X4,X5 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Y.
   b) H0 : βI = β2 ≠ 0, artinya variabel XI, X2, X3, X4, X5 mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Y.
2) Menentukan derajad kepercayaan 95% (α = 0.05)
3) Menentukan signifikan
   a) Nilai signifikan (P Value) > 0.05 maka H0 diterima dan Ha ditolak.

b) Nilai signifikan (P Value) < 0.05 maka H0 ditolak dan Ha diterima.

4) Membuat kesimpulan

a) Bila (P Value) < 0.05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel independent secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel dependent.

b) Bila (P Value) > 0.05 maka H0 diterima H0 ditolak. Artinya variabel independent secara simultan (bersama-sama) tidak mempengaruhi variabel dependent.[71]

c. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) menunjukkan besarnya kontribusi variabel independent terhadap variabel dependent. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel independent menerangkan variabel dependent. Jika determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. Hal ini berarti, model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen.

Sebaliknya jika determinan koefisien (R^2) semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen terhadap variabel dependent

[71]Algifari, *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis,* (Yogyakarta: UUP AMP YKPN , edisi ke II), hlm. 230-232.

semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunkan tidak kuat menerangkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan software SPSS.

Rumus untuk koefisien determinasi adalah:

$$R^2 = \frac{n\ ) y + \beta_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y + (\sum y)^2}{n \sum y^2 - (\sum y)^2}$$

Keterangan:

R^2	: Koefisien Determinasi
n	:Jumlah Sampel
α	: Konstanta
β$, β&, β'	: Koefisien Regresi
∑Y	: Jumlah Y
∑Y&	: Jumlah Y^2
∑X$ Y,..X'Y	: Jumlah x$Y Sampai jumlah X'Y.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Monografi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bukittinggi

PT. Bank Syariah mandiri pada awal berdirinya bernama PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang di miliki oleh yayasan kesejahteraan pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota prestasi. Atas dasar akta Notaris: R.Soeratman.SH., No. 146 tertanggal 10 agustus 1973. Setelah adanya marger empat bank pemeritah yaitu Bank Bumi Dava (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Eksport Import Indonesia (BEII) dan Bapindo pada tanggal 31 juli 1999 menjadi PT. Bank Mandiri (Persero), maka kepemilikan PT.Bank Susila Bakti (BSB) diambil alih oleh PT. Bank mandiri (Persero).[72]

PT. Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru membuat kebijakan untuk mendukung sepenuhnya dan melanjutkan kebijakan lama dari PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang bermaksud mengubah kegiatan bank dari konvensional menjadi syariah, sejalan dengan keinginan PT. Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syariah. Langkah awal dilakukan dengan mengubah anggaran dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti (BSB) menjadi PT. Bank Syariah Sakinah mandiri berdasar angka notaries: Ny.Machrani Moertolo Soenarto.

[72] www.Syariahmandiri.co.id diakses 13 Juni 2018

SH., No. 29 tertanggal 19 mei 1999 dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman RI dengan surat keputusannya tanggal 1 juli 1999 No.C2-12120.HT.01.04.TH.99.

Maksud tujuan dan nama bank serta seluruh anggaran dasar dari PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri kemudian diubah kembali berdasarkan akta Notaris: Sutiipto.SH., No.23 tertanggal 8 September 1999. Nama baru bank yaitu Bank Syariah Mandiri yang kemudian disingkat menjadi BSM. Perubahan–perubahan tersebut telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor 16495.HT.01.04.TH.99 tertanggal 16 september 1999.

Pada tanggal 25 Oktober 1999, bank Indonesia (BI) melalui surat keputusan Gubernur Bank Indonesia No.1/24/KEP.BI/1999 telah memberikan izin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti (BSB). Selanjutnya dengan surat keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No.1/1/KEP.DGS/1999 tanggal 25 Oktober 1999. Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nama PT. Bank Susila Bakti (BSB) menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Dalam keputusan Bank Indonesia (BI) tersebut, Bank Syariah Mandiri (BSM) bisa beroperasi secara syariah terhitung mulai hari senin tanggal 1 november 1999. Kelahiran PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan buah bersama dari para perintis Bank Syariah di

PT. Bank Susila Bakti (BSB) dan Manajemen PT. Bank Mandiri yang memandang pentingnya kehadiran Bank Syariah di lingkungan PT. bank Mandiri (Persero).

2. Visi dan misi Bank Syariah Mandiri (BSM)

a. Visi

"Bank Syariah Terdepan dan Modern"

Bank Syariah Terdepan :menjadi bank syariah yang selaludi antara pelaku industry perbankan syariah di Indonesia pada segmen *cosumer*, *micro, commercial*, dan *coorporate*.

Bank syariah modern : menjadi bank syariah sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi

Misi dari Bank Syariah Mandiri (BSM) yaitu :

(1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industry yang berkesinambungan.

(2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

(3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.

(4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.

(5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.

3. Produk-produk Bank Syariah Mandiri (BSM)

Produk-produk yang ada pada PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang (KC) Bukittinggi antara lain :

d. Produk-produk pendanaan (*funding*)

Beberapa produk yang ada pada produk pembiayaan (*funding*) sebagai berikut:

1. Tabungan

(a) Tabungan BSM

Tabungan BSM merupakan tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di konter BSM atau melalui ATM.

(b) BSM Tabungan Mabrur

Tabungan mabrur adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu dalam pelaksanaan haji dan umrah.

(c) BSM Tabungan Mabrur Junior

BSM tabungan mabrur junior adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan haji dan umrah khusus untuk usia dibawah 17 tahun.

(d) BSM Tabungan Investa Cendikia

Tabungan investa cendekia adalah tabungan berjangka dengan setoran bulanan yang didesain untuk

mempersiapkan dana pendidikan putra/putri anda di masa depan.

(e) Tabungan Berencana

Tabungan berencana adalah tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang dan memiliki perlindungan asuransi untuk berbagai rencana anda.

(f) Tabunganku

Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang di terbitkan secara bersama oleh bank-bank yang ada di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

(g) BSM Tabungan Pensiun

Tabungan pension BSM adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang disepakati.

2. Giro

a. Giro BSM

Giro BSM merupakan sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transanksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

3. Deposito

a. deposito BSM

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah* untuk perorangan dan non-perorangan.

e. Produk-produk pembiayaan (*Lending*)

1. *Consumer*

a. Gadai emas

Gadai emas merupakan saran untuk mendapatkan dana dalam mengatasi kebutuhan pendidikan, modal usaha, biaya pengobatan, penyelenggaraan hajatan dan kebutuhan lainnya.

b. BSM griya

Fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk pembiayaan kepemilikan rumah tinggal yang diperuntukan untuk individu atau perorangan.

c. Pensiunan

Pembiayaan dengan memberikan kesempatan dan kemudahan memperoleh fasilitas pembiayaan kepada pensiunan.

d. BSM oto

BSM oto merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor baik baru maupun bekas dengan sistem murabahah.

e. Pembiayaan umrah

Pembiayaan untuk mempermudah nasabah dalam memenuhi kebutuhan perjalanan umrah melalui penyelenggaraan umrah yang telah terdaftar dan mempunyai izin dari departemen agama serta memiliki pengalaman usia penyelenggaraan umrah minimal 2 tahun.

f. Pembiayaan pendidikan/Edukasi BSM

Pembiayaan kepada calon pelajar dalam mendapatkan dana pendidikan yang dibutuhkan dan diperuntukan untuk individu/perorangan dan perusahaan/badan hukum.

2. *Mikro*

a. Modal kerja (BSM *Customer network financing*)

Pembiayaan modal kerja yang diberikan kepada nasabah untuk pembelian persediaan barang dari rekan yang telah menjalin kerja sama dengan BSM.

3. Komersil

a. Pembiayaan modal kerja

Fasilitas pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada pelaku usaha baik dalam mata uang rupiah maupun valuta

asing untuk membiayai kebutuhan modal kerja dalam siklus waktu tertentu maksimal 1 tahun.

b. Pembiayaan investasi

Fasilitas pembiayaan jangka pendek/jangka panjang dalam mata uang rupiah maupun valuta asing untuk membiayai kebutuhan investasi berupa rehabilitasi, modernisasi, perluasan, pendirian proyek baru dan atau kebutuhan khusus lainnya yang dinilai layak oleh bank.

f. Produk-produk jasa

1. BSM *Card*

BSM *Card* satu kartu beragam manfaat, BSM *Card* semakin mudah digunakan untuk bertransaksi di BSM ATM, ATM bersama, ATM prima, ATM MEPS dan ATM mandiri. BSM *Card* dapat digunakan untuk cek saldo, tarik tunai, ubah pin, transfer antar rekening.

2. BSM Sentra bayar

BSM sentra bayar merupakan layanan bank dalam menerima pembiayaan tagihan pelanggan.

3. BSM *Mobile Banking*

BSM Mobile banking merupakan layanan transanksi perbankan (non tunai) melalui *mobile phone (handphone*) berbasis *GPRS*.

4. **BSM *Net Banking***

   BSM *net banking* merupakan layanan perbankan berbasis internet yang dilengkapi dengan layanan transanksi transfer yang paling lengkap. Bahkan bisa melakukan transanksi transfer secara *real time* ke 80 bank yang tergabung dalam jaringan ATM bersama dan ATM prima.[73]

5. **BSM *Electronic Payroll***

   Pembayaran gaji keryawan institusi melalui teknologi terkini bank Syariah Mandiri secara mudah, aman dan fleksibel.

6. **BSM jual beli valuta asing**

   Pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asingatau mata uang asimg dengan mata uang asing lainnya yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri.

7. **Transfer**

   Manfaat layanan BSM transfer untuk mengirim uang tunai kepada sanak saudara atau rekan bisnis di seluruh pelosok negeri tercinta dengan mudah dan aman. Uang tetap dapat dikirim meskipun dilokasi tersebut belum tresedia layanan perbankan. Layana transfer ini diperuntukan untuk perorangan dan badan hukum.

[73] www.Syariahmandiri.co.id diakses 13 Juni 2018

8. Inkaso

Penagihan warkat bank lain dimana bank tertariknya berbeda wilayah kliring atau berada diluar negeri, hasilnya penagihan akan di kredit ke rekening nasabah.

B. Deskriptif Responden

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner. Dari kuisioner tersebut diperoleh mengenai gambaran umum mengenai karakteristik responden. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah pensiun yang melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah yang berjumlah 30 orang. Karakteristik responden dalam penelitian ini antara lain berdasarkan jenis kelamin, usia, berdasarkan pekerjaan.

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	16	32%
2.	Perempuan	34	68%
	Total	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuesioner) Diolah

Berdasarkan pada tabel 4.1 diketahui dari 50 responden terlihat bahwa yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 16 responden atau sebesar 32%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 34 responden atau sebesar 68%. Dari data tersebut terlihat bahwa

nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan banyak diminati oleh perempuan.

2. Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1.	45-49	5	10%
2.	50-54	25	50%
3.	55-59	8	16%
4.	60-64	4	8%
5.	65-69	6	12%
6.	>70	2	4%
	Total	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuesioner) Diolah

Berdasarkan pada tabel 4.2 diketahui dari 50 responden terlihat bahwa yang berusia 45-49 tahun berjumlah 5 responden atau sebesar 10%, yang berusia 50-54 tahun berjumlah 25 responden atau sebesar 50%, yang berusia 55-59 tahun berjumlah 8 responden atau sebesar 16%, yang berusia 60-64 tahun berjumlah 4 responden atau sebesar 8%, yang berusia 65-69 tahun berjumlah 6 responden atau sebesar 12% dan yang berusia >70 tahun berjumlah 2 responden atau sebesar 4%. Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa nasabah pensiun yang melakukan take over pembiayaan rata-rata berusia 50-54 tahun.

3. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	PNS	35	75%
2.	Karyawan	15	25%
	Total	50	100%

Sumber: Data Primer (Kuesioner) Diolah

Berdasarkan pada tabel 4.3 diketahui dari 50 responden terlihat bahwa yang bekerja sebagai PNS berjumlah 35 responden atau sebesar 75%, yang bekerja sebagai Karyawan berjumlah 15 responden atau sebesar 30%. Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa nasabah pensiun yang melakukan take over pembiayaan umumnya bekerja sebagai PNS.

C. Gambaran Distribusi Jawaban Responden

1. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Faktor Kebudayaan

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel faktor kebudayaan didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebar. Tanggapan responden terhadap variabel faktor kebudayaan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4

Tanggapan responden variabel X^1

Item Pernyataan	Faktor Kebudayaan						
X^1	Bobot Skor					Jumlah (Skor x Freks)	Rata-rata
	SS	S	CS	TS	STS		
Item 1	1	16	0	13	0	74	2,47
Item 2	7	11	0	12	0	100	3,34
Item 3	2	13	0	13	0	78	2,6
Total						252	8,41
Rata-rata							28,033

Sumber: hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata keseluruhan 28,033. Sedangkan nilai rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,34 dan nilai rata-rata terendah adalah 2,6.

2. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Faktor Sosial

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel faktor sosial didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebar. Tanggapan responden terhadap variabel faktor sosial, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5

Tanggapan responden variabel X^2

Item pernyataan	**Faktor sosial**						
X^2	**SS**	**S**	**CS**	**TS**	**STS**	**Jumlah (skor x Freks)**	**Rata-rata**
Item 1	2	14	9	5	0	**103**	**3,44**
Item 2	4	18	0	8	0	**108**	**3,6**
Item 3	4	14	7	5	0	**107**	**3,57**
Item 4	1	11	1	18	0	**88**	**2,94**
Total						**406**	**13,55**
Rata-rata							**45,16**

Sumber: hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata keseluruhan 45,16. Sedangkan nilai rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,57 dan nilai rata-rata terendah adalah 3,6.

3. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Faktor Pribadi

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel faktor pribadi didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebar. Tanggapan responden terhadap variabel faktor pribadi, dapat dilihat pada tabel berikut:

tabel 4.6

Tanggapan responden variabel X^3

Item pernyataan	Faktor pribadi						
X^3	SS	S	CS	TS	STS	Jumlah (skor x Freks)	Rata-rata
Item 1	2	17	1	10	0	101	3,37
Item 2	2	15	0	13	0	96	3,2
Item 3	1	16	0	13	0	111	3,7
Item 4	3	14	9	4	0	106	3,54
Item 5	4	18	1	7	0	109	3,64
Total						523	17,45
Rata-rata							5,5

Sumber: hasil pengolahan data

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata keseluruhan 5,5. Sedangkan nilai rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,64 dan nilai rata-rata terendah adalah 3,2.

4. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Faktor Psikologis

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel faktor psikologis didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebar. Tanggapan responden terhadap variabel faktor psikologis, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan responden X^4

Item pernyataan	Faktor psikologis						
X^4	SS	S	CS	TS	STS	Jumlah (Skor x Freks	Rata-rata
Item 1	2	3	3	22	0	75	2,5
Item 2	2	18	0	10	0	102	3,4
Item 32	2	16	0	12	0	98	3,27
Item 4	5	10	9	5	0	102	3,4
Total						377	12,57
Rata-rata							41,9

Sumber: hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata keseluruhan 41,9. Sedangkan nilai rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,27 dan nilai rata-rata terendah adalah 2,5.

5. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Faktor aqidah

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel faktor aqidah didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebar. Tanggapan responden terhadap variabel faktor aqidah, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8

Tanggapan respon X^5

Item pernyataan	**Faktor aqidah**						
X^5	**SS**	**ST**	**CS**	**TS**	**STS**	**Jumlah (Skor x Freks**	**Rata-rata**
Item 1	1	15	0	14	0	**107**	**3,57**
Item 2	3	14	9	4	0	**106**	**3,54**
Item 3	4	13	0	11	0	**108**	**3,6**
Item 4	5	14	10	4	0	**96**	**3,2**
Total						**417**	**13,91**
Rata-rata							**46,36**

Sumber: hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata keseluruhan 46,36. Sedangkan nilai rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,57 dan nilai rata-rata terendah adalah 3,2.

6. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Y

Analisis deskripsi jawaban responden tentang variabel keputusan nasabah melakukan take over didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang disebar. Tanggapan responden terhadap variabel keputusan nasabah melakukan take over, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9

Variabel Y

Item pernyataan	Nasabah Pensiun						
Y	SS	TS	CS	TS	STS	Jumlah (Skor x Freks	Rata-rata
Item 1	1	14	0	15	0	107	3,57
Item 2	1	17	0	12	0	109	3,67
Item 3	0	12	8	10	0	92	3,06
Item 4	0	17	0	13	0	94	3,14
Total						402	13,44
Rata- rata							44,8

Sumber: hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata keseluruhan 44,8. Sedangkan nilai rata-rata tertinggi adalah sebesar 3,67 dan nilai rata-rata terendah adalah 3,06.

D. Pembahasan dan Analisis Data

1. Uji instrumen

a) Uji validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan untuk instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugionon, 2004).

Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur. Suatu instrumen/angket dinyatakan valid atau dianggap memenuhi syarat, jika r hitung > 0,300 (Sugiyono,2004) jika alat ukur dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut di uji. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus program SPSS 16.0 dapat dilihat pada tabel 4.7 Berikut ini:

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Variabel X^1

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	16.37	25.275	.730	.823
Item 2	16.10	22.990	.798	.785
Item 3	16.37	23.964	.787	.799
KEBUDAYAAN	9.77	8.530	1.000	.798

Sumber: hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel 4.10 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel kebudayaan (X1), memiliki status valid, karena nilai rhitung *(corrected item total correlation)*> r tabel sebesar 0,361

Tabel 4.11

Hasil uji validitas variabel X^2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	20.63	20.654	.732	.796
Item 2	20.47	20.189	.626	.806
Item 3	20.50	19.569	.804	.776
Item 4	21.20	21.131	.510	.830
SOSIALS	13.47	8.809	.953	.762

Berdasarkan tabel 4.11 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel sosial (X2), memiliki status valid, karena nilai rhitung *(corrected item total correlation)*> r tabel sebesar 0,361

Tabel 4.12

Hasil Uji validitas X^3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	30.43	55.909	.818	.770
Item 2	30.60	53.766	.912	.754
Item 3	30.63	54.516	.899	.759
Item 4	30.27	59.237	.728	.790
Item 5	30.17	60.144	.546	.803
PRIBADI	16.90	17.403	1.000	.883

Sumber: hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel 4.12 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel pribadi (X3), memiliki status valid, karena nilai rhitung *(corrected item total correlation)*> r tabel sebesar 0,361.

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas X^4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	22.97	31.757	.617	.786
Item 2	22.07	28.616	.853	.735
Item 3	22.20	28.579	.814	.738
Item 4	21.90	32.645	.478	.806
PSIKOLOGIS	12.73	9.789	1.000	.770

Sumber: hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel 4.13 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel psikologis (X4), memiliki status valid, karena nilai rhitung *(corrected item total correlation)*> rtabel sebesar 0,361.

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas X^5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	23.63	32.171	.659	.791
Item 2	23.20	32.579	.806	.782
Item 3	23.47	30.326	.738	.768
Item 4	23.27	32.547	.858	.778
AQIDAH	13.37	10.309	1.000	.827

Sumber: hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel 4.14 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk variabel aqidah (X5), memiliki status valid, karena nilai rhitung *(corrected item total correlation)*> rtabel sebesar 0,361.

Tabel 4.15

Hasil Uji Validitas Y

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	21.90	32.438	.773	.775
Item 2	21.70	31.390	.900	.754
Item 3	21.87	37.499	.443	.836
Item 4	21.80	31.545	.918	.754
NASABAH PENSIUN	12.47	10.740	1.000	.838

Sumber: hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel 4.15 maka dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan untuk nasabah pensiun (Y), memiliki status valid, karena nilai rhitung *(corrected item total correlation)*> rtabel sebesar 0,361.

b) Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu uji menunjukkan sejauh mana pengukur itu dapat memberikan hasil yang relatif tidak beda dilakukan pengulangan pengukur terhadap objek yang sama. Uji ini hanya dapat dilakukan pada pertanyaan-pertanyaanyang valid saja. Pengujian reabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha atau *Cronbach's Alpha,* instrumen yang mempunyai reliabilitas. Instrumen yang dipakai dalam variabel itu dikatakan handel apabila memiliki *Cronbach alpha*lebih dari 0,60 (Ghazali, 2005).

Hasil analisis reliabilitas terhadap masing-masing instrumen penelitian diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut ini :

Tabel 4.16

Uji reliabel

No	Variabel	Ralpha	Rkritis	Kriteria
1.	Faktor kebudayaan	0,844	0,600	Reliabel
2.	Faktor sosial	0,832	0,600	Reliabel
3.	Faktor pribadi	0,812	0,600	Reliabel
4.	Faktor psikologis	0,805	0,600	Reliabel
5.	Faktor aqidah	0,819	0,600	Reliabel
6.	Nasabah pensiun	0,821	0,600	Reliabel

Sumber: hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel 4.16 di atas uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handel jika jawaban terhadap pernyataan selalu konsisten. Jadi hasil koefisien reliabilitas faktor kebudayaan sebesar r11= 0,844, faktor sosial adalah sebesar r11=0,832, faktor pribadi adalah sebesar r11= 0,812, faktor psikologis adalah sebesar r11= 0,805, faktor aqidah adalah sebesar r11= 0,819, nasabah pensiun adalah sebear r11=0,821, ternyata memiliki nilai *"Alpha Cronbach"* lebih besar dari 0,600, yang berarti keenam instrumen dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda berguna untuk mengukur dan mengetahui seberapa besar pengaruh X terhadap Y, yaitu seberapa besar pengaruh faktor-faktor seperti kebudayaan, sosial, pribadi, psikologis dan aqidah

terhadap prilaku nasabah pensiun melakukan take over dari bank konvensional ke bank syariah.

Persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y= a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b4X4 + b_5X_5}$$

Analisis linier berganda dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 16.0 yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17

Hasil regresi linear berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.645	1.025		2.582	.016
	FAKTOR KEBUDAYAAN	.572	.114	.510	5.025	.000
	FAKTOR SOSIAL	-.508	.123	-.356	-4.117	.000
	FAKTOR PRIBADI	.464	.112	.591	4.131	.000
	FAKTOR PSIKOLOGIS	-.309	.112	-.295	-2.768	.011
	FAKTOR AQIDAH	.427	.103	.418	4.161	.000

a. Dependent Variable: Nasabah Pensiun

Sumber: hasil pengolahan data primer

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel di atas pada kolom kedua *(Unstandardized Coefficients)* bagian B pada baris pertama diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\mathbf{Y= 2{,}645+0{,}572X_1-0{,}508X_2+0{,}464X_3-0{,}309X_4+0{,}427X_5+}\boldsymbol{e}$$

) !

Dimana:

Y = Nasabah Pensiun

a = Konstanta

b *1,2,3,4,5* = Koefisien regresi

X_1 = Faktor Kebudayaan

X_2 = Faktor Sosial

X_3 = Faktor Pribadi

X_4 = Faktor Psikologis

X_5 = Faktor Aqidah

e = Standar eror

persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

a. Dari persamaan di atas dapat diartikan konstanta 2,645 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel faktor kebudayaan (X_1), faktor sosial (X_2), faktor pribadi (X_3), faktor psikologis (X_4), faktor aqidah (X_5) maka yang mempengaruhi nasabah pensiun (Y) melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah.
b. Koefisien faktor kebudayaan (X_1) sebesar dengan f hitung < f tabel memberikan nilai sebesar 0,025 < 0,361 dengan tingkat signifikan

0,000 karena lebih besar dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat dikatakan Ha diterima Ho ditolak.

c. Koefisien faktor sosial (X_2) sebesar dengan f hitung < f tabel memberikan nilai sebesar 0,025 < 0,361 dengan tingkat signifikan 0,000 karena lebih besar dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat dikatakan Ha diterima Ho ditolak.

d. Koefisien faktor pribadi (X_3) sebesar dengan f hitung < f tabel memberikan nilai sebesar 0,025 < 0,361 dengan tingkat signifikan 0,000 karena lebih besar dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat dikatakan Ha diterima Ho ditolak.

e. Koefisien faktor psikologis (X_4) sebesar dengan f hitung < f tabel memberikan nilai sebesar 0,025 < 0,361 dengan tingkat signifikan 0,000 karena lebih besar dari 0,05 (0,011 < 0,05) maka dapat dikatakan Ha diterima Ho ditolak.

f. Koefisien faktor aqidah (X_5) sebesar dengan f hitung < f tabel memberikan nilai sebesar 0,025 < 0,361 dengan tingkat signifikan 0,000 karena lebih besar dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat dikatakan Ha diterima Ho ditolak.

3. Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (faktor kebudayaan X1, faktor sosial X2, faktor pribadi X3, faktor psikologis X4, faktor aqidah X5) berpangaruh signifikan ataukah tidak terhadap prilaku nasabah pensiun melakukan take over

pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah, pada signifikan *a*=5% secara terpisah atau persial. Berikut hasil uji t sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.18

Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.582	.016
	FAKTOR KEBUDAYAAN	5.025	.000
	FAKTOR SOSIAL	-4.117	.000
	FAKTOR PRIBADI	4.131	.000
	FAKTOR PSIKOLOGIS	-2.768	.011
	FAKTOR AQIDAH	4.161	.000

a.Dependnt Variable:
NASABAH PENSIUN

Sumber: hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel 4.18 di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Pengaruh faktor kebudayaan terhadap prilaku nasabah pensiun melakukan take over dari bank konvensional ke bank syariah dan faktor lainnya sebagai berikut:

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor kebudayaan (X1) terhadap prilaku nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah. Hasil pengolahan dan uji t diketahui bahwa hasil uji t dari variabel faktor kebudayaan (X1) tidak

signifikan dengan jumlah 0,000. Jika nilai signifikan dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini (*a*= 0,05) maka terbukti bahwa (0,000 < 0,05). Hal ini berarti faktor kebudayaan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap prilaku nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor sosial (X2) terhadap terhadap prilaku nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah. Hasil pengolahan dan uji t diketahui bahwa hasil uji t dari variabel faktor sosial (X2) tidak signifikan dengan jumlah 0,000. Jika nilai signifikan dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini (*a*= 0,05) maka terbukti bahwa (0,000 < 0,05). Hal ini berarti faktor sosial tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terhadap prilaku nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor pribadi (X3) terhadap prilaku nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah. Hasil pengolahan dan uji t diketahui bahwa hasil uji t dari variabel faktor pribadi (X3) tidak signifikan dengan jumlah 0,000. Jika nilai signifikan dibandingkan dengan tingkat

signifikan yang digunakan dalam penelitian ini (*a*= 0,05) maka terbukti bahwa (0,000 < 0,05). Hal ini berarti faktor pribadi tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap prilaku nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah.

Hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor psikologis (X4) terhadap prilaku nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah. Hasil pengolahan dan uji t diketahui bahwa hasil uji t dari variabel faktor psikologis (X4) tidak signifikan dengan jumlah 0,011. Jika nilai signifikan dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini (*a*= 0,05) maka terbukti bahwa (0,000 < 0,05). Hal ini berarti faktor psikologis tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap prilaku nasabah pensiun melakukan take over pembiayaaan dari bank konvensional ke bank syariah.

Hipotesis kelima dalam penelitian ini adalah tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor dan aqidah (X5) terhadap prilaku nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah. Hasil pengolahan dan uji t diketahui bahwa hasil uji t dari variabel faktor aqidah (X5) tidak signifikan dengan jumlah 0,000. Jika nilai signifikan dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini (*a*=

0,05) maka terbukti bahwa (0,000 < 0,05). Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima dengan tingkat kepercayaan 95%.

4. Uji F tes (Uji serempak/ ANNOVA)

Sebagaiman yang telah dijelaskan pada BAB III, Uji f (uji serempak) adalah untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama atau serempak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah hasil pengolahan data dengan menggunakan data SPSS 16.0 sebagai berikut:

Tabel 4.19

Hasil UjI F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	290.363	5	58.073	66.043	.000[a]
	Residual	21.104	24	.879		
	Total	311.467	29			

a. Predictors: (Constant), FAKTOR AQIDA, FAKTOR PSIKOLOGIS, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR KEBUDAYAAN, FAKTOR PRIBADI

b. Dependent Variable: NASABAH PENSIUN

Sumber : hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa uji F test diperoleh F hitung = 66.043 dengan tingkat signifikan 0,000, karena nilai probabilitas > dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen yang terdiri dari faktor kebudayaan (X_1), faktor sosial (X_2),

faktor pribadi (X_3), faktor psikologis (X_4), faktor aqidah (X_5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap perilaku nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah (Y).

5. Uji determinasi (R^2)

Sebagai mana yang telah dibahas pada BAB III, bahwa pengujian ini berguna untuk mengetahui signifikansi variabel indevenden secara bersama-sama terhadap variabel devenden. Pengujian ini menggunakan SPSS 16.0 sebagai berikut:

Tabel 4.20

Uji koefisien determinan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.966[a]	.932	.918	.938	2.276

a. Predictors: (Constant), FAKTOR AQIDA, FAKTOR PSIKOLOGIS, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR KEBUDAYAAN, FAKTOR PRIBADI

b. Dependent Variable: NASABAH PENSIUN

Sumber : hasil pengolahan data primer

Berdasarkan tabel di atas didapat hasil nilai *Adjusted R Square<R square* dimana nilai *R* sebesar 0,918. Artinya kontribusi dari variabel faktor kebudayaan (X_1), faktor sosial (X_2), faktor pribadi (X_3), faktor psikologis (X_4), faktor aqidah (X_5) adalah sebesar 91,8%. Sedangkan

sisanya 8,2 lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian yang penulis lakukan.

a. Koefisien kolerasi

Ada tiga penafsiran hasil analisis kolerasi, meliputi:

1. Melihat hubungan 2 variabel
   a. Jika anggota koefisien korelasi menunjukkan 0, maka kedua variabel tidak mempunyai hubungan.
   b. Jika koefisien kolerasi mendekati +1, maka kedua variabel mempunyai hubungan semakin kuat
   c. Jika angka koefisien kolerasi mendekati 0, maka kedua variabel mempunyai hubungan semakin lemah
   d. Jika angka koefisien kolerasi sama dengan 1, maka kedua variabel mempunyai hubungan linear sempurna positif.
   e. Jika angka koefisien kolerasi sama dengan -1, maka kedua variabel mempunyai hubungan linear sempurna negatif.

   Seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.21

Hasil uji Kolerasi

Correlations

		FAKTOR KEBUDAYAAN	FAKTOR SOSIAL	FAKTOR PRIBADI	FAKTOR PSIKOLOGIS	FAKTOR AQIDAH	NASABAH PENSIUN
FAKTOR KEBUDAYAAN	Pearson Correlation	1	.669**	.810**	.657**	.782**	.884**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
FAKTOR SOSIAL	Pearson Correlation	.669**	1	.636**	.320	.684**	.552**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.084	.000	.002
	N	30	30	30	30	30	30
FAKTOR PRIBADI	Pearson Correlation	.810**	.636**	1	.822**	.803**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
FAKTOR PSIKOLOGIS	Pearson Correlation	.657**	.320	.822**	1	.621**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.084	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
FAKTOR AQIDAH	Pearson Correlation	.782**	.684**	.803**	.621**	1	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
NASABAH PENSIUN	Pearson Correlation	.884**	.552**	.871**	.672**	.865**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: hasil pengolahan data primer

Dari tabel 4.21 di atas diperoleh *kolerasi pearson* 0,669 artinya terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pribadi dengan faktor

psikologis. Hubungan kolerasi antara faktor pribadi dengan faktor psikologis adalah sangat kuat yang ditunjukkan dengan nilai + 1. Dengan P-value / sig. Sama dengan 0,000 > 0,05 dapat disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel. Tanda positif menunjukkan bahwa kolerasi yang terjadi antara faktor kebudayaan dengan sosial adalah hubungan yang " Berbanding lurus" artinya semakin bagus faktor kebudayaan, maka semakin bagus pula nilai faktor sosialnya yang akan menentukan prilaku nasabah pensiun. Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan faktor kebudayaan dengan faktor sosial adalah sangat kuat, signifikan, dan searah.

Kedua pada tabel *kolerasi pearson* 0,822 artinya terdapat hubungan yang signifikan antara faktor kebudayaan dengan sosial. Hubungan kolerasi antara faktor kebudayaan dengan sosial adalah sangat kuat yang ditunjukkan dengan nilai + 1. Dengan P-value / sig. Sama dengan 0,000 > 0,05 dapat disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel. Tanda positif menunjukkan bahwa kolerasi yang terjadi antara faktor pribadi dengan faktor pengetahuan adalah hubungan yang " Berbanding lurus" artinya semakin bagus faktor pribadi, maka semakin bagus pula nilai faktor psikologisnya yang akan menentukan prilaku nasabah nasabah pensiun dalam melakukan take over. Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan faktor pribadi dengan faktor psikologisnya adalah sangat kuat, signifikan, dan searah.

Ketiga pada tabel *kolerasi pearson* 0,865 artinya terdapat hubungan yang signifikan antara faktor aqidah dengan nasabah pensiun yang melakukan take over. Hubungan kolerasi antara faktor aqidah dengan nasabah nasabah pensiun dalam melakukan take over adalah sangat kuat yang ditunjukkan dengan nilai + 1. Dengan P-value / sig. Sama dengan 0,000 > 0,05 dapat disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel. Tanda positif menunjukkan bahwa kolerasi yang terjadi antara faktor aqidah dengan nasabah nasabah pensiun dalam melakukan take over adalah hubungan yang " Berbanding lurus".

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penyebaran angket kuesioner yang telah dilakukan pada nasabah pensiun pada Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dar bank konvensional ke bank syariah. Dalam keputusan nasabah pensiun melakukan take over ada beberapa faktor yang menentukannya seperti faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor aqidah. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui apakah kelima faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam melakukan take over baik secara parsial maupun secara simultan. Untuk menjawab dan membuktikan hipotesis terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan, yaitu dengan penyebaran angket kepada

responden. Total jumlah angket yang disebarkan berjumlah 30 rangkap. Setelah seluruh data dan informasi berhasil dikumpulkan, proses klasifikasi hasil penyebaran angket dilakukan secara manual dengan bantuan Excel dan SPSS 16.0.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda karena variabel independen lebih dari satu. Analisis ini digunakan untuk memperkirakan atau menghitung variabel X1 (Faktor kebudayaan), X2 (Faktor sosial) dan X3 (Faktor pribadi), X4 (faktor psikologis), X5 (faktor aqidah) yang mempengaruhi variabel Y (nasabah pensiun), setelah analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 2{,}645+0{,}574X_1-0{,}508X_2+0{,}464X_3-0{,}309X_4+0{,}427X_5$. Apabila terjadi kenaikan faktor kebudayaan sebesar satu satuan maka akan dapat menaikkan keputusan nasabah unutuk melakukan take over sebesar 0,574 satuan. Setiap kenaikan faktor sosial sebesar satu satuan, maka akan menaikkan keputusan nasabah pensiun melakukan take over sebesar 0,508 satuan. Setiap kenaikan faktor pribadi sebesar satu satuan, maka akan menaikkan keputusan nasabah pensiun melakukan take over sebesar 0,464 satuan. Setiap kenaikan faktor psikologis sebesar satu satuan, maka akan menaikkan keputusan nasabah pensiun melakukan take over sebesar 0,309 satuan. Setiap kenaikan faktor aqidah sebesar satu satuan, maka akan menaikkan keputusan nasabah pensiun melakukan take over sebesar 0,427 satuan. Tetapi, apabila tidak adanya kelima faktor tersebut maka keputusan

nasabah pensiun yang melakukan take over akan sama dengan nilai konstanta yaitu 2,645.

Teknik analisis selanjutnya yaitu analisis koefisien determinasi untuk menjelaskan apakah dua variabel yaitu variabel independen (X) atau variabel bebas terhadap variabel dependen (Y) atau variabel terikat mempunyai hubungan yang kuat atau tidak kuat. Setelah melakukan pengolahan data, nilai analisis koefisien determinasi yang terbentuk adalah sebesar 0,600 atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor aqidah, dan nasabah pensiun hanya mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 60% sisanya 40% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada atau tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian. Uji hipotesis terakhir yaitu uji F dengan menggunakan ANOVA atau analisis varian merupakan uji koefisien secara bersama-sama untuk menguji signifikan pengaruh faktor kebudayaan, faktor sosisal, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor aqidah, terhadap keputusan nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan. Diketahui F hitung sebesar 66,043 dengan taraf signifikan 0,000 dibawah 0,05. Dengan demikian F hitung > F tabel (66,043). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima yang berarti faktor faktor kebudayaan, faktor sosisal, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor aqidah berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah pensiun melakukan take over.

Jadi bisa diambil kesimpulan, bahwa kelima faktor tersebut berpengaruh secara signifikan jika diuji secara simultan atau bersama-sama. Terlihat jelas bahwa faktor faktor kebudayaan, faktor sosisal, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor aqidah berpengaruh terhadap keputusan nasabah pensiun meakukan take over. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penyebaran angket yang penulis lakukan dengan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi mengenai faktor yang mempengaruhi nasabah pensiun melakukan take over adalah faktor kebudayaan, faktor sosisal, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor aqidah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka penulis dapat menarik kesimpulan:

1. regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 2{,}645+0{,}574X_1-0{,}508X_2+0{,}464X_3-0{,}309X_4+0{,}427X_5$. Apabila terjadi kenaikan faktor kebudayaan sebesar satu satuan maka akan dapat menaikkan keputusan nasabah untuk melakukan take over sebesar 0,574 satuan. Setiap kenaikan faktor sosial sebesar satu satuan, maka akan menaikkan keputusan nasabah pensiun melakukan take over sebesar 0,508 satuan. Setiap kenaikan faktor pribadi sebesar satu satuan, maka akan menaikkan keputusan nasabah pensiun melakukan take over sebesar 0,464 satuan. Setiap kenaikan faktor psikologis sebesar satu satuan, maka akan menaikkan keputusan nasabah pensiun melakukan take over sebesar 0,309 satuan. Setiap kenaikan faktor aqidah sebesar satu satuan, maka akan menaikkan keputusan nasabah pensiun melakukan take over sebesar 0,427 satuan. Tetapi, apabila tidak adanya kelima faktor tersebut maka keputusan nasabah pensiun yang melakukan take over akan sama dengan nilai konstanta yaitu 2,645.
2. Analisis koefisien determinasi untuk menjelaskan apakah dua variabel yaitu variabel independen (X) atau variabel bebas terhadap variabel dependen (Y) atau variabel terikat mempunyai hubungan yang kuat atau

tidak kuat. Setelah melakukan pengolahan data, nilai analisis koefisien determinasi yang terbentuk adalah sebesar 0,600 atau 60%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor aqidah, dan nasabah pensiun hanya mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 60% sisanya 40% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada atau tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian

3. Uji F dengan menggunakan ANOVA atau analisis varian merupakan uji koefisien secara bersama-sama untuk menguji signifikan pengaruh faktor kebudayaan, faktor sosisal, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor aqidah, terhadap keputusan nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan. Diketahui F hitung sebesar 66,043 dengan taraf signifikan 0,000 dibawah 0,05. Dengan demikian F hitung > F tabel (66,043). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima yang berarti faktor faktor kebudayaan, faktor sosisal, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor aqidah berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah pensiun melakukan take over.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pensiun melakukan take over pembiayaan dari bank konvensional ke bank syariah, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Kepada nasabah yang melakukan take over pembiayaan khususnya nasabah pensiun diharapkan selalu memperhatikan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariah Islam supaya transaksi yang dilakukan tidak menimbulkan riba.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik yang serupa, penulis menyarankan agar penelitian dilakukan lebih baik lagi karena telah ada sumber penelitian yang dapat dijadikan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

Al Arif, M. Nur Rianto, 2010. "*Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional"*, Jakarta:Kencana.

Antonio, Muhammad Syafi'i, 2001. "*Bank Syariah Dari Teori ke Praktik"*, Jakarta:Gema Insani.

Arikunto, Suharsimi. 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta

Asnawi, Nur dan Masyuri, 2011. "*Metodologi Riset Manajemen Pemasaran"*, Malang:Maliki Press.

Asqalani, Ibnu Hajar al, Al Imam Al Hafizh, 2013. "*Fathul Baari Syarah Shahih Al Bukhari"*, Jakarta:Pustaka Azzam.

Burhanudin, 2009. *"Al-Qur'an Keluarga"*, Bandung: CV. Media Fitrah Rabbani.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1997. "*Kamus Besar Bahasa Indonesia"*, Jakarta: Balai Pustaka.

Djamil, Faturrahman. 2012. "*Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Di Bank Syariah*", jakarta:Sinar Grafika

Fajar, Faisal, 2016. "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Melakukan Take Over Kpr Bank Konvensional Ke Bank Brisyariah Banjarmasin"*, Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjar Masin.

Fauzia, Ika Yunia. 2014. "*Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syari'ah"*, Jakarta:Kencana.

Ghazaly, Abdul Rahman, dkk, 2010. "*Fiqih Muamalat"*, Jakarta: Prenadamedia Group.

Hakim, Lukman, 2012. "*Prinsip-prinsip Ekonomi Islam"*, Surakarta:Erlangga.

Haryono, Rudy dan Mahmud Mahyong, 2005. "*Kamus Inggris-Indonesia"*, Jombang:Lintas Media.

Ismail, 2011. "*Perbankan Syariah"*, Jakarta: Prenadamedia Group.

Karim, Adiwarman, 2013. "*Bank Islam"*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Koesoemaningsih, Racmawati, 2013. "*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Pendidikan pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi*", Media Soerjo Vol. 13 No. 2.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2004. "*Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia"* Edisi Ke-3, Jakarta: PT Indeks kelompok Gramedia.

Laksamana, Yusak, *Panduan Praktik Account Officer Bank Syariah Memahami Praktis Proses Pembiayaan Di Bank Syariah,* Jakarta : P.T Alek Media Koputindo

Mahadianto , Yudi. 2003. *Analisis Parametrik Depedensi dengan program SPSS*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Marbun, Said Sa'ad, 2007. "*Ekonomi Islam di Tengah Ekonomi Global"*, Jakarta:Zikrul Hakim.

Muflih, Muhammad, 2006. "*Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam"*, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.

Muhamad, 2015. "*Manajemen Dana Bank Syariah"*, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.

Muhammad. 2008, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Mulya, Lidya, JBBRM di Bank Syariah Mandiri, *wawancara*

Nainggolan, *Pembinaan Pegawai Negeri Sipil,* Jakarta : 1984

Noor, Henry Faizal. 2007. "*Ekonomi Manajerial"*, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.

Prasetijo, Ristiyanti dan Jhon J.O.I Ihalauw. 2005. "*Perilaku Konsumen"*, Yogyakarta: Andioffset.

Prodjodikoro, Wirjono, 2000. "*Azas-azas Perjanjian", Bandung:*Mandar Maju.

Rahayu, Fitri. 2014. "*Take Over Pembiayaan Antara Bank Syariah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (studi kasus: Bank Syariah di Bukittinggi"*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Rivai, Veitzhal dan Andria Permata Veitzhal. 2008. "*Islamic Finansial Management"*, Jakarta:PT Rajagrafindo Persada.

Rozalinda. 2015." *Ekonomi Islam"*, Jakarta:Rajagrafindo Persada.

Rufaidah, Erlina, 2000. "*Ilmu Ekonomi*", Yogyakarta:Graha Ilmu.

Sarwono, Jonathan. 2006. "*Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif"*, Yogyakarta:Graha Ilmu.

Setiadi, Nugroho J. 2003. "*Perilaku Konsumen"*, Jakarta:Prenada Media Group.

Siregar, Sifian. 2010, *Statistik Desriptif untuk Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Suharnoko. 2007. "*Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus"*, Jakarta:Kencana Prenada Media Group.

Sumar'in. 2013. "*Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Perspektif Islam"*, Yogyakarta:Graha Ilmu.

Suwarman, Ujang. 2008. "*Perilaku Konsumen"*, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, PT. Gelora Aksara Pratama.

Umam, Khotibul dan Setiawan Budi Utomo. 2016. "*Perbankan Syariah"*, Jakarta: Rajawali Pers.

http://www.dsnmui.or.id diakses pada 25 Oktober 2017 pukul 16.00

www.Syariahmandiri.co.id diakses 13 Juni 2018

INSTRUMEN PENELITIAN

No.	Variabel	Indikator
1.	Faktor Kebudayaan	1. Budaya 2. Sub budaya 3. Kelompok
2.	Faktor Sosial	1. Kelompok referensi 2. Keluarga 3. Peran dan status
3.	Faktor Pribadi	1. Usia dan tahap dalam kehidupan 2. Pekerjaan 3. Keadaan ekonomi 4. Gaya hidup 5. Kepribadian dan konsep diri
4.	Faktor Psikologis	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Proses Belajar 4. Kepercayaan dan Sikap
5.	Faktor Aqidah	

KUISIONER PENELITIAN

A. Identitas Diri

Nama : .....

Umur :.....

Jenis Kelamin : .....

Pekerjaan : .....

B. Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban dari tiga alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu rasakan. Berilah tanda conteng pada salah satu alternatif jawaban sebagai berikut:

SS :Jika **Sangat Setuju** dengan pertanyaan tersebut

S :Jika anda **Setuju** dengan pertanyaan tersebut

CS :Jika anda **Cukup Setuju** dengan pertanyaan tersebut

TS :Jika anda **Tidak Setuju** dengan pertanyaan tersebut

STS :Jika anda **Sangat Tidak Setuju** dengan pertanyaan tersebut

C. Butiran Angket

Faktor Kebudayaan

Pertanyaan yang berkaitan dengan faktor sosial						
No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah karena mengikuti perkembangan budaya.					
2.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah sesuai dengan syariah agama yang saya anut.					
3.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah dipengaruhi oleh orang yang berada pada tingkat status sosial yang sama dengan saya.					

Faktor Sosial

Pertanyaan yang berkaitan dengan faktor sosial						
No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah karena dipengaruhi oleh teman.					
2.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah dipengaruhi oleh keluarga.					
3.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah karena akan mencerminkan status saya di tengah masyarakat.					
4.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah dipengaruhi oleh kelompok-kelompok tertentu seperti tetangga dan rekan kerja.					

Faktor Pribadi

Pertanyaan yang berkaitan dengan faktor pribadi						
No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah dipengaruhi oleh trend yang berkembang saat ini.					
2.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah sesuai dengan pendapatan yang saya miliki.					
3.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah untuk bisa mewujudkan rencana dan impian dimasa mendatang.					
4.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah karena keinginan saya sendiri					
5.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah karena saya merasa aman dengan melakukan transaksi di bank syariah					

Faktor Psikologis

Pertanyaan yang berkaitan dengan faktor psikologis						
No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Saya selalu mencari informasi tentang bank syariah sebelum saya melakukan teke over pembiayaan.					
2.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah karena cicilan pembiayaaan yang bersifat fluktuatif (tetap).					
3.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah tanpa mencari informasi terlebih dahulu.					
4.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah karena saya penasaran					

Faktor Aqidah

Pertanyaan yang berkaitan dengan faktor aqidah						
No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah karena saya tahu bahwa riba di larang dalam agama.					
2.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah karena saya tahu bahwa sistem yang digunakan dalam perbankan syariah sesuai dengan aqidah yang berlaku dalam agama.					
3.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah karena saya ingin mendekatkan diri dengan Allah					
4.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah karena anjuran untuk melakukan transaksi yang sesuai dengan ajaran agama Islam					
5.	Saya memilih take over pembiayaan ke bank syariah karena saya ingin menjalankan syariat Islam					

Nasabah Pensiun (Y)

Pertanyaan yang berkaitan dengan nasabah pensiun						
No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Saya memilih pensiun karena faktor usia					
2.	Saya memilih pensiun karena masa kerja saya sudah habis					
3.	Saya memilih pensiun karena saya tidak sanggup bekerja lagi					
4.	Saya memilih pensiun karena saya sakit parah					

SURAT KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI

Nomor : 92.1 /In.26/PP.00.9/03/2018

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

REKTOR IAIN BUKITTINGGI

Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi an. **Rahmalina** NIM. **3314.314** tanggal 26 Maret 2018, Perihal Permohonan Pengesahan Judul dan Penunjukkan Pembimbing Skripsi.

Menimbang :
a. Bahwa untuk lebih terarah dan terkofordinirnya penulisan skripsi mahasiswa IAIN Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. Bahwa nama-nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II.

Mengingat :
1 Undang-undang No.20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2 Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999, tentang Pendidikan Tinggi;
3 Keputusan Presiden Nomor 181 Tahun 2014, tentang Perubahan STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi menjadi IAIN Bukittinggi.
4 Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil (PNS) dilingkungan Departemen Agama.
5 Keputusan Menteri Agama RI No.12 Tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Bukittinggi

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Pensiun Melakukan Take Over Pembiayaan Dari Bank Konvensional ke Bank Syariah"**

Kedua : Menunjuk saudara-saudara :

A	Nama	:	**Dra. Rusyaida D, M.Ag**
	NIP	:	19690609 199703 2001
	Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina / IV/a / Lektor Kepala
	Bidang Keahlian Pokok	:	Fiqh
	Memberi Mata Kuliah	:	Ushul Fiqh
	Untuk Tugas	:	Pembimbing I
B	Nama	:	**Rahmi, MA**
	NIP	:	19760515 200901 2002
	Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata (III/c) / Lektor
	Bidang Keahlian Pokok	:	Ekonomi Islam
	Memberi Mata Kuliah	:	Ekonomi Islam
	Untuk Tugas	:	Pembimbing II

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 27 Maret 2018

Rektor,

RIDHA AHIDA

Tembusan :
1. Masing-masing Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan;

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih Kab.Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax : (0752) 22875
Website : www.febi.iainbukittinggi.ac.id | e-mail : febi@iainbukittinggi.ac.id

Nomor : B-1317 /In.26.3/PP.00.7/5/2018 Bukittinggi, 14 Mei 2018
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth.
Pimpinan PT. Bank Syariah Mandiri
KC Bukittinggi
di
Bukittinggi

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Skripsi bagi mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan penelitian kepada saudara :

Nama	:	**RAHMALINA**
NIM	:	**3314.314**
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Program Studi	:	S1 Perbankan Syariah
Semester	:	VIII (Delapan)
Alamat	:	Kubang Putih
Lokasi Penelitian	:	Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi
Judul Skripsi	:	***"Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Pensiun Melakukan Take Over Pembiayaan dari Bank Konvensional ke Bank Syariah"***
Waktu	:	14 Mei 2018 s/d 14 Juli 2018

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Dekan

H. Hafandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

mandiri
syariah

PT Bank Syariah Mandiri
Kantor Cabang Bukittinggi
Jl. Jend. Sudirman No. 73
Bukittinggi - 26116
Tel. (0752) 627633
Fax. (0752) 627637
www.syariahmandiri.co.id

20 Juli 2018
20/2275 -3/049

Kepada :
Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perihal **:PERSETUJUAN PENELITIAN**

Assalamualaikum wr. Wb,

Semoga Bapak dan seluruh staff senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat serta mendapat taufik dan hidayah dari Allah SWT.

Menunjuk perihal tersebut diatas, dengan ini kami sampaikan persetujuan penelitian mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi dengan data sbb:

1. Rahmalina / 3314.314
2. Walfuada / 3314.110
3. Silvi Oktaviani / 3314.382
4. Lindawati / 3314.339
5. Yulia Anggi Pramita / 3314.389
6. Nisais Siqah / 3314.096

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

PT. BANK SYARIAH MANDIRI
BRANCH BUKITTINGGI

Yeki Fauzan Wiweko
Operation Manager

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BUKITTINGGI
Kampus I : Jalan Paninjauan Garegeh Bukittinggi - Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax : (0752) 22875
Website : www.iainbukittinggi.ac.id | email : info@iainbukittinggi.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS TUNGGAKAN UANG KULIAH

Bendahara Penerimaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama	:	**RAHMALINA**
NIM	:	**3314314**
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi	:	S1 Perbankan Syariah

Telah memenuhi persyaratan untuk mendaftar Wisuda Semester Genap TA 2018/2019 dan dinyatakan **BEBAS** tunggakan uang kuliah.

Bukittinggi, 27 Juli 2018
Bendahara Penerimaan

Herlinda Nova, SE, MM
NIP. 19811022011012007

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : **Rahmalina**
Nim : 3314.314
Tempat Lahir : Tingkarang
Tanggal Lahir : 21 April 1995
Anak ke : 6 (enam) dari 7 Bersaudara
Alamat : Pasaman Timur, Rao
Nomor HP : 082285751325
Motto : Targetkan Agar Keinginan mu Tercapai
Nama Orang Tua
Ayah : Amrin Siregar
Ibu : Saiba

B. PENDIDIKAN

1. SD N 18 Tarung-tarung Selatan (Tahun 2002-2008)
2. MTSs Nurul Hidayah (Tahun 2008-2011)
3. SMK N 1 Rao Selatan (Tahun 2011-2014)
4. S1 Jurusan Perbankan Syariah di IAIN Bukittinggi (Tahun 2014-2018)