

**Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan *Leasing* Syariah
(Survei pada Guru di Kecamatan Cijambe)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam
Universitas Pendidikan Indonesia



Oleh :

Rifqi Abdul Rofiq

1603656

PRODI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM

FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2020

Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan *Leasing* Syariah (Survei pada Guru di Kecamatan Cijambe)

Oleh
Rifqi Abdul Rofiq

Sebuah Skripsi yang Diajukan Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Rifqi Abdul Rofiq 2020
Universitas Pendidikan Indonesia
November 2020

Hak cipta dilindungi undang-undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruh atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan *Leasing* Syariah (Survei pada Guru di Kecamatan Cijambe)**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klain dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, November 2020
Yang Membuat Pernyataan



Rifqi Abdul Rofiq
NIM. 1603656

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan *Leasing* Syariah (Survei pada Guru di Kecamatan Cijambe)**

Penyusun : Rifqi Abdul Rofiq

NIM 1603656

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, September 2020

Dosen Pembimbing I



Dr. Rozmita Dewi Yuniarti Rozali., M.Si.

NIP. 19710629 2006042 001

Dosen Pembimbing II



**Rumaisah Azizah Al Adawivah,
S.E., M.Sc.**

NIP. 920200011 9940524 201

Mengetahui ;

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.

NIP. 19641203 199302 001

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN (REVISI)
UJIAN SKRIPSI
PROGRAM SARJANA ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

Tanggal Ujian Skripsi : 14 Desember 2020

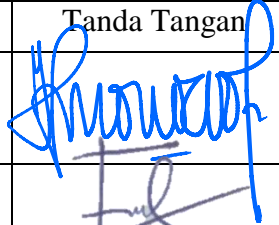


Penyusun : Rifqi Abdul Rofiq

NIM : 1603656

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Judul Skripsi : **Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan *Leasing* Syariah (Survei pada Guru di Kecamatan Cijambe)**

Telah direvisi, disetujui oleh para penguji skripsi:

No	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Dr. Hilda Monoarfa, M.Si	
2.	Firmansyah, S.Pd.,M.E.Sy	
3.	Rida Rosida. B.Sc.,M.Sc	

Bandung, 8 Desember 2020

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Dr. Rozmita Dewi Yuniarti Rozali.,
M.Si.

NIP. 19710629 2006042 001



Rumaisah Azizah Al Adawiyah,
S.E., M.Sc., M.Sc

NIP. 92020011 9940524 201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Dr. A. Jajang W Mahri, M.Si.

NIP. 19641203 199302 1 001

Rifqi Abdul Rofiq, 2020

MINAT MASYARAKAT MELAKUKAN PEMBIAYAAN LEASING SYARIAH (SURVEI PADA GURU DI KECAMATAN CIJAMBE)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Rifqi Abdul Rofiq (1603656). “**Minat Masyarakat Melakukan Pembiayaan Leasing Syariah (Survei pada Guru di Kecamatan Cijambe)**” Pembimbing I : Dr. Rozmita Dewi Yuniarti Rozali., M.Si, Pembimbing II: Rumaisah Azizah Al Adawiyah, S.E., M.Sc.

ABSTRAK

Pembiayaan *leasing* syariah merupakan kegiatan pembiayaan dalam bentuk barang modal baik secara sewa guna usaha dengan hak opsi (*finance lease*) maupun sewa guna usaha tanpa hak opsi (*operating lease*) dengan menggunakan akad ijarah dan *Ijarah Muntahiyah Bittamlik*. Tingkat kesadaran dan minat masyarakat Indonesia terhadap pembiayaan *leasing* syariah tergolong rendah jika dibandingkan dengan pembiayaan *leasing* konvensional. Hal ini menyebabkan perkembangan perusahaan pembiayaan *leasing* syariah belum begitu signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh religiositas dan promosi terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan *leasing* syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini merupakan Guru di Kecamatan Cijambe, Kabupaten Subang dan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan jumlah sampel 76 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiositas dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan *leasing* syariah. Implikasi hasil penelitian ini adalah bahwa semakin tinggi tingkat religiositas seseorang maka minatnya melakukan pembiayaan *leasing* syariah semakin tinggi, demikian juga dengan promosi, semakin tinggi promosi yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin tinggi minat masyarakat melakukan pembiayaan *leasing* syariah. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan pembiayaan syariah sebagai pertimbangan dalam proses pembuatan kebijakan.

Kata Kunci : Pembiayaan *Leasing* Syariah, religiositas, promosi, minat

Rifqi Abdul Rofiq (1603656). **“Public Interest in Sharia Leasing Financing (Survey on Teachers in Cijambe Sub-District)”** Advisor I : Dr. Rozmita Dewi Yuniarti Rozali., M.Si, Advisor II: Rumaisah Azizah Al Adawiyah, S.E., M.Sc.

ABSTRACT

Sharia leasing financing is a financing activity in the form of capital goods, both on a lease with option rights and leases without the right of option with the use of ijarah and Ijarah Muntahiyah Bittamlik agreements. The level of awareness and interest of Indonesian people towards sharia leasing financing is relatively low when compared to conventional leasing financing. This has led to the development of sharia leasing financing companies not so significant. This research aims to find out how the influence of religiosity and promotion on people's interests is financing sharia leasing. The method used in this study is the expansive method with a quantitative approach. The data analysis technique used is multiple linear regressions. The population in this study was teachers in Cijambe sub-district, Subang district and sampling techniques in this study using non probability sampling method with a sample of 76 respondents. The result of this study show that religiosity and promotion have a significant effect on people's interest in financing sharia leasing. The implication of this study is that the higher the level of religiosity of a person then his interest in the financing sharia leasing is higher, as is the promotion, the higher the promotion done by the company the the higher the interest of the public doing sharia leasing financing. This research is expected to be useful for sharia financing companies as a consideration in the policy making process.

Keywords : *Sharia leasing financing, religiosity, promotion, interest*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, HIPOTESIS PENELITIAN	7
2.1 Telaah Pustaka	7
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.4 Hipotesis Penelitian	24
BAB III OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN	25
3.1 Objek Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian	25
3.3 Desain Penelitian	25
3.3.1 Definisi Operasionalisasi Variabel	26
3.3.2 Jenis dan Sumber Data	27
3.3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel	27
3.3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.3.5 Kategorisasi Skala Instrumen	30

3.3.6	Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL PEMBAHASAN		38
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.2	Hasil Penelitian.....	39
4.2.1	Gambaran Umum Responden.....	39
4.2.2	Gambaran Umum Variabel.....	42
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.3.1	Uji Normalitas.....	44
4.3.2	Uji Multikolinearitas.....	45
4.3.3	Uji Heterokedastisitas.....	45
4.3.4	Uji Linearitas	46
4.4	Pengujian Hipotesis.....	47
4.5	Pembahasan.....	51
4.5.1	Pengaruh Religiositas Terhadap Minat Melakukan Pembiayaan <i>Leasing</i> Syariah.....	51
4.5.2	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Melakukan Pembiayaan <i>Leasing</i> Syariah 53	
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....		55
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN-LAMPIRAN		62

DAFTAR PUSTAKA

- Amawidyati, S. A., & Utami, M. S. (2007). Religiositas dan Psychological Well-being pada Korban Gempa. *Jurnal Psikologi*, 164176.
- Ancok, D., & Suroso, F. N. (2008). *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Antonio, M. S. (2012). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Yogyakarta: Gema Insani.
- Apriliansa, E. S. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI PAKAIAN SYAR'I (STUDI KASUS MAHASISWI UIN ANTASARI BANJARMASIN). *Al Iqtishadiyah*, 11-30.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Awani, H. M., & Bukhar, K. S. (2011). Costumer's Criteria for Selecting an Islamic Banks: Evidence from Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2013). *Metodelogi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Candranin, C., & Muhammad, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Bekerja di Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 90-98.
- Darna, & Wardani, D. P. (2013). PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PRODUK PEMBIAYAAN KPR PLATINUM iB PADA BANK X SYARIAH CABANG HARMONI - JAKARTA. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1-10.
- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 149-162.
- Fakhru, M. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Ghozali, A. (2005). *Jangan Ada Bunga Diantara Kita : Serba-serbi Kredit Syariah*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM. SPSS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, A. (2009). *Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT Grasindo.
- Husein, U. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Indratama, A. B., & Artanti, Y. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Jalaluddin. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Banda Aceh Dalam Pemilihan Asuransi Jiwa Syariah. *Perspektif Ekonomi Darussalam*, 118-138.
- Jalaludin. (2010). *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Karim, A. (2015). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- karim, A. A. (2006). *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Kebudayaan, K. P. (2020). *Data Pokok Pendidikan*. Retrieved May 27, 2020, from dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id:
<https://dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id/guru/2/021900>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017, Oktober). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2016*. Retrieved May 2, 2020, from www.ojk.go.id.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018, November 28). *Buku Statistik Lembaga Pembiayaan*. Retrieved Februari 27, 2020, from www.ojk.go.id:

Rifqi Abdul Rofiq, 2020

MINAT MASYARAKAT MELAKUKAN PEMBIAYAAN LEASING SYARIAH (SURVEI PADA GURU DI KECAMATAN CIJAMBE)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/lembaga-pembiayaan/Pages/Buku-Statistik-Lembaga-Pembiayaan-2018.aspx>
- Khotimah, N. (2018). PENGARUH RELIGIOSITAS, KEPERCAYAAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN SISTEM BAGI HASIL TERHADAP MINAT NASABAH MENABUNG DAN LOYALITAS DI BANK SYARIAH MANDIRI (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik). *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 37-48.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)*. Jakarta: Indeks Kelompok Media.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT Prehallindo.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium I*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, D. M. (2019). Pengaruh Kelebihan Penghasilan dan Religiositas Terhadap Intensi Masyarakat Desa Takeranklating Tikung Lamongan Untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah. *J E S*.
- Lestari, H. Y., & Magnadi, R. H. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada BMT Al Halim Temanggung. *Diponegoro Journal of Management*, 1-11.
- Lestari, R. (2018, November 13). *Pembiayaan Syariah Adira Finance Turun 73,12%*. Retrieved Marth 15, 2020, from www.Bisnis.com: <https://m.bisnis.com/finansial/Lupiyoadi>, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N. K. (2010). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Mangkunegara, A. P. (2012). *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi Cetakan V*. Bandung: PT Refika Adetama.
- Muanas, A. (2014). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Muhammad. (2004). *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Nasution, H. (1985). *Filsafat Agama*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Nursalam. (2008). *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Pandamsari, A. P. (2018, June 13). *Tiga Kendala yang Dihadapi Pembiayaan Syariah*. Retrieved May 2, 2020, from Gatra.com : <https://www.gatra.com/detail/news/327273-Tiga-Kendala-yang-Dihadapi-Pembiayaan-Syariah>
- Prasetyo, B. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Puspitasari, C., & Jayanto, P. Y. (2016). The Influence of Selling Price Pricing, Margin Level, Product Quality, Syariah Marketing, Collateral, Product Knowledge and Risk on Member's Interest in Using Murabahah Financing. *Accounting Analysis Journal*, 229-237.
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Rahmayanti, A. (2018). Relevansi Promosi terhadap Minat Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Bank Syariah Mandiri KC Kepanjen. *IQTISHODIA*, 72-84.

- Rangkuti, F. (2010). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratminto, & Winarsih, A. S. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Respati, A. (2019, September 09). *Kejar target pembiayaan syariah Rp 2,5 triliun di 2019, ini strategi Adira Finance*. Retrieved maret 15, 2020, from www.kontan.co.id: <https://www.google.com/amp/amp.kontan.co.id/news>
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2011). *Al Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Tiga Serangkai.
- Salis, N., & Solekah, N. A. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT BAWEAN DALAM MEMILIH BANK SYARIAH. *EL DINAR*, 142-157.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. (2000). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Shaleh, A. R. (2004). *Psikologi Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sharma, R.-R., Nawwaz, F. T., & Fam, K. S. (2016). Muslim religiosity, generational cohorts and buying behaviour of Islamic financial products. *Australian Journal of Management*.
- Soemitro, A. (2010). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sofhian, & Sulaiman, S. N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Religiositas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah di PT. Prudential Life Anssurance Cabang Kota Gorontalo. *Li Falah Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 155-182.
- Srisusilawati, P., Ibrahim, M. A., & Ganjar, R. (2019). Komunikasi Pemasaran Syariah dalam Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 66-72.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Manajemen Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syafei, R. (2000). *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok. *Jurnal Ekonomi Islam*, 19-46.
- Tedjakusuma, R., Hartini, S., & Muryani. (2001). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya. *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial*, 48-58.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Visnawathan, V., & Jain, V. (2013). A Dual System Approach to Understanding "Generation Y" Decision Making. *Journal of Consumer Marketing*, 484-492.
- Wahyuningsih, N. (2016). Sewa Guna Usaha (leasing) dalam Perspektif Syariah. *Al Amwal*.

- Wahyuningsih, N. (2016). SEWA GUNA USAHA (LEASING) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH. *Al Amwal*.
- Winkel, W. (1993). *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: PT Gramedia.
- Wiroso. (2010). *Akuntansi Transaksi Syariah*. Jakarta: IAI.
- www.ojk.go.id. (2019, December 28). *Statistik Lembaga Pembiayaan perDesember 2019*. Retrieved from WWW.OJK.go.id.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda. (2018). Pengaruh Religiositas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al Amwal*, 48-62.