

## **Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang**

**Betris Ayu Adesti<sup>1)</sup>, Havis Aravik<sup>2)</sup>, Choiriyah<sup>3)</sup>**

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri, Palembang, Indonesia  
Email: betrisaa14@gmail.com, havis@stebisigm.ac.id, choi @stebisigm.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan di Kantor PT. Federal International Finance atau disingkat dengan PT. FIF Group Cabang Bukit Palembang. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisi yaitu mendeskriptifkan yang dikumpulkan dengan hasil wawancara (lapangan) dan observasi untuk memecahkan permasalahan. Hasil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. 1) perilaku konsumen sangat berpengaruh pada pinjaman yang menggunakan jasa leasing, terutama masyarakat yang menggunakan dana untuk kebutuhan modal usaha dan biaya anak sekolah (pendidikan). 2) perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat karena dengan menggunakan jasa leasing dimotivasi oleh faktor kebudayaan dan gaya hidup yang sangat kuat terutama tinjauan ekonomi dalam perspektif Islam yang tidak bisa dihilangkan oleh masyarakat.

**Kata Kunci :** *Perilaku, Konsumen, Jasa Leasing, Ekonomi Islam*

### **Abstract**

*This research was conducted at the PT. Federal International Finance or abbreviated as PT. FIF Group Palembang Hill Branch. In this study, the authors used a qualitative method with a descriptive analysis approach, namely descriptive analysis collected using interviews (field) and observations to solve problems. The results in this study are as follows. 1) consumer behavior is very influential on loans that use leasing services, especially people who use funds for business capital needs and school (education) children's expenses. 2) consumer behavior is strongly influenced by the circumstances and situations of the social strata because using leasing services is motivated by very strong cultural and lifestyle factors, especially economic views from an Islamic perspective which cannot be eliminated by society.*

**Keywords:** *Behavior, Consumers, Leasing Services, Islamic Economics.*

### **Pendahuluan**

Perkembangan dunia otomotif di Indonesia dari tahun-ke tahun mengalami

### **Betris Ayu Adesti, Havis Aravik, Choiriyah**

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang

peningkatan, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya permintaan akan kendaraan bermotor baik itu sepeda motor maupun mobil di Indonesia. Usaha *leasing* di Indonesia mulai timbul sejak tahun 1974, dengan adanya surat keputusan bersama menteri keuangan, menteri perindustrian dan menteri perdagangan Indonesia Nomor: kep-112/MK/IV/2/1974, Nomor: 32/M/SK/2/1974, tertanggal 7 Februari 1974 sebagai salah satu sistem, usaha *leasing* relatif masih muda usianya (Syarifuddin 2019).

Salah satu yang dibutuhkan adalah alat transportasi sendiri yaitu pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan, atau transportasi adalah perpindahan dari suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan alat pengangkutan, baik yang digerakkan oleh tenaga manusia, hewan (kuda, sapi, kerbau), atau mesin. Konsep transportasi didasarkan pada adanya perjalanan (*trip*) antara asal (*origin*) dan tujuan (*destination*). Di dalam transportasi, terdapat unsur-unsur yang terkait erat dalam berjalannya konsep transportasi itu sendiri. Unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut: manusia yang membutuhkan; barang yang dibutuhkan; kendaraan sebagai alat/sarana; jalan dan terminal sebagai prasarana transportasi; dan organisasi pengelola transportasi (Refriyani 2018).

Perusahaan pembiayaan telah dikenal oleh bangsa Eropa dan Amerika di era 1850 an dan hal ini telah menjadikan industri bisnis, produksi dan perdagangan dikalangan pengusaha waktu itu untuk menggunakan jenis usaha ini dalam menjalankan roda usahanya didalam perusahaan. Jenis usaha *leasing* ini pun datang dan tumbuh di Indonesia, dan mulai dilirik oleh para pengusaha untuk dimanfaatkan dalam pemenuhan modal bagi usaha mereka. Usaha *leasing* ini pada dasarnya adalah kegiatan usaha penyewaan, yang digunakan sebagai modal dalam usaha, tapi sekarang ini telah timbul jenis usaha yang hampir menyerupai dari *leasing* ini (Effendi 2016).

Kegiatan menjaminkan barang-barang berharga untuk memperoleh sejumlah uang dan dapat di tebus kembali setelah jangka waktu tertentu tersebut di sebut dengan usaha gadai. Seperti diketahui *leasing* merupakan suatu bentuk usaha dibidang pembiayaan. Di lain pihak, bank melakukan usahanya dalam bidang pembiayaan juga. Di dalam kenyataanya memang pembiayaan yang dilakukan oleh usaha *leasing* tidak sama dengan pembiayaan dilakukan oleh bank kembali kadang juga uang yang

diperoleh lebih besar dari yang diinginkan, halinilah yang dapat terjadinya pemborosan (Satrio 2016). Oleh karena itu dalam mengatasi kesulitan tersebut maka kebutuhan dana dapat terpenuhi tanpa kehilangan barang-barang berharga, dan masyarakat dapat menjamin barang-barang tersebut. Barang yang di jaminkan tersebut pada waktu tertentu dapat ditebus kembali setelah masyarakat melunasi pinjamannya. Kegiatan menjaminkan barang-barang berharga untuk memperoleh sejumlah uang dan dapat di tebus kembali setelah jangka waktu tertentu tersebut di sebut dengan usaha gadai (Satrio 2016).

Jadi usaha gadai sesuai dengan harga dan jumlah uang yang diinginkan dengan harga barang yang dijaminkan. Perusahaan yang menjalankan usaha pinjaman dengan jaminan barang sudah banyak kita temui seperti FIF GROUP dan banyak lagi. Berkaitan dengan pengertian usaha gadai yaitu kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian nasabah dan pihak lembaga tersebut.

Kehidupan sehari-hari masyarakat terlepas dari problematika keuangan. Keuangan yang akan di jadikan sebagai biaya kehidupan sehari-hari atau untuk modal usaha. Sebagai salah satu solusi dari permasalahan itu, lembaga keuangan Bank ataupun Nonbank telah menyediakan usaha yang biasa seperti FIF GROUP ini. Mengetahui pokok-pokok yang terkandung dalam judul di atas, hal-hal yang perlu dijelaskan adalah sebagai berikut "Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya." Atau penguraian pokok persoalan atas bagian-bagian atau hubungan antara bagian-bagian itu untuk mendapatkan pengertian yang tepat dengan pemahaman secara keseluruhan (Departemen Pendidikan, 2016).

Faktor adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, cukup banyak faktor- faktor dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara

## **Betris Ayu Adesti, Havis Aravik, Choiriyah**

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang

garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat (Basyir 2017).

Konsumen sebagai seseorang yang membeli dari orang lain. Banyak perusahaan yang tidak mencapai kesuksesan karena mengabaikan konsep konsumen. Konsumen, saluran distribusi, dan pasar adalah objek biaya yang memiliki keragaman pada produk. Konsumen dapat mengkonsumsi aktivitas yang digerakkan oleh konsumen yaitu frekuensi pengiriman, penjualan dan dukungan promosi. Sehingga untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan untuk melayani konsumen dengan tingkat kebutuhan yang berbeda-beda, perusahaan memperoleh informasi yang berguna dalam penetapan harga, penentuan bauran konsumen dan peningkatan profitabilitas (Kotler 2016).

Perilaku manusia merupakan seluruh kegiatan yang dilakukan oleh manusia, baik dilihat secara tidak langsung maupun langsung oleh pihak luar. Konsumen sebagai seseorang yang membeli dari orang lain. Banyak perusahaan yang tidak mencapai kesuksesan karena mengabaikan konsep konsumen. Konsumen, saluran distribusi, dan pasar adalah objek biaya yang memiliki keragaman pada produk. Konsumen dapat mengkonsumsi aktivitas yang digerakkan oleh konsumen yaitu frekuensi pengiriman, penjualan dan dukungan promosi. Sehingga untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan untuk melayani konsumen dengan tingkat kebutuhan yang berbeda-beda, perusahaan memperoleh informasi yang berguna dalam penetapan harga, penentuan bauran konsumen dan peningkatan profitabilitas (Notoatmodjo 2016).

Sedangkan, *Leasing* adalah suatu kontrak antara pemilik aktiva yang disebut dengan *Lessor* dan pihak lain yang memanfaatkan aktiva tersebut yang disebut *Lessee* untuk jangka waktu tertentu. Berdasarkan uraian pokok-pokok judul diatas, bahwa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan jasa *leasing* dan bagaimana tinjauan dari Perspektif Ekonomi Islam di PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku

Konsumen Dalam Menggunakan Jasa *Leasing* Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIFGroup (*Federal International Finance*) Cabang Bukit Palembang”.

## Landasan Teori

### 1. Pengertian Perilaku Konsumen

Pengertian Perilaku Konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, memilih, mengevaluasi serta Pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen adalah sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan suatu proses pembelian barang atau jasa atau hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian (Firmansyah 2018).

Fadilah (2016) menyatakan perilaku konsumen adalah tentang bagaimana individu, kelompok, ataupun organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Berdasarkan pada pandangan-pandangan tersebut, maka dapat dimengerti bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan individu, kelompok, ataupun organisasi sebagai konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa yang diharapkan akan memuaskan kebutuhan.

Perusahaan yang memberikan pembiayaan di atas disebut perusahaan pembiayaan konsumen (*consumer finance company*). Perusahaan pembiayaan konsumen dapat didirikan oleh suatu institusi nonbank maupun oleh bank, tetapi pada dasarnya antara bank yang mendirikan dengan perusahaan pembiayaan konsumen yang didirikan merupakan suatu badan usaha yang terpisah satu dengan yang lainnya (Mowen 2017).

Perilaku konsumen merupakan studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan barang dan jasa,

## **Betris Ayu Adesti, Havis Aravik, Choiriyah**

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang

pengalaman serta ide-ide. Perilaku konsumen mempelajari mengenai segala hal tentang bagaimana proses yang terjadi pada saat konsumen memilih, membeli, menggunakan atau membuang suatu produk jasa, ide ataupun pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen itu sendiri. Jadi, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dari perilaku konsumen merupakan suatu proses bagaimana konsumen dalam memilih, membeli, menggunakan, kemudian mengevaluasi, dan menghabiskan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Noviyanti 2019).

### **2. Pengertian Leasing**

*Leasing* adalah badan usaha yang melakukan usaha pembiayaan dalam bentuk penyediaan barang modal, baik secara *finance lease*, maupun *operating lease*, untuk digunakan oleh penyewa guna usaha selama jangka waktu tertentu berdasarkan pembayaran secara berkala Firmansyah (2018). Pengertian sewa guna usaha menurut Keputusan Menteri Keuangan No.1169/KMK.01/1991 tanggal 21 Nopember 1991 tentang Kegiatan Sewa Guna Usaha: Sewa guna usaha adalah kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan barang modal baik secara guna usaha dengan hak opsi (*finance lease*) maupun sewa guna usaha tanpa hak opsi (*operating lease*), untuk digunakan oleh lessee selama jangka waktu tertentu berdasarkan pembayara secara berkala (Hermansyah 2018).

Jadi menurut peneliti suatu badan usaha yang melakukan sebuah pembiayaan berupa penyediaan barang modal, baik itu secara *Finance Lease*, ataupun *Operating Lease* yang digunakan penyewa untuk usaha dalam jangka waktu berdasarkan sebuah pembayaran secara berkala.

### **3. Pinjaman**

Dalam bahasa sehari-hari kata kredit sering diartikan memperoleh barang atau uang dengan membayar dengan cara dicicil atau angsuran. Kredit dalam bentuk uang dikenal dengan istilah pinjaman. Dalam bahasa Arab, pinjaman disebut dengan *al-qardh*. Secara terminologi berarti memotong. Karena pinjaman adalah bagian dari (potongan) harta orang yang memberikan pinjaman. Pinjamanpun berarti harta yang diberikan dan harus di kembalikan lagi. Sedangkan secara terminologi ia berarti

memberikan harta sebagai bantuan bagi orang yang memerlukan untuk kemudian di ganti (Lubis 2017). Dalam Sunnah Rasulullah SAW, antara lain dijumpai dalam sebuah hadist yang diriwayatkan oleh Abu Daud dan At-Tirmizi dan menshahihkannya, dari Umamah, bahwa Nabi saw. Bersabda: ariyah (barang pinjaman) adalah barang yang wajib dikembalikan (Lubis 2017).

Dari beberapa definisi di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa pinjaman atau kredit adalah pinjaman uang yang diperoleh dari pihak tertentu dan pengembaliannya dilakukan secara mengangsur dalam jangka waktu yang telah di tentukan. Adapun unsur- unsur yang terkandung dalam pemberian pinjaman, menurut Suyatno ( 2017), unsur-unsur dalam pemberian kredit adalah sebagai berikut:

- 1) Kepercayaan Yaitu suatu keyakinan pemberi kredit bahwa kredit yang diberikan (berupa uang, barang, atau jasa) akan benar-benar diterima kembali sesuai dengan jangka waktu yang telah di tentukan yang telah di perjanjikan. Pihak pemberi kredit memberikan kredit sama halnya dengan memberikan kepercayaan kepada penerima kredit, bahwa pihak penerima kredit akan dapat memenuhi kewajibannya.
- 2) Kesepakatan merupakan unsur yang mutlak untuk sahnya suatu perjanjian. Kesepakatan adalah kesesuaian kehendak antara kedua belah pihak dalam perjanjian. Maka berarti kedua belah pihak harus mempunyai kebebasan. Kesepakatan harus dibuat secara sukarela, tanpa adanya paksaan, penipuan dan kekhilafan yang dapat menimbulkan cacat bagi perwujudan kehendak tersebut. Disamping unsur percaya, di dalam kredit juga mengandung unsur kesepakatan antara si pemberi kredit dengan si penerima kredit. Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing- masing pihak menandatangani baik hak maupun kewajibannya.
- 3) Jangka waktu Merupakan periode waktu yang diperlukan oleh peminjam untuk membayar kembali kredit yang telah di terima. Jangka waktu dapat bervariasi

## **Betris Ayu Adesti, Havis Aravik, Choiriyah**

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang

berupa jangka waktu yang pendek, menengah, ataupun panjang. Dalam memilih jangka waktu pinjaman hendaknya memperhatikan beberapa faktor berikut: pertama kemampuan bayar, kedua bunga dan angsuran pinjaman, ketiga adalah tujuan dari pinjaman tersebut.

- 4) Risiko faktor risiko kerugian dapat di akibatkan dua hal, yaitu risiko kerugian yang diakibatkan oleh penerima kredit sengaja tidak mau membayar kreditnya padahal mampu dan risiko kerugian yang diakibatkan oleh penerima kredit yang tidak sengaja,yaitu akibat terjadinya musibah seperti bencana alam. Penyebab tidak tertagih sebenarnya dikarenakan adanya suatu tenggang waktu pengembalian. Semakin panjang jangka waktu suatu kredit semakin besar risikonya tidak tertagih, demikian juga sebaliknya.
- 5) Balas jasa/ imbalan Sebagai balas jasa atas dana yang disalurkan oleh pemberi kredit, maka penerima kredit membayar sejumlah tertentu sesuai kesepakatan yang di sepekati,misalnya besaran balas jasa (Jhon 2015).

#### **4. Pembiayaan Konsumen**

Pembiayaan konsumen terjemahan dari istilah "*ConsumerFinance*". Pembiayaan konsumen ini tidak lain dari sejenis kredit konsumsi (*Consumer Credit*), jika pembiayaan konsumen dilakukan oleh perusahaan pembiayaan, sementara kredit konsumsi diberikan oleh bank.Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2009, tentang Lembaga Pembiayaan, Pembiayaan konsumen (*Consumers Finance*) merupakan kegiatan pembiayaan untuk pengadaan barang berdasarkan kebutuhan konsumen dengan pembayaran secara angsuran (Fuady 2018).

Pengertian lainnya yakni, pembiayaan konsumen merupakan suatu kredit atau pinjaman yang diberikan oleh suatu perusahaan untuk debitur guna pembelian barang atau jasa yang akan langsung digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen, dan bukan untuk tujuan distribusi atau produksi. Perusahaan yang memberikan pembiayaan seperti di atas, disebut dengan perusahaan pembiayaan konsumen (*Customer Finance Company*) (Sembiring 2019).

Pembiayaan konsumen salah satu lembaga pembiayaan yang dilakukan oleh

suatu perusahaan *finansial (consumer finance company)*. Perusahaan pembiayaan konsumen adalah badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan untuk pengadaan barang berdasarkan kebutuhan konsumen dengan sistem pembayaran angsuran atau berkala oleh konsumen. Pembiayaan konsumen salah satu lembaga pembiayaan yang dilakukan oleh suatu perusahaan *finansial (consumer finance company)*. Perusahaan pembiayaan konsumen adalah badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan untuk pengadaan barang berdasarkan kebutuhan konsumen dengan sistem pembayaran angsuran atau berkala oleh konsumen (Fuady 2018).

Hubungan hukum yang terjadi dalam kegiatan pembiayaan konsumen selalu dibuat secara tertulis (kontrak) sebagai dokumen hukum yang menjadi dasar kepastian hukum (*legal certainty*). Perjanjian pembiayaan konsumen ini. Hubungan hukum yang terjadi dalam kegiatan pembiayaan konsumen selalu dibuat secara tertulis (kontrak) sebagai dokumen hukum yang menjadi dasar kepastian hukum (*legal certainty*). Perjanjian pembiayaan konsumen ini (Sembiring 2019).

Lembaga pembiayaan ini kegiatan usahanya lebih menekankan pada fungsi pembiayaan, yaitu dalam bentuk penyediaan dana atau barang modal dengan tidak menarik dana secara langsung dari masyarakat sedangkan lembaga keuangan menjalankan usahanya baik dalam penyediaan dana maupun jasa keuangan bukan pembiayaan (<https://www.ojk.go.id>).

Pembiayaan konsumen (*consumer finance*) merupakan sebuah perjanjian antara pihak perusahaan pembiayaan dengan konsumen, antara konsumen dengan *supplier* dan antara *supplier* dengan lembaga pembiayaan, bahkan dalam perjanjian pembiayaan konsumen juga pada umumnya melibatkan pihak penanggung risiko (lembaga asuransi) untuk menanggung kerugian yang mungkin saja muncul pada masa pembayaran cicilan bagi barang yang menjadi jaminan bagi hubungan utang-piutang antara konsumen dengan pihak lembaga pembiayaan (Sembiring 2019).

Para Pihak dalam Perjanjian Pembiayaan Konsumen Pembiayaan konsumen

### **Betris Ayu Adesti, Havis Aravik, Choiriyah**

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang

merupakan lembaga pembiayaan yang kegiatannya berupa penyediaan dana oleh perusahaan pembiayaan konsumen kepada konsumen untuk pembelian suatu barang dari pemasok (*supplier*), yang pembayarannya dilakukan secara berkala (angsuran) oleh konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, dalam transaksi pembiayaan konsumen ada tiga pihak yang terlibat dalam hubungan hukum pembiayaan konsumen, yaitu perusahaan pembiayaan konsumen, konsumen dan pemasok (*supplier*) (Sunaro 2017).

Para pihak dalam perjanjian pembiayaan konsumen, antara lain:

1. Perusahaan pembiayaan konsumen Perusahaan pembiayaan konsumen adalah badan usaha berbentuk perseoran terbatas atau koperasi, yang melakukan kegiatan pembiayaan untuk pengadaan barang berdasarkan kebutuhan konsumen dengan sistem pembayaran angsuran atau berkala oleh konsumen. Perusahaan tersebut menyediakan jasa kepada konsumen dalam bentuk pembayaran harga barang secara tunai kepada pemasok (*supplier*). Antara perusahaan dan konsumen harus ada terlebih dulu kontrak pembiayaan konsumen yang sifatnya pemberian kredit. Dalam kontrak tersebut perusahaan wajib menyediakan kredit sejumlah uang kepada konsumen sebagai harga barang yang dibelinya dari pemasok, sedangkan pihak konsumen wajib membayar kembali kredit secara angsuran kepada perusahaan tersebut.
2. Konsumen Konsumen merupakan setiap orang yang memakai barang atau jasa yang tersedia di dalam masyarakat, baik bagi kepentingan keluarga, orang lain, makhluk hidup, maupun diri sendiri, dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen tersebut dapat berstatus berorangan (*individual*) dapat pula perusahaan bukan badan hukum. Dalam hal ini ada 2 (dua) hubungan kontraktual, yaitu:
  - a) Perjanjian pembiayaan yang bersifat kredit antara perusahaan dan konsumen.
  - b) Perjanjian jual beli antara pemasok dan konsumen yang bersifat tunai. Pihak konsumen umumnya masyarakat karyawan, buruh tani yang berpenghasilan menengah ke bawah yang belum tentu mampu membeli barang kebutuhannya itu secara tunai. Pemberian kredit, risiko menunggak angsuran oleh konsumen merupakan hal yang biasa terjadi. Oleh karena ini, pihak perusahaan dalam memberikan kredit kepada konsumen masih memerlukan jaminan terutama

jaminan fidusia atas barang yang dibeli itu, disamping pengakuan hutang (*promissory notes*) dari pihak konsumen

- c) Supplier (penjual) Pemasok (*supplier*) adalah penjual, yaitu perusahaan atau pihak-pihak yang menjual atau menyediakan barang-barang yang dibutuhkan konsumen dalam rangka pembiayaan konsumen. Barang-barang yang dijual atau disediakan oleh pemasok (*supplier*) merupakan barang-barang konsumsi, seperti kendaraan bermotor, barang elektronik, komputer, kebutuhan rumah tangga dan sebagainya. Pembayaran atas harga barang-barang yang dibutuhkan konsumen tersebut dilakukan oleh perusahaan pembiayaan konsumen kepada pemasok (*supplier*) (Sunaro 2017).

## 5. *Leasing* Motor Dengan Sistem Syariah Di Fif

### 1) Akad Murabahah Kredit

Akad dalam kredit motor dengan sistem syari'ah ini menggunakan akad jual beli murabahah, yaitu jual beli dimana harga pokok ditambah dengan keuntungan atau *margin* yang harus disepakati oleh kedua belah pihak. Dalam hal ini, FIF meskipun dapat bernegosiasi tentang jumlah keuntungan atau *margin* dengan konsumennya, namun FIF telah menargetkan jumlah minimal *margin* yang harus dipenuhi konsumen yakni minimal 20%.

### 2) Pengajuan

Sebelum pelaksanaan pembiayaan/kredit dengan menggunakan sistem syari'ah di FIF Metro terlaksana, maka konsumen harus mengajukan permohonan pembiayaan dengan cara langsung datang ke kantor FIF untuk mengisi formulir dan melengkapi syarat-syarat untuk pengajuan tersebut.

Syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh konsumen adalah sebagai berikut:

- a) Photocopy KTP (suami dan istri) masing-masing 3 lembar.  
b) Photocopy KK sebanyak 2 lembar.

### **Betris Ayu Adesti, Havis Aravik, Choiriyah**

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang

- c) Photocopy rekening listrik atau PAM atau telepon.
  - d) Surat keterangan penghasilan (slip gaji).
  - e) Bersedia di survey.
- 3) Penetapan

Setelah melengkapi berkas pengajuan tersebut, pihak FIF akan melakukan *survey* untuk memastikan layak atau tidaknya konsumen tersebut mendapatkan pembiayaan motor berdasarkan prosedur penilaian usulan pembiayaan. Adapun kapasitas penilaian usulan pengambilan pembiayaan ini antara lain :

- a) Jenis pekerjaan konsumen.
- b) Jumlah tanggungan keluarga.
- c) Karakter konsumen

Setelah *disurvey*, petugas yang mensurvey tersebut memberikan laporan kepada bagian kredit di FIF. Jika konsumen layak untuk mendapatkan kredit maka pihak FIF akan segera memproses pengajuan kreditnya.

4) Pembiayaan

Setelah pihak FIF menetapkan bahwa konsumen tersebut layak untuk mendapatkan pembiayaan maka selanjutnya konsumen diminta datang ke kantor FIF kemudian membayar uang muka dan penandatanganan kontrak perjanjian pembiayaan motor tersebut serta meminta nomor kontrak untuk membayar angsuran berikutnya. Uang muka dapat dibayarkan di kantor FIF, begitu juga dengan angsuran berikutnya. Cara pembayaran tersebut dapat dilakukan juga di *dealer* yang ditunjuk oleh FIF, kantor pos terdekat, *Bank BRI*, *Bank BCA*, di bank permata maupun langsung ke kasir yang ada di kantor FIF cabang Bukit Palembang.

Jika konsumen tidak dapat membayar angsuran tepat pada waktunya, maka pihak FIF akan membebankan denda 0,5% sebesar Rp.5.000,00 dari jumlah angsuran yang akan digunakan sebagai dana sosial yang wajib dibayar oleh konsumen. Denda atas tunggakan nasabah diperkenankan dalam aturan perbankan syariah dengan tujuan untuk mendidik nasabah agar disiplin dalam melakukan angsuran atas piutang *murabahah*. Namun denda yang dipungut oleh pihak FIF tersebut tetap masuk ke dalam dana sosial, bukan masuk ke dalam pendapatan perusahaan.

## 6. Teori Konsumen Atau Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam

Menurut teori Duesenberry menggunakan dua asumsi yang digunakan untuk mengamati faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi seseorang, yaitu:

- 1) Selera rumah tangga atas barang konsumsi adalah *inter dependen*. Artinya pengeluaran konsumsi rumah tangga dipengaruhi oleh pengeluaran konsumsi masyarakat sekitarnya. Jadi faktor lingkungan yang dapat berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi. Misalnya, seseorang yang memiliki kemampuan pengeluaran konsumsi yang sederhana tinggal disuatu yang pengeluaran konsumsinya serba kecukupan (mewah), secara otomatis ada rangsangan dari orang tersebut untuk mengikuti pola konsumsi dimasyarakat sekitarnya (*demonstration effect*), dan sebaliknya.
- 2) Pengeluaran konsumsi adalah *Irreversible*, artinya pola pengeluaran pada saat penghasilan naik berbeda dengan pola pengeluaran pada saat penghasilan mengalami penurunan. Didalam pengertian disini bahwa pengeluaran konsumsi seseorang dalam jangka pendek dapat dipengaruhi oleh besarnya pendapatan relatif.

Pendapatan relatif adalah pendapatan tertinggi yang pernah dicapai oleh seseorang. Misalnya, apabila pendapatan seseorang mengalami kenaikan, maka secara otomatis konsumsi juga mengalami kenaikan dengan proporsi tertentu, dan bila pendapatan mengalami penurunan, maka juga diikuti oleh penurunan konsumsinya (Nur Laily dan Budiyono Pristyadi 2016).

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif, yang

## **Betris Ayu Adesti, Havis Aravik, Choiriyah**

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang

bertujuan menghasilkan data analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan jasa *leasing* dalam perspektif ekonomi islam pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang. Metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menerangkan, menjelaskan, menggambarkan serta menjawab rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu (Sugiyono 2016). Sumber data primer dan sekunder yang di dapatkan dari observasi ke lokasi penelitian, wawancara dengan *stakeholders*, dan dokumentasi yang diperoleh baik secara offline maupun online. Seluruh data terkumpul di uji dengan uji kredibilitas dan triangulasi, dan dianalisis dari pengumpulan data sampai penarikan kesimpulan.

### **Hasil Dan Pembahasan**

#### **1. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan jasa leasing PT.FIF (*Federal International Finance*) Cabang Bukit Palembang**

Dengan adanya pengaruh antara produk dengan perilaku konsumen dalam menggunakan jasa leasing, maka produk yang ditawarkan yang diberikan oleh PT FIF cabangbukit Palembang sangat berdampak pada konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Kasnaeny (2017) yang menunjukkan bahwa hasil penelitian variabel produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih lembaga pembiayaan (*leasing*).

Faktor ini berkaitan dengan pilihan konsumen mengenai jangka waktu yang singkat, dan cicilan yang ringan, mulai dari permohonan kredit hingga disetujui atau ditolaknya permohonan mereka. Setelah itu proses yang akan mereka lalui saat pembayaran angsuran hingga selesainya kewajiban mereka. Konsumen menginginkan agar proses kredit tidak berbelit-bellit, ada kepastian yang cepat agar waktu mereka tidak terbuang. Selain itu meskipun mereka mengetahui bahwa kelengkapan administrasi adalah hal yang harus dipenuhi, namun menurut konsumen, banyak alternatif lain yang bisa dilakukan untuk melengkapinya (Kotler 2017). Dalam memilih suatu produk jasa *leasing* yang akan digunakan, maka sikap dan keyakinan seorang konsumen dipengaruhi pula oleh mutu pelayanan dan keunggulan lain yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada penjelasan berikut ini:

a. Budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Budaya, subbudaya, dan kelas sosial merupakan pengaruh yang penting dalam perilaku pembelian konsumen. Budaya merupakan suatu determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Budaya merupakan kerangka dan arti pikiran ataumental yang dianut oleh orang-orang pada kelompok sosial tertentu (Keller 2016).

Budaya sangat berpengaruh yang signifikan pada perilaku konsumen. Hal ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh (Rasid 2017) menemukan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja dan mengetahui seberapa besar pengaruh antara faktor-faktor tersebut (budaya, sosial, pribadi dan psikologis) terhadap perilaku konsumen Suzuya Pekanbaru. Persamaan penelitian adalah mengetahui faktor-faktor perilaku konsumen. Perbedaannya adalah terletak pada faktor budaya dan sosial perilaku konsumen.

Peneliti melakukan wawancara dengan konsumen yang pernah meminjam dana tunai dengan menggunakan jasa *leasing* tentang pengaruh perilaku konsumen terhadap budaya. Adapun hasil wawancara, sebagai berikut:

Wawancara dengan Bapak Sumarno dan Bapak Sugiono budaya berpengaruh pada perilaku konsumen.

1. Bapak Sumarno (25 April 2022, 09.30) selaku konsumen yang menggunakan jasa *leasing* di FIF Group Cabang Bukit

*“Saya menggunakan jasa leasing FIF karena sudah merupakan tradisi dan sudah menjadi kebiasaan sehingga dapat membantu dan meringankan keuangan dan kebutuhan saya dan juga bagi masyarakat menengah”.*

2. Menurut Bapak Sugiono (25 April 2022, 11.15) konsumen FIF

*“Saya sudah biasa membeli secara kredit dan juga saya sangat senang menggunakan jasa leasing di FIF karena pembayaran tiap bulannya sesuai dengan*

## **Betris Ayu Adesti, Havis Aravik, Choiriyah**

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang

*ekonomi saya yang biasa”.*

Hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak Sumarno dan Bapak Sugiono dapat dikatakan bahwa jasa *leasing* merupakan tradisi dan sudah menjadi kebiasaan masyarakat dalam membeli secara kredit yang dapat membantu meringankan keuangan dan kebutuhan bagi masyarakat menengah untuk mendapatkan pinjaman dana yang mendesak untuk digunakan sesuai kebutuhan yang akan digunakan.

### b. Sosial

Faktor sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan proses pembelian. Dengan adanya pengaruh antara sosial dengan Perilaku Konsumen dalam menggunakan Jasa Leasing, berarti bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok acuan (referensi), keluarga, serta peran dan status sosial yang dimiliki konsumen untuk peminjaman dana tunai pada PT FIF GROUP Cabang Palembang baik maka akan berdampak pada Konsumen yang memilih, begitu pula jika kurang baik maka konsumen tidak akan memilih (Iriani 2020).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sulfa Rahma, 2017) menemukan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja dan mengetahui seberapa besar pengaruh antara faktor-faktor tersebut (budaya, sosial, pribadi dan psikologis) terhadap perilaku konsumen dalam memilih SMKN 1 Bangkingan. Persamaan memiliki nilai dan memberikan pengaruh yang paling dominan dalam perilaku konsumen. Perbedaan terletak pada perilaku konsumen dalam berbelanja. Faktorsosial yang meliputi kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial mempengaruhi perilaku pembelian konsumen (Keller 2016).

Peneliti melakukan wawancara dengan nasabah FIF yang sudah dan masih menggunakan pinjaman dana tunai dengan menggunakan jasa *leasing*. Adapun hasil wawancara sebagai berikut.

Wawancara dengan Bapak Donny dan Ibu Maznah sosial berpengaruh pada perilaku konsumen.

#### 1. Bapak Donny (26 April 2022, 10.15) konsumen PT. FIF

*“Saya memakai jasa leasing FIF ini dengan pinjaman yang sesuai dengan tahun motor yang saya gunakan, leasing FIF ini tahu dari teman saya yang sudah pernah*

*mengambil pinjaman dana tunai dengan menjaminkan BPKB motor di FIF, dengan pembayaran tenor cicilan 12 bulan. Setelah saya lihat semuanya tidak ribet dan prosesnya cepat”.*

2. Menurut Ibu Maznah (26 April 2022, 13.40) seorang nasabah yang sudah biasa meminjam diFIF

*“Saya sudah biasa meminjam dengan menggunakan jasa leasing di FIF dan tidak pernah telat dalam membayar karena keluarga saya tahu jika saya mengambil pinjaman. Bagi saya keluarga sangatlah penting dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa leasing dikarenakan pembayaran secara kredit bukanlah hal yang dianggap mudah. Dan keluarga adalah satu-satunya bisa membantu jika kita tidak mampu membayar ketika sudah jatuh tempo”.*

Hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak Donny dan ibu Maznah jasa *leasing* ini juga sangatlah berperan penting dalam kehidupan sehingga dapat disimpulkan bahwa dapat dikatakan perilaku konsumen berpengaruh pada faktor sosial dalam peminjaman dengan menggunakan jasa *leasing* yang diberikan oleh PT. FIF Group Cabang Bukit Palembang karena mengingat banyaknya perusahaan jasa leasing yang begitu bersaing untuk mencari konsumen agar menjadi sebuah usaha yang lebih maju, maka pinjaman FIF dengan menggunakan jasa leasing itu kebanyakan tahu dari teman dan karyawan baik berupa brosur maupun secara langsung bahkan jika ingin mengetahui lebih banyak tentang pinjaman bisa langsung datang ke kantor terdekat bagi nasabah yang ingin mengetahui tentang pinjaman dengan menggunakan jasa *leasing*.

c. Pribadi

Faktor pribadi Karakteristik pribadi yang mempengaruhi keputusan pembeli mencakup usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan gaya hidup serta nilai-nilai. Karena diantaranya

## **Betris Ayu Adesti, Havis Aravik, Choiriyah**

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang

memiliki dampak langsung pada perilaku konsumen, penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka dengan cermat (Kotler 2016).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lubis,2017) faktor Yang Memengaruhi Keputusan konsumen Dalam Sepeda Motor Honda Medan. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor harga, cara pembayaran, merek, kualitas, promosi dan nilai jual. Persamaan mengetahui faktor-faktor kesamaan pembeli. Perbedaan terletak pada faktor harga. Hal lain yang mempengaruhi konsumen dalam kemudahan proses ini adalah dalam wawancara dan penandatanganan akad kredit, tidak harus dilakukan dikantor perusahaan pembiayaan. Konsumen dapat memilih tempat dan pihak perusahaan akan menandatangani tempat sesuai yang mereka inginkan. Hal ini diinginkan oleh konsumen yang tidak mempunyai waktu yang banyak, sehingga bisa tetap melakukan kegiatannya tanpa harus terganggu karena harus mengunjungi kantor perusahaan pembiayaan (Kotler 2016).

Wawancara yang dilakukan dengan Ibu Maimunah dan Bapak Sidiq pribadi berpengaruh pada perilaku konsumen.

1. Pemahaman Ibu Maimunah (27 April 2022, 09.40) konsumen FIF

*“Jasa leasing yang saya gunakan saat ini hanyalah di FIF karena memang keinginan saya sendiri, saya meminjam dana ini karena untuk kebutuhan mendesak dan rata-rata suku bunga kredit yang tidak mahal menjadi keinginan saya. Bagi saya suku bunga (harga)angsuran yang tinggi/mahal tidak menjadi masalah asalkan dapat mendapatkan imbalan layanan yang memuaskan, sehingga mereka rela membayar dengan suku bunga yang lebih”.*

2. Menurut Bapak Sidiq (27 April 2022.14.15) yang sudah pernah menjadi nasabah FIF

*“Selama meminjam dana tunai dengan jasa leasing ini di FIF bagi saya karena saya menyukai jasa leasing di FIF, mudah, cepat tanpa ribet. Saya juga tidak begitu tertarik dengan leasing yang lain. Leasing di FIF bagi saya nyaman untuk hal pinjaman dana tunai tanpa ribet”.*

Dapat disimpulkan bahwa pribadi konsumen merupakan faktor dari dalam diri individu yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Setiap individu mempunyai

sikap dan keinginan terhadap produk pinjaman dan jasa yang dikehendaki maupun yang tidak diinginkan. Pribadi konsumen ini dapat menjadi faktor kenyamanan konsumen untuk mengambil sebuah keputusan dalam memilih pinjaman dengan tenor pinjaman yang lebih kecil atau lebih besar. Karena semakin kecil tenor yang dipilih maka suku bunga yang diberikan tidak terlalu besar, sebaliknya semakin besar tenor pinjaman yang dipilih maka semakin besar suku bunga yang diberikan.

d. Psikologis (kejiwaan)

Faktor Psikologis yang dimiliki seseorang dipengaruhi oleh lima factor yaitu, Motivasi, persepsi, pembelajaran, dan kepercayaan (*belief*). Stimulasi pemasaran dan lingkungan memasuki kesadaran konsumen, dan serangkaian proses psikologis bergabung dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan dan keputusan pembelian. Tugas pemasaran adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran konsumen antara kedatangan rangsangan pemasaran luar dan keputusan pembelian akhir. Empat proses psikologis utama motivasi, persepsi, pembelajaran, dan memori secara mendasar memengaruhi respons konsumen (Kotler & Keller 2016).

Hal ini dapat dilihat pada penelitian yang dilakukan oleh (Chandra Pramudya, 2015), Hasil penelitian mengetahui alternative pengadaan kendaraan roda empat yang lebih menguntungkan antara sewa guna usaha (*Operating Leasing*) atau membeli dengan fasilitas Kredit.

Wawancara yang dilakukan dengan Ibu Maimunah dan Bapak Sidiq psikologis berpengaruh pada perilaku konsumen.

1. Menurut Bapak Sukun (28 April 2022, 13.30) sebagai karyawan swasta dan konsumen tetap di FIF

*“Saya mempunyai persepsi sendiri yang baik terhadap pelayanan serta kenyamanan yang diberikan PT.FIF sehingga memotivasi dan mendorong saya untuk mengambil pinjaman dana cepat/tunai dengan pinjaman dengan menggunakan jasa*

## **Betris Ayu Adesti, Havis Aravik, Choiriyah**

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang

*leasing*".

2. Bapak Arif (29 April 2022, 09.45) selaku pegawai swasta yang menjadi konsumen FIF

*"Saya mengambil pinjaman menggunakan jasa leasing karena saya memang selalu meminjam dana cepat dengan jasa leasing, hal itu disebabkan saya percaya dan tidak mau beralih ke peminjaman lain kecuali di FIF"*.

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pengaruh antara perilaku konsumen dengan psikologis, ini dikarenakan tanpa psikologis konsumen maka seseorang tidak bisa memilih pinjaman mana yang harus mereka pilih, bahkan sebuah kenyamanan dan kepercayaan sangat diperlukan bagi mereka untuk memotivasi dan mendorong mereka untuk memilih dan memutuskan mana yang baik bagi mereka dalam peminjaman dengan menggunakan jasa *leasing*

## **2. Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen dalam Menggunakan Jasa Leasing PT.FIF Cabang Bukit Palembang dalam Perspektif Islam.**

Ekonomi Islam pada hakekatnya terletak pada penyikapan manusia pada harta. Termasuk didalamnya semua perilaku manusia dalam mencari harta (produksi), menyimpan harta (mengelola kekayaan) dan membelanjakan harta (konsumsi). Ada empat prinsip utama dalam Sistem Ekonomi Islam yang diisyaratkan dalam Al Qur'an: Hidup hemat dan tidak bermewah-mewah (*abstain from wasteful and luxurious living*), bermakna juga bahwa tindakan-tindakan ekonomi hanyalah sekedar untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) bukan memuaskan keinginan (*wants*) (Muflih 2018).

Perilaku konsumen peminjaman dana tunai dengan menggunakan jasa *leasing* dimotivasi oleh faktor kebudayaan dan faktor gaya hidup sangat kuat dan seakan-akan tidak bisa dihilangkan di masyarakat. Kebudayaan yang selalu mudah iri dengan orang lain yang lebih sukses, sehingga yang terjadi jika melihat tetangga membeli barang baru maka mereka juga akan membeli barang baru. Walaupun mereka belum membutuhkannya. mereka sanggup meminjam uang dengan cepat karena tidak mau kalah bersaing dengan tetangganya (Manan 2017).

Hal ini menimbulkan sifat pemborosan, bermewah-mewahan dan tidak

menempatkan suatu barang sesuai dengan fungsinya. Karena Islam mengajarkan prinsip kesederhanaan, tidak boros dan tidak bermewah-mewahan. Karena sesuatu yang berlebihan adalah saudaranya setan, dan dibenci Allah SWT. Sebagaimana firman Allah Q.S Al-Isra ayat 27. *“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada TuhanNya”*. (Departemen Negara RI, 2019).

Selanjutnya faktor pribadi dan faktor keluarga selalu berkesinambungan dan berpengaruh dalam perilaku konsumsi. Kepribadian seseorang tidak akan jauh diturunkan dari keluarganya. Sehingga inilah yang menimbulkan pembelian secara kredit yang terus menerus dilakukan. Karena disini akan berdampak terhadap kebutuhan suatu barang. Apakah meminjam dana tunai dengan menggunakan jasa *leasing* adalah atas dasar kebutuhan, ataukah atas dasar kepuasan (Muflih 2018).

Wawancara yang dilakukan dengan Ibu Kumala dan Bapak Fajri tentang pembiayaan jasa *leasing* dalam perspektif Islam.

1. Menurut Ibu Kumala (28 April 2022, 14.15) sebagai karyawan FIF

*“Jasa leasing di FIF sudah menggunakan pembiayaan perprinsip syariah karena dalam kesepakatannya pembiayaan jasa leasing di PT.FIF menggunakan jangkawaktu tertentu dengan imbalan bagi hasil”*.

2. Bapak Arif (29 April 2022, 11.45) selaku pegawai FIF

*“Jasa leasing secara realitanya juga masih menggunakan pembiayaan secara konvensional dan juga menggunakan pembiayaan dengan prinsip syariah yang di dasarkan kepada ajaran Al-quran dan Sunnah, semua itu tergantung dengan pembiayaan yang konsumen ajukan”*.

Selain itu perilaku konsumsi dipengaruhi oleh faktor persaingan dan faktor pekerjaan yang menentukan tingkat peminjaman dana tunai dengan menggunakan jasa *leasing* secara kredit. Dengan pekerjaan yang berbeda-beda, maka akan membuat suatu persaingan dalam meningkatkan kesejahteraan. Disamping jujur, sikap amanah

### **Betris Ayu Adesti, Havis Aravik, Choiriyah**

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang

sangat dianjurkan dalam jual beli secara kredit. Karena keduanya memiliki hubungan yang sangat erat didalam kegiatan jual beli secara kredit itu sendiri. Amanah dalam jual beli kredit adalah bagaimana kreditur mampu menyelesaikan perjanjian dengan debitur (Muflih 2018).

Sebagaimana firman Allah Q.S Al-Anfal ayat 27. *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yangdipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”*. (Departemen Negara RI, 2018).

Konsumsi juga harus melihat kuantitas apa yang dikonsumsi dan bagaimana cara perolehannya. Sesungguhnya kuantitas konsumsi yang terpuji dalam kondisi yang wajaradalah sederhana. Maksudnya, berada diantara boros dan pelit. Kesederhanaan ini merupakan salah satu sifat hamba Allah yang maha pengasih, seperti yang disebutkan dalam surat Al-Furqan ayat 67. *“Dan termasuk hamba-hamba tuhan yang maha pengasih orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak pula kikir, diantara keduanya secara wajar”* (Departemen Negara RI, 2018).

Perilaku konsumen dari segi tujuan tidak hanya mencapai kepuasan dari konsumsi barang, melainkan berfungsi ibadah dalam rangka mendapat ridha Allah SWT sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-An’am ayat 162. *“Katakanlah sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidupku dan matikuhanyalah untuk Allah, tuhan semesta alam”* (Departemen Negara RI, 2019).

Kata “hidupku” maknanya termasuk didalamnya berkonsumsi. Perilaku konsumen Islam berfungsi sebagai ibadah sehingga merupakan amal sholeh, karena setiap perbuatan ada perintah dari Allah, maka mengandung ibadah. Begitu juga dengan peminjaman dana tunai dengan menggunakan jasa *leasing*, yaitu berdasarkan kebutuhan untuk mengharapkan ridha Allah SWT. Islam melihat aktivitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menciptakan masalah menuju falah(kebahagiaan dunia dan akhirat) (Lukman 2017).

Dapat disimpulkan bahwa dalam perilaku konsumen terhadap pinjaman dan tunai secara kredit dapat dikategorikan sebagai masyarakat yang boros, bermewah-

mewahan, tidak amanah dan kurang memperhatikan tujuan dan kuantitas dari konsumsi itu sendiri. Sehingga hal ini dapat merugikan diri sendiri maupun orang lain ataupun pihak perusahaan tersebut.

Wawancara dengan Bapak Tomi dan Bapak Ronal mengenai pembiayaan jasa *leasing*.

1. Bapak Tomi (27 April 2022,10.00) konsumen tetap FIF.

*“Memang terkadang pinjaman dengan bunga yang kecil sangat menggiurkan, padahal kita belum membutuhkan dana tersebut. Hal ini disebabkan karena kita terkadang tidak berpikir dahulu jika nanti dana pinjaman yang sudah kita dapatkan itu harus dibayar tiap bulan”.*

2. Bapak Ronal (27 April 2022,11.00) konsumen tetap FIF.

*“Jasa leasing memang langkah yang paling tepat untuk pembiayaan dana yang benar-benar terdesak, akan tetapi memang untuk hal yang penting, tiap orang pasti tidak ingin memiliki hutang walaupun itu dana yang dipinjam tidak begitu besar, akan tetapi kadang orang juga hanya memikirkan pinjaman untuk dana cepat hanya untuk kepentingan yang tidak mendesak karena merasa iri dengan seseorang yang mempunyai barang yang tidak seharusnya kita beli”.*

Dalam ekonomi Islam, kepuasan dikenal dengan masalah dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non-fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah (Aravik, 2016). Seorang Muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersikap israf (royal) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang Muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi (Rosalinda 2018).

## **Betris Ayu Adesti, Havis Aravik, Choiriyah**

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan jasa *leasing* pada perspektif ekonomi islam di PT.FIF GROUP Cabang Bukit Palembang, maka dapat di simpulkan sebagai berikut : Pinjaman dana tunai di FIF Group ini adalah untuk mempermudah masyarakat yang membutuhkan dana pada saat keadaan mendesak atau darurat untuk keperluan yang benar benar dibutuhkan dengan syarat jaminan BPKB motor dengan pembayaran tenor pinjaman 6,8,12,dan 18 bulan. Pinjaman ini juga diawasi oleh OJK. Kendala yang dihadapi pinjaman pada nasabah adalah nasabah yang tidak bisa membayar dengan tepat waktu dan kredit yang macet. Hal ini menyebabkan kesulitan bagi pihak FIF untuk melakukan laporan yang seharusnya sudah dilaporkan.

Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan jasa *Leasing* PT.FIF dalam perspektif Islam adalah konsumen bebas memilih, baik nominal pinjaman maupun tenor pembayaran, semua tergantung tahun BPKB yang diberikan konsumen pada pihak FIF serta jangka waktu yang singkat, dan cicilan yang ringan, mulai dari permohonan kredit hingga disetujui atau ditolaknya permohonan mereka. Hubungan antara variabel bebas (budaya, sosial, pribadi, dan psikologis) dengan perilaku konsumen adalah dengan adanya jasa leasing merupakan tradisi dan sudah menjadi kebiasaan membeli secara kredit.

### **Daftar Pustaka**

- Anto, M.H.(2020). *Pengantar Ekonomika Mikro Islam*.Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*.
- Aravik, H. (2016). *Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Pemikiran Ekonomi Islam dari Abu Ubaid sampai al-Maududi*. Empat Dua Intranspublishing.
- Assauri, Sopyan. 2018, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- "FIFGROUP Raih Sembilan Penghargaan Anugerah Business Review". *Tribun Timur*. Di akses tanggal 25 Juni 2022).
- (<https://www.otosia.com/berita/fifgroup-raih-penghargaan-indonesia-original-brand-2014.html>, di akses tanggal 25 Juni 2022).

- Apriyanto (2018). *"Analisis Perbandingan Leasing Dan Kredit Sebagai Alternatif Sumber Pembiayaan Luar Koperasi Perternakan Sapi Perah Rakyat Jakarta"*. Institut Pertanian Bogor.
- Badriyah Harun. (2017). *Penyelesaian Sengketa Kredit Bermasalah*.
- Boedi Setya Handoko. (2016). *"Pelaksanaan perjanjian Leasing Kendaraan Bermotor Pada PT. Mitra Dana Putra Utama Cabang Semarang"*. Tesis Universitas Diponegoro Semarang.
- Buchari Alma. (2019). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa (Edisi Revisi)*.
- Budi Herprasetyo, Berani Utang Pasti Untung, Yogyakarta: Indonesia Cerdas, 2015, Hal 46. Chandra Muhaimin. (2015). *"Perusahaan Pembiayaan Syariah di Indonesia (Sebuah Tinjauan Analisis Terhadap Perusahaan Pembiayaan PT.FIF Syariah)*. Artikel Penelitian Yogyakarta.
- Chandra Pramudya. (2015). *"Perbandingan Pembiayaan Pengadaan Kendaraan roda Empat Dengan Sistem Sewa Guna (Leasing) Dan Sistem Beli Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Samarinda"* Universitas 17 Agustus, Samarinda.
- Departemen Pendidikan nasional. (2019). *Kamus besar bahasa Indonesia*.
- Effendy, T. (2015). *Mekanisme Pemanfaatan Leasing Dalam Praktiknya*. Al Adl. Vol.7 No. 13.
- Fathoni, Abdurahmat. (2017). *Metode Penelitian Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: RinekaCipta.
- Hakim Lukman, Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam, Yogyakarta: Erlangga, 2017
- Hermansyah, 2018, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia (edisi Revisi)*, Prenada MediaGroup, Jakarta.
- <http://fifgroup.co.id> FIF Group Gambaran Umum Perusahaan. Di akses tanggal 3 agustus2022.
- Ikatan Bankir Indonesia, Memahami Bisnis Bank, Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama, 2015, Hal 119.
- Ismail. (2016). *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, Hal 107.
- Iswi Hariani, Restrukturisasi dan Penghapusan Kredit macet, Jakarta: Pt. Alex Media Kompotindo, 2015, Hal 9.
- J. Satrio, Hukum Jaminan, Hak-Hak Jaminan Kebendaan, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2017. Kasmir, Manajemen Perbankan, Jakarta: Rajagrafindo Persada: 2018, Hal 81.

**Betris Ayu Adesti, Havis Aravik, Choiriyah**

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT.FIF Group Cabang Bukit Palembang

Khotibul Umam, Hukum Lembaga Pembiayaan Hak dan Kewajiban Nasabah Pengguna Jasa Lembaga Pembiayaan, (Sleman: Pustaka Yustisia, 2016)

Kotler, Philip, 2016, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh, Penerbit: PT. Prenhalindo, Jakarta.

Moleong. Lexy. 2016. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung; Remaja Rosdakarya.

Muflih, M. (2018). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.

Notoatmodjo, S. (2016). *Pendidikan dan perilaku kesehatan*.

Nur Laily dan Budiyo Pristiyadi, *Teori Ekonomi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h.166

Prasetyo, Ristiyanti and J.O.I, Jhon, 2015, *Perilaku Konsumen*, Andi: Yogyakarta.

Rahel Widiawati Kimbal, Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil Sebuah Studi Kualitatif, Yogyakarta : Deepublish, 2015, Hal 61.

Rasid. (2017). *Skripsi Tentang Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Di Supermarket Suzuya Pekanbaru*. UIN Raden Intan Lampung.

Refiyanni, M. (2016). *Analisis Kendaraan Roda Dua Berdasarkan (BOK) Desa Tumpok Ladang Kecamatan Kaway XVI*. Jurnal Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Teuku Umar. Vol. 2 No 2.

Rozalinda. 2018. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasi pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Setiadi, j, Nugroho, 2020. *Perilaku Konsumen, Perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan keenam, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.

Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012, Hal 136.

Supianto, *Hukum Jaminan Fidusia*, Yogyakarta : Garudhawaca, 2015, Hal 50. Soemitra, 2019. *"Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah"*. Jakarta Kencana Abdul