

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN FIF DALAM JUAL BELI
KREDIT SEPEDA MOTOR HONDA MENURUT
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:
Tirsa Zhalifa Della
NIM.20141090

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
1446 H/ 2024 M**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Tirsa Zhalifa Della
Nim : 20141090
Program : Sarjana (Strata Satu)
Institut : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 31 Agustus 2024

Saya yang menyatakan,



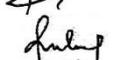
Tirsa Zhalifa Della
NIM. 20141090

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “Perilaku konsumen fif dalam jual beli kredit sepeda motor honda menurut perspektif etika bisnis Islam” yang disusun oleh Tirsa Zhalifa Della, NIM: 20141090, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *Munaqasyah* yang diselenggarakan pada 30 Oktober 2024 bertepatan dengan 27 Rabiul Akhir 1446 H dinyatakan telah dapat di terima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah dengan beberapaa perbaikan.

Manado, 8 November 2024

DEWAN PENGUJI :

Ketua	: Ridwan Jamal, M.H.I.,CFP	()
Sekretaris	: Sofyan Octavian Tubagus, M.Si	()
Munaqisy I	: Dr. Syarifuddin M.Ag.,CFP.,C.AP.,C.RM	()
Munaqisy II	: Mutiara Nurmanita M.Pd.,CFP	()
Pembimbing I	: Ridwan Jamal, M.H.I.,CFP	()
Pembimbing II	: Sofyan Octavian Tubagus, M.Si	()

Mengetahui,

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si

NIP.197009061998032001

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
Di
Manado

Assalamu 'alaikum Wr, Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara/i:

Nama : Tirsia Zhalifa Della

NIM : 20141090

Judul Skripsi : Analisis Perilaku konsumen FIF dalam Jual Beli kredit Sepeda Motor Honda Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam.

Sudah dapat di ajukan untuk Ujian Skripsi. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr, Wb.

Pembimbing I



Ridwan Jamal, S.Ag.M.H.I
NIP. 196512311998031008

Pembimbing II



Sofyan Octavian Tubagus, M.Si
NIP. 198710022020121009

Mengetahui,
Ketua Prodi Ekonomi Syariah



Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A
NIP. 199403152019032018

MOTTO

(QS. Al – Baqarah: 286)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Susi Pudjiastuti)

“Orang yang meraih kesuksesan tidak selalu orang yang pintar, tetapi orang yang selalu meraih kesuksesan adalah orang yang gigih dan pantang menyerah”

TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-latin berdasarkan suEAR keputusan bersama menteri agama RI, dan menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 januari 1998.

Transliterasi Arab-Latin IAIN
Manado adalah sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	A	ط	t
ب	b	ظ	z
ت	t	ع	'
ث	š	غ	g
ج	j	ف	f
ح	h	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	ž	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	'
ص	š	ي	y
ض	ḍ		

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda syaddah, harus ditulis secara lengkap, seperti;

احمدية : ditulis *Ah{madiyyah*

شمسية : ditulis *Syamsiyyah*

3. Ta>'Marbu>t{ah di Akhir Kata

- a. Bila dimatikan ditulis "h", kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhu>riyyah*

مملكة : ditulis *Mamlakah*

- b. Bila dihidupkan karena berangkat dari kata lain, maka ditulis “t”:
 نِعْمَةٌ اللَّهِ : ditulis *Ni'matullah*
 زكاة الفطر : ditulis *Zaka>t al-Fit}*r

4. Vokal Pendek

Tanda fath{ah ditulis “a”, kasrah ditulis “i” dan d}amah ditulis “u”.

5. Vokal Panjang

- a. “a” panjang ditulis “a>”, “i” panjang ditulis “i>”, dan “u” panjang ditulis “u>”, masing-masing dengan tanda *macron* (>) di atasnya.
 b. Tanda fath{ah + huruf ya> ‘ tanpa dua titik yang dimatikan ditulis “ai”, dan fath{ah+wawu> mati ditulis “au”.

6. Vokal-vokal Pendek Berurutan

Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (‘)

أأنتم : a’antum
 مؤنث : mu’annas

7. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf *qamariyyah* ditulis al-:

القرآن : ditulis al-Qur’a>n

- b. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*, maka al- diganti dengan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya:

السنة : ditulis as-Sunnah

8. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD.

9. Kata dalam Rangkaian frasa kalimat

- a. Ditulis kata per kata atau;
 b. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيخ الإسلام : Syaikh al-Islam

تاج الشريعة : *Ta>j asy-Syari> 'ah*

التصور الإسلامي : *At-Tas}awwur al-Isla>mi>*

10. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata ijmak, nas, akal, hak, nalar, paham, dsb., ditulissebagaimana dalam kamus tersebut.

ABSTRAK

Nama Penyusun : Tirsya Zhalifa Della
Nim : 20141090
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumn FIF dalam Jual Beli Kredit
Sepeda Motor Honda Menurut Persektif Etika Bisnis Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen FIF (*Federal International Finance*) dalam jual beli secara kredit sepeda motor honda di PT. Daya Adicipta Wisesa, Sulawesi Utara dari sudut pandang etika bisnis Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan yakni sumber data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dengan Ibu Mutia selaku karyawan fif dan 8 konsumen fif pengguna sepeda motor honda. Sumber data sekunder diperoleh dari dokumen/data, buku, dokumen jurnal dan artikel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen fif membeli sepeda motor secara kredit untuk memenuhi kebutuhan transportasi terkait pekerjaan, mengantar anak kesekolah, sekedar jalan-jalan serta untuk kebutuhan kelancaran usaha. Meskipun pada umumnya pembelian kredit sepeda motor macet, ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kebudayaan, kelas sosial, keluarga, pribadi dan psikologi. Selain itu penerapan prinsip etika bisnis Islam belum sepenuhnya dilakukan karena masih adanya perilaku konsumen yang tidak mematuhi persyaratan serta melanggar akad dalam transaksi kredit yang telah disepakati.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Jual Beli Kredit, Perilaku Konsumen*

ABSTRACT

Name of the Author : Tirsa Zhalifa Della
Student Id Number : 20141090
Faculty : Economics and Islamic Business
Study Program : Sharia Economics
Thesis Title : Analysis of FIF Consumer Behavior in Honda Motorcycle
Credit Purchase According to the Perspective of Islamic
Business Ethics

This study aims to determine the behavior of FIF (Federal International Finance) consumers in buying and selling Honda motorcycles on credit at PT. Daya Adicipta Wisesa, North Sulawesi from the perspective of Islamic business ethics. The method used in this study is field research with a qualitative approach. The data sources used are primary data sources obtained directly from respondents through interviews with Mrs. Mutia as an FIF employee and 8 FIF consumers who use Honda motorcycles. Secondary data sources are obtained from documents/data, books, journal documents and research articles. The results of the study indicate that FIF consumer behavior in buying motorcycles on credit is to meet transportation needs related to work, taking children to school, just for a walk and for business needs. Although in general the purchase of motorcycle credit is stalled, this is influenced by factors such as culture, social class, family, personal and psychology. In addition, the application of the principles of Islamic business ethics has not been fully implemented because there is still consumer behavior that does not comply with the requirements and violates the agreement in the agreed credit transaction.

Keywords: *Credit Buying and Selling, Consumer Behavior, Islamic Business Ethics.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT Atas limpahan rahmat, nikmat, serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam kita panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SWT. Sehingga penulis bisa selesai menyusun skripsi dengan membahas mengenai judul skripsi “Analisis Perilaku Konsumen FIF dalam Jual Beli Kredit Sepeda Motor Honda Menurut Persektif Etika Bisnis Islam”

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E) bagi mahasiswa program S-1 di program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang berdifat membangun agar bisa diperbaiki demi kesempurnaan skripsi ini.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari banyaknya bantuan dari semua pihak, terutama ucapan terima kasih kepada orang tua yang senantiasa mendukung baik itu fisik dan materi. Pada kesempatan ini juga dalam segala hormat penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang terjait memberikan dukungan fisik maupun mental secara langsung maupun tidak langsung sehingga penyusunan skripsi ini selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Prof. Dr. Ahmad Rajafi, M.HI., Wakil Rektor I Bidang Akademik Dr. Edi Gunawan, M.HI., Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum dan Keuangan Dr.Salma, M.HI., Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan Dr. Mastang Ambo Baba, S.Ag., M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Manado, Ibu Dr. Radlyah Hasan Jan, S.E., M.Si., Wakil Dekan I Bidang Akademik Dr. Muzwir R. Luntajo, M.Si, Wakil Dekan II, Ibu Dr. Nurlaila Harun, M.Si, Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Bapak Dr. Syarifuddin M.Ag., Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Ibu Fitria Ayu Lestari Niu,

M.S.A.,Ak., dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Ibu Lily Anggrayni M.S.A.

3. Dosen Pembimbing I Saya Bapak Ridwan Jamal, M.H.I., Terima kasih atas waktunya dalam bimbingan, arahan, kritikan dan saran selama proses penyelesaian dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
4. Dosen Pembimbing II Saya Bapak Sofyan Octavian Tubagus, M.Si. Terima Kasih atas waktunya dalam bimbingan. arahan, kritikan, motivasi, dukungan, dan saran selama proses penyelesaian dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
5. Penguji I, Bapak Dr. Syarifuddin, M.Ag., dan Penguji II, Ibu Mutiara Nurmanita, M.Pd., yang telah bersedia untuk menguji penelitian serta memberikan kritik, saran dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kepada seluruh dosen IAIN Manado khususnya pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
7. Kepada sahabat saya Syabania Suronoto, Magfirah Tubagus, Ifha Djubuli, Vicka Budiono, Sartika Thalib, Nur Arinda, Nurul Lasabuda, Pratiwi Madihutu yang sudah menemani saya dari awal perkuliahan hingga sekarang selalu memberi dukungan dan hiburan selama penyusunan skripsi.
8. Kepada teman-teman kelas C angkatan 2020 Ekonomi Syariah yang sudah menemani penulis dibangku perkuliahan sampai saat ini.

Penghujung kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi saran. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Manado, 31 Agustus 2024

Tirsa Zhalifa Della
NIM. 20141090

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
TRANSLITERASI.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Kegunaan Penelitian	6
G. Definisi Operasional.....	7
H. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Perilaku Konsumen	12
B. Jual Beli Kredit.....	19
C. Etika Bisnis Islam.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Tempat dan Waktu Penelitian	30
B. Rancangan Penelitian	30
C. Sumber Data	31
D. Instrumen Penelitian.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Gambaran Umum Tentang Objek Penelitian	40
B. Hasil Penelitian.....	43
C. Pembahasan	56
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial dan memiliki keinginan dan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu kebutuhan adalah transportasi untuk menunjang aktivitas yang dijalankan setiap hari¹. Pada era globalisasi yang berkembang pesat, aktivitas jual beli kredit sepeda motor menjadi tren konsumen yang semakin digemari, di Indonesia, sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Hampir setiap orang ingin memiliki sepeda motor, baik kalangan menengah atas maupun menengah kebawah dan banyak, karena banyak yang beranggapan bahwa dengan memiliki sepeda motor membuat segalanya menjadi lebih irit dan memudahkan mobilitas.

Kebiasaan pembeli menjadi studi tentang perilaku konsumen dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan². Tindakan perilaku konsumen ini cenderung dipengaruhi oleh faktor seperti kebudayaan, kelas sosial, kepribadian dan psikologi. Kegiatan konsumsi juga merupakan bagian penting dari ekonomi, di mana setiap manusia terlibat. Aktivitas ini mencakup semua perilaku konsumen terkait pertukaran nilai produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Islam mengatur perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup, termasuk konsumsi untuk kemaslahatan berupa kesejahteraan, dan manfaat yang lebih besar bagi individu dan masyarakat secara keseluruhan.

¹ Subhan Purwadinata and Wenan Batilmurik Ridolof, "Pengantar Ilmu Ekonomi: Kajian Teoritis Dan Praktis Mengatasi Masalah Pokok Perekonomian," 2020.

² Reski Dewi Pratiwi et al., "Manajemen Pemasaran," Penerbit Tahta Media, 2023.

Islam mengajarkan berarti bahwa perilaku konsumen harus dilakukan dengan cara yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pribadi, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan moral, serta tidak merugikan orang lain atau lingkungan. Selain itu, memahami perilaku konsumen tidaklah mudah. Meskipun kegiatan konsumen bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial, praktiknya sering kali tidak sejalan dengan tujuan tersebut. Banyak aktivitas konsumsi malah menimbulkan ketidakadilan dan perilaku yang merugikan pihak lain.

Perilaku konsumsi melibatkan proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang serta jasa untuk memaksimalkan kepuasan mereka. Proses ini dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti motivasi, kepribadian persepsi, sikap, serta proses komunikasi konsumen³. Selain itu lingkungan sosial dan budaya juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen mencerminkan perilaku tertentu dari sekelompok orang atau masyarakat yang memiliki nilai-nilai dan pola hidup serupa, dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen diperintahkan untuk tidak berlebih-lebihan. Allah berfirman dalam QS. Al'raf ayat 31 berbunyi:

وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Terjemahannya:

“Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”⁴.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Islam mengajarkan untuk tidak berlebihan dalam mengkonsumsi barang serta tidak boros dalam berbelanja karena bisa menimbulkan kerugian. Jika pengeluaran lebih besar dari pendapatan, hal ini menyebabkan banyak hutang. Perbuatan yang melampaui batas tidak hanya

³ Widad Kamala Nur Amriana, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Pertamina Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Di Desa Karang Tanjung Kecamatan Padang Ratu Kabupaten Lampung Tengah)” (IAIN Metro, 2018).

⁴ “Departemen Agama RI,” Al-Qur’an Dan Terjemahan.

merusak dan merugikan, tetapi juga tidak disukai oleh Allah SWT sehingga hal tersebut tidak akan membawa kebahagiaan. Hal ini berlaku juga dalam membeli sepeda motor, yang harusnya dilakukan karena kebutuhan.

Produk kendaraan sepeda motor honda merupakan salah satu perusahaan otomotif terbesar dan produk terunggul di Indonesia yang menjadi pilihan otomotif terbaik bagi konsumen. Honda terus berupaya menjual produk yang berkualitas dengan menawarkan rangkaian berbagai jenis produk sepeda motor yang diproduksi dan dirancang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu perusahaan honda PT Daya Adicipta Wisesa yang merupakan perusahaan main dealer sepeda motor honda dan suku cadang asli sepeda motor honda di wilayah Sulawesi Utara⁵. Jual beli ini dapat dilakukan melalui sistem pembayaran tunai (*cash*), dan secara kredit dengan melibatkan perusahaan pembiayaan (*leasing*) sebagai pihak ketiga untuk membiayai pembelian sepeda motor kredit.

Pembelian dengan sistem leasing ini merupakan lembaga atau perusahaan pembiayaan konsumen (*consumers finance*) yang memberikan pembiayaan pengadaan suatu barang untuk kebutuhan konsumen, dilakukan dengan sistem pembayaran angsuran atau berkala sesuai dengan tahapan pembayaran yang telah di sepakati. Terjadinya transaksi ini biasanya disebabkan karena tidak cukupnya dana untuk membeli secara tunai, sehingga dengan kredit ini memberikan solusi cepat dan mudah yang saat ini sangat dibutuhkan masyarakat luas⁶. dalam penelitian ini FIF (*federal international finance*) yang merupakan perusahaan pembiayaan konsumen yang secara resmi menjadi leasing sepeda motor honda di Indonesia.

⁵ Jill Klara Hariman, Wilfried S Manoppo, and Dantje Keles, "Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Daya Adicipta Wisesa," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 9, no. 2 (2019): 37–45.

⁶ Ahmad Luthfi, Nur Zakiah, and Arbainah Vina Korneliya, "Analisis Mengenai Kredit Motor Melalui Leasing (Studi Kasus Di Kota Kuala Tungkal)," *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2022).

Meskipun menawarkan kemudahan dalam proses pembelian, masih banyak konsumen yang terjebak dalam permasalahan pembayaran angsuran. Maka dari ini terdapat macam-macam perilaku konsumen terkait pembelian secara kredit. Berdasarkan keterangan yang diperoleh dari hasil wawancara dengan karyawan FIF, bagian kredit sepeda motor honda bernama Ibu Mutia, terkait perilaku konsumen dalam masalah yang sering terjadi pembayaran angsuran perbulannya yang macet, yaitu keterlambatan cicilan yang disebabkan oleh berbagai alasan seperti lupa, kurangnya dana atau masalah lainnya. peneliti memperoleh 8 konsumen FIF pembelian sepeda motor honda secara kredit menjadi informan, 5 diantaranya dikategorikan kredit macet. Perilaku konsumsi seperti inilah yang menjadi masalah dalam kegiatan jual beli secara kredit.

Masalah pembayaran angsuran yang tidak di atasi dapat berdampak negatif bagi individu, perusahaan maupun ekonomi secara keseluruhan. Konsumen yang kurang memahami kewajiban mereka dalam perjanjian kredit beresiko mengalami kredit macet atau menghadapi masalah kredit lainnya situasi ini tidak hanya dapat merugikan perusahaan leasing, tetapi juga berpotensi mengganggu stabilitas ekonomi⁷. dalam Islam, jual beli secara kredit diperbolehkan dengan berdasarkan beberapa syarat yang harus terpenuhi diantaranya yaitu dengan melakukan akad (perjanjian) diawal. Firman Allah SWT dalam Q.S Al-Ma'idah :1 berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا عُقُودَ

Terjemahannya:

*“ Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu ”*⁸.

Ayat tersebut menjelaskan bagaimana menyempurnaan perjanjian yang saling mengikat antara manusia dengan Allah SWT, dan antara manusia dengan manusia lainnya. Akan tetapi, dalam transaksi ini terdapat beberapa persyaratan

⁷ Royhul Akbar et al., “Manajemen Keuangan (Fundamental Dalam Pengelolaan Keuangan),” Yayasan Drestanta Pelita Indonesia, 2024.

⁸ Departemen Agama RI, “Al-Qur’an Dan Terjemahan.”

dalam akad yang sering dilanggar oleh konsumen, dan yang menjadi masalah utama yaitu ketidakpatuhan terhadap akad (perjanjian), terutama terkait keterlambatan pembayaran angsuran. Konsumen yang sering kali terlambat dalam melakukan pembayaran angsuran setelah jatuh tempo, akan dikenakan denda. Jika konsumen masih saja terus tertunda pembayaran, maka perusahaan leasing akan menarik atau menyita kendaraan tersebut. Situasi ini dapat menimbulkan dampak negatif, baik bagi konsumen itu sendiri, perusahaan leasing, maupun ekonomi secara umum. Hal ini merupakan suatu realita yang masyarakat cerminkan saat ini, yaitu perilaku konsumen yang tidak mematuhi persyaratan serta melanggar akad yang telah disepakati mengakibatkan berkurangnya etika dalam bisnis⁹.

Transaksi kredit ini menjadi penting dari sudut pandang etika bisnis Islam untuk memastikan praktik bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Ini melibatkan pemahaman terhadap motif dan kebiasaan konsumen dalam pembelian kredit, serta identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembayaran angsuran yang menyebabkan keterlambatan serta pelanggaran akad tersebut. Selain itu, penting untuk meningkatkan solusi guna meningkatkan kepatuhan dan kesadaran etika dalam transaksi kredit.

Melakukan jual beli baik itu secara tunai maupun kredit mesti mempunyai adab yang baik dan sesuai dengan syariat Islam. Etika bisnis Islam menekankan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam dan petunjuk Al-Qur'an berlaku tidak hanya bagi penjual atau pelaku usaha, tetapi juga bagi pembeli. Konsumen dalam Islam diharapkan bertindak dengan jujur, adil dan bertanggung jawab dalam setiap transaksi dan interaksi bisnis, termasuk mematuhi peraturan yang berlaku serta menghindari perilaku yang merugikan dan menipu.

⁹ Imelda Mega Sari, "Perilaku Konsumen Dalam Jual Beli Kredit Sepeda Motor Honda Di Surabaya Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam," *Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation* 2, no. 1 (2022): 44–66.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan yang ada, yakni sebagai berikut:

1. Adanya keterlambatan pembayaran angsuran.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembayaran angsuran yang menyebabkan keterlambatan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka dapat dibatasi sebagai berikut:

1. Hanya berkaitan dengan perilaku konsumen dalam memperoleh dan membayar angsuran sepeda motor honda yang dibeli dengan cara kredit melalui leasing FIF (*Federal International Finance*).
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian secara kredit sepeda motorrr honda pada PT. Daya Adicipta Wisesa di Kec. Kalawat, Kabupaten Minahasa Utara, Sulawesi Utara.

D. Rumusan Masalah

Bagaimana perilaku konsumen FIF dalam melakukan jual beli secara kredit sepeda motor honda menurut perspektif etika bisnis Islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui perilaku konsumen FIF dalam melakukan jual beli secara kredit sepeda motor honda menurut perspektif etika bisnis Islam.

F. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menambah bahan referensi ilmu pengetahuan tentang perilaku konsumen dan etika bisnis Islam, khususnya dalam konsteks jual beli kredit.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti sebagai landasan dan sarana pengaplikasian ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan dalam bidang ilmu ekonomi serta meningkatkan maupun memperdalam pengetahuan dan wawasan.
- b. Bagi instansi sebagai bahan referensi dan masukan bagi para peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.
- c. Bagi masyarakat sebagai bahan informasi dan panduan dalam melakukan pembelian kredit yang sesuai dengan etika bisnis Islam

G. Definisi Operasional

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah studi tentang proses yang melibatkan ketika individu atau kelompok yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang atau jasa-jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka¹⁰.

2. Jual Beli Kredit

Jual beli kredit adalah transaksi perdagangan dimana penjual memberikan barang atau jasa kepada pembeli dengan persetujuan pembayaran yang dilakukan secara bertahap atau dengan jangka waktu tertentu. Melalui hal ini, penjual memberikan kesempatan kepada pembeli untuk membayar harga atau jasa tersebut dalam pembayaran cicilan atau angsuran dalam jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan yang telah disepakati¹¹.

3. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam berkaitan dengan seseorang atau organisasi yang melakukan hubungan bisnis atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Tentang baik buruk, benar salah dan halal haram dalam dunia bisnis. Sebagaimana hal ini etika bisnis Islam

¹⁰ Basu Swastha Dharmmesta and T Hani Handoko, "Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen (Edisi 1)," *Yogyakarta: BPFE*, 2000.

¹¹ Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan* (Jakarta: Kencana, 2010).

mengatur agar perpindahan barang dari tangan satu ketangan lainnya secara sah dan halal serta baik bagi pihak yang tertransaksi¹².

H. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini. Penulis melakukan rujukan terhadap berbagai judul skripsi dan jurnal penelitian sebagai bahan dan perbandingan yang berkaitan dengan apa yang hendak diteliti.

1. Hasil Penelitian Wahdan Syaiduddin

Penelitiannya berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan jasa leasing ditinjau dari perspektif ekonomi Islam pada PT. FIF (Federal International Finance) Kota Bandar Lampung” tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan jasa leasing PT. FIF Bandar Lampung, menentukan faktor yang paling dominan, serta menganalisisnya dari perspektif Ekonomi Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kuantitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor pribadi, seperti usia, pekerjaan, dan kondisi ekonomi, merupakan faktor dominan yang mempengaruhi perilaku konsumen. Hasil penelitian faktor ini memiliki peran signifikan dalam menentukan pilihan konsumen dibandingkan faktor budaya, sosial, atau psikologis. Perspektif ekonomi Islam menyarankan perilaku konsumsi yang sesuai kondisi nyata, hemat, tidak boros, dan mendahulukan kebutuhan pokok daripada keinginan semata

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti terdapat pada pembahasan perilaku konsumen dengan leasing FIF dalam jual beli kredit sepeda motor sedangkan perbedaan penelitian ini penelitian penulis terdapat

¹² Abdul Aziz, “Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha” (Alfabeta, 2013).

pada metode penelitan, metode yang dipakai penelitian adalah kuantitatif sedangkan penelitian penulis memakai metode penelitian kualitatif¹³.

2. Hasil Penelitian Khairil Azmi

Penelitiannya berjudul “Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor Yamaha CV. Tjahaja baru lubuk buaya padang” tahun 2022. Tujuan Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian sepeda motor yamaha di CV Tjahaja Baru Lubuk Buaya Padang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan tergolong kepada field research dengan wawancara semi terstruktur dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan konsumen memiliki berbagai pertimbangan dalam membeli sepeda motor, seperti kelebihan produk, harga yang terjangkau, dan skema kredit dengan bunga rendah. Faktor harga dan biaya kredit mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih leasing yang paling sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan ekonomi mereka.

Persamaan pada penelitian saya yaitu pada salah satu variabel yang dibahas yaitu tentang perilaku konsumen yang melakukan pembelian kendaraan sepeda motor secara kredit. Sedangkan perbedaannya terdapat pada produk sepeda motor yaitu yamaha sedangkan penelitian yang peneliti kaji produk sepeda motor merek honda¹⁴.

3. Hasil Penelitian Laelatu Rahmat

Penelitiannya berjudul “Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT. Selamat lestari mandiri parungkuda” tahun 2022. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT.Selamat Lestari Mandiri Parungkuda. Untuk menganalisis faktor mana yang paling dominan dalam keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda pada PT.Selamat Lestari

¹³ Wahdan Syaifuddin, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Leasing Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Pada PT. FIF (Federal International Finance) Kota Bandar Lampung*, 2019.

¹⁴ Khairil Azmi, “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha CV Tjahaja Baru Lubuk Buaya Padang,” *Universitas Putra Indonesia YPTK Padang*, 2022.

Mandiri Parungkuda. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif eksploratif, data kualitatif dan kuantitatif yang merupakan data primer dan data sekunder dimana metode pengumpulan data menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen sepeda motor Honda di PT Selamat Lestari Mandiri Parungkuda dipengaruhi terutama oleh faktor pribadi, dengan persentase dominan sebesar 64,7%. Hal ini menegaskan bahwa karakteristik individu seperti pendapatan dan kebutuhan utama sangat memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Persamaan penelitian ini sama-sama mengkaji yakni tentang perilaku konsumen dengan pembelian produk kendaraan sepeda motor merek honda sedangkan perbedaannya terdapat pada metode penelitian dan juga lokasi penelitiannya yaitu pada konsumen PT. Selamat Lestari Mandiri Parungkuda sedangkan penulis pada konsumen PT. Daya Adicipta Wisesa Kalawat¹⁵.

4. Hasil Penelitian Dwifta Okta

Penelitiannya berjudul “Analisis perilaku konsumen dalam memutuskan transaksi jual beli secara online persektif hukum ekonomi syariah” tahun 2023. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam memutuskan jual beli secara online dikalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dan Untuk mengetahui pandangan hukum ekonomi syariah tentang transaksi jual beli secara online. Metode penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu lebih dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan situasi ekonomi saat memutuskan transaksi online, sementara faktor usia dan pengaruh keluarga tidak signifikan. Perspektif ekonomi Islam menekankan agar perilaku konsumsi mahasiswa tetap

¹⁵ Maulidda Fitria, “Kredit Barang Rumah Tangga Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Dusun Mawatsari Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun),” 2022.

seimbang antara kebutuhan dan gaya hidup, menjaga dari tindakan berlebihan, dan fokus pada konsumsi sesuai kebutuhan utama.

Persamaan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif dan dengan variabel perilaku konsumen dalam transaksi jual beli sedangkan perbedaannya terdapat pada perilaku konsumen terhadap transaksi jual beli online sedangkan yang peneliti kaji terkait tentang perilaku konsumen transaksi jual beli kredit¹⁶.

¹⁶ Dwifha Okta Vionha, “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Transaksi Jual Beli Secara Online Perspektif Hukum Ekonomi Syariah” (UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2023).

BAB II KAJIAN TEORI

A. Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen (*costumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pembelian, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk, serta layanan dan ide-ide yang bertujuan memenuhi kebutuhan mereka. Perilaku konsumen juga melibatkan proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik dalam memperoleh serta menggunakan barang atau jasa. Dapat diartikan perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan kegiatan individu yang dalam memperoleh, menilai, mempergunakan barang-barang atau jasa-jasa ekonomis¹⁷.

Menurut Kotler dan Keller: perilaku konsumen merupakan hal yang paling dasar bagi konsumen untuk melakukan pembelian. perilaku konsumen yaitu studi yang mempelajari individu maupun kelompok dalam membeli, memilih, menggunakan, mengevaluasi produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan¹⁸.

a. Kebutuhan dan keinginan

Kebutuhan dan keinginan adalah dua konsep yang saling berhubungan dalam perilaku konsumen namun memiliki perbedaan mendasar. Kebutuhan adalah dorongan dasar yang harus dipenuhi untuk mencapai kesejahteraan atau bahkan bertahan hidup, seperti kebutuhan akan makanan, air, atau keamanan. Kebutuhan ini bersifat fundamental dan universal, ada dalam diri setiap individu tanpa memandang latar belakang. Di sisi lain, keinginan adalah bentuk spesifik dari kebutuhan yang

¹⁷ Jefri Putri Nugraha et al., *Teori Perilaku Konsumen* (Penerbit NEM, 2021).

¹⁸ Kotler dalam Khairil Azmi, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha CV Tjahaja Baru Lubuk Buaya Padang," *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 2 (2022).

dipengaruhi oleh faktor budaya, lingkungan, dan kepribadian. Misalnya, kebutuhan akan makanan dapat berkembang menjadi keinginan untuk mengonsumsi hidangan tertentu, seperti sushi atau pizza, tergantung pada selera dan preferensi masing-masing. Keinginan bersifat fleksibel dan dapat berubah sesuai tren dan pengalaman pribadi, sehingga meskipun kebutuhan menjadi pendorong utama, keinginanlah yang sering membentuk pilihan akhir konsumen¹⁹.

b. Pemilihan

Pemilihan adalah tahap di mana konsumen membandingkan berbagai pilihan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhannya. Di sini, konsumen melakukan proses seleksi dengan mempertimbangkan faktor seperti harga, kualitas, manfaat, dan atribut lain yang dianggap penting. Proses pemilihan melibatkan evaluasi alternatif dengan menimbang kelebihan dan kekurangan dari setiap pilihan hingga konsumen memutuskan produk atau merek yang paling cocok dengan kebutuhannya.

c. Penggunaan

Penggunaan merujuk pada bagaimana konsumen memanfaatkan produk atau layanan yang telah dipilih. Ini mencakup bagaimana produk digunakan, seberapa sering produk tersebut digunakan, dan dalam konteks atau situasi apa produk tersebut dimanfaatkan. Penggunaan produk juga sering kali dipengaruhi oleh preferensi pribadi, kebiasaan, dan norma sosial. Konsumen akan terus menggunakan produk yang mereka anggap bermanfaat, efektif, dan sesuai dengan harapan mereka.

d. Evaluasi

Evaluasi adalah tahap di mana konsumen menilai pengalaman mereka setelah menggunakan produk atau layanan. Pada tahap ini, konsumen mengevaluasi apakah produk atau layanan memenuhi ekspektasi mereka

¹⁹ Danang Sunyoto and Tri Admojo, "Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen," 2014.

dan memuaskan kebutuhan atau keinginan yang awalnya mendorong pembelian. Evaluasi ini penting karena berdampak pada kemungkinan pembelian ulang atau loyalitas konsumen terhadap produk atau merek tertentu. Jika konsumen puas, kemungkinan mereka akan melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, jika mereka merasa tidak puas, mereka mungkin mencari alternatif lain di masa mendatang²⁰.

Untuk mengetahui dan memahami proses motivasi yang mendasari dan mengarahkan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian, perlu dipelajari beberapa teori yang menggambarkan mengenai perilaku konsumen²¹, diantaranya:

a. Teori Ekonomi Mikro

Teori ini dikembangkan oleh salah satu ahli ekonomi klasik Adam Smith mengembangkan suatu doktrin pertumbuhan ekonomi yang didasarkan atas prinsip bahwa manusia di dalam segala tindakannya didorong oleh kepentingan sendiri. Jeremy Bentham mengemukakan bahwa manusia adalah makhluk yang mempertimbangkan untuk rugi dalam segala tindakannya.

b. Teori Psikologis

Teori ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologi individu yang selalu dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan. Bidang psikologis ini sangat kompleks dalam menganalisa perilaku konsumen, karena proses mental tidak dapat diamati secara langsung. Secara garis besar teori ini dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

²⁰ Yuni Selviana Sari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Kredit Motor (Studi Kasus Di Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari)," 2018.

²¹ Dharmmesta and Handoko, "Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen (Edisi 1)."

c. Teori Sosiologis

Teori ini sering disebut juga teori psikologi sosial, yang lebih menitik beratkan pada hubungan dan pengaruh antar individu yang dikaitkan dengan perilaku mereka. Jadi lebih mengutamakan perilaku kelompok dari pada perilaku individu. Keinginan dan perilaku seseorang sebagian dibentuk oleh kelompok masyarakat.

d. Teori Anthropologis

Teori ini menekankan bahwa sikap dan perilaku manusia dipengaruhi berbagai kelompok masyarakat yang lingkungannya sangat luas, seperti kultur, subkultur, dan kelas-kelas sosial. Faktor-faktor tersebut memainkan nilai-nilai yang akan dianut dimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilakunya.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dipahami bahwa teori perilaku meliputi teori ekonomi mikro, teori psikologi, teori sosiologis dan teori anthropologis yang dapat mempengaruhi sebuah perilaku konsumen²².

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Memahami perilaku konsumen (*buying behavior*) perlu mengetahui faktor-faktor apakah yang akan mempengaruhi konsumen untuk memutuskan pembelian. Konsumen dari masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapatan, sikap, dan selera yang berbeda-beda, oleh karena itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, diantaranya:

a. Kebudayaan

Kebudayaan memiliki sifat yang sangat luas dan mencakup seluruh aspek kehidupan manusia meliputi pengertian, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat serta kebiasaan yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari melalui pola-pola perilaku yang normatif. Yang mencakup

²² Dharmmesta and Handoko.

cara-cara berfikir, merasakan dan bertindak. Secara definitif kebudayaan adalah keseluruhan sistem ide, tindakan dan hasil karya manusia dalam konsteks kehidupan bermasyarakat yang dijadikan milik dari manusia melalui proses belajar²³.

b. Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam satu masyarakat, yang diorganisir secara hierarki. Anggota kelompok ini memiliki nilai, minat dan perilaku yang serupa²⁴. Secara umum, masyarakat memiliki kelas sosial. Stratifikasi sosial ini kadang-kadang muncul dalam sistem kasta, dimana anggota kasta yang berbeda dilatih untuk peran tertentu dan tidak bisa mengubah keanggotaannya. Namun stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial.

c. Pribadi

a) Usia dan tahap siklus hidup

Tahapan dan siklus kehidupan biasanya mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Selama hidupnya, kebutuhan akan barang dan jasa akan berubah misalnya, seseorang mengonsumsi makanan bayi di awal kehidupannya dan membutuhkan lebih banyak makanan saat tumbuh besar dan menjadi dewasa. Perferensi masyarakat terhadap, minat juga berubah seiring dengan bertambahnya usia. Oleh karena itu perusahaan mengembangkan produk serta merancang strategi yang sesuai untuk setiap tahapan kehidupan.

b) Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi

Pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaannya. Keadaan ekonomi seseorang, yang mencakup tingkat pendapatan yang dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya dan modelnya),

²³ Isma Tantawi, *Dasar-Dasar Ilmu Budaya: Deskripsi Kepribadian Bangsa Indonesia* (Prenada Media, 2019).

²⁴ Alvin Ridarta, "Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Album Kpop Di Tanjungpinang" (STIE PEMBANGUNAN TANJUNGPINANG, 2023).

kemampuan untuk meminjam kredit, serta sikap terhadap pengeluaran juga berperan penting dalam menentukan pola konsumsi tersebut²⁵.

d. Psikologi

Menurut Kotler dan Keller; terdapat empat proses psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap mempengaruhi respon konsumen secara fundamental²⁶. sebagai berikut:

a) Motivasi

Motivasi berasal dari kata (*motive*) yang berarti dorongan. Dengan demikian, motivasi adalah kondisi yang mendorong atau menjadi alasan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau kegiatan secara sadar²⁷. Konsumen memiliki banyak kebutuhan. Beberapa kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman, sedangkan yang lain bersifat psychogenic, yaitu kebutuhan yang muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, atau rasa keanggotaan kelompok.

b) Persepsi

Persepsi adalah proses yang dilakukan oleh konsumen untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi yang masuk dengan tujuan menciptakan gambaran dunia yang bermakna. Persepsi tidak hanya dipengaruhi oleh rangsangan fisik, tetapi juga oleh rangsangan yang berkaitan dengan lingkungan sekitar dan kondisi individu konsumen tersebut.

c) Pembelajaran

Belajar dapat diartikan sebagai perubahan dalam perilaku yang terjadi akibat pengalaman. Perubahan ini bersifat permanen dan lebih

²⁵ Nugraha Putri Jefri, "Teori Perilaku Konsumen" (Jawa Tengah: PT Nasyaexpanding Management, 2021).

²⁶ Kotler dalam Achmad Choiri Alfian, "Karakteristik Dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk Melalui E-Commerce," *Universitas Airlangga*, 2019.

²⁷ Syarifah Ida Farida, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (CV.EUREKA MEDIA AKSARA, 2021).

fleksibel. Hasil dari proses belajar ini akan menghasilkan respon yang sesuai dengan rangsangan tertentu dan memiliki tujuan tertentu.

d) Keyakinan dan sikap

Sikap merupakan pola perasaan, keyakinan, dan kecenderungan perilaku yang bertahan lama terhadap orang, ide atau objek. Konsumen akan mengungkapkan ketertarikan atau ketidaksukaan mereka terhadap suatu hal, termasuk produk atau layanan yang mereka temui dalam kehidupan sehari-hari sebagai konsumen²⁸.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dipahami bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dikelompokkan ke dalam 4 kategori utama: kebudayaan, sosial pribadi dan psikologis.

3. Dasar Hukum Perilaku Konsumen

Pandangan Islam (ilmu ekonomi Islam), perilaku seorang konsumen diartikan sebagai aktivitas manusia yang menggunakan komoditas yang halal dan menghindari yang haram, untuk memenuhi kebutuhan fisik maupun spritual. Tujuannya adalah untuk mengotimalkan fungsi kemanusiaan sebagai hamba Allah SWT, demi mencapai kesejahteraan atau kebahagiaan didunia dan akhirat (falah). Menurut Muhammad Djakfar, konsumen muslim adalah individu atau bahdan yang menggunakan produk, baik barang maupun jasa, dengan mematuhi ketentuan-ketentuan yang sesuai dengan syariat Islam²⁹.

Berdasarkan petunjuk Al-Qur'an memberikan penjelasan rinci mengenai prinsip-prinsip konsumen yang sesuai dengan syariat Islam. Banyaknya ayat yang membahas tentang konsumsi menunjukkan betapa penting Al-Qur'an dalam mengatur hal tersebut. Al-Qur'an tidak hanya menekankan bahwa manusia harus mengkonsumsi sesuatu untuk bertahan hidup, tetapi juga mempertimbangkan dampak yang dihasilkan dari cara konsumsi tersebut,

²⁸ I Wayan Darmada, "Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Aksesoris Handphone Yang Dimediasi Word Of Mouth (Studi Pada Konsumen Bima Aksesoris Handphone Di Kota Denpasar)" (Universitas Mahasaraswati Denpasar, 2022).

²⁹ Muhammad Djakfar dalam Gatot Hadi Gunarso, "Persamaan Dan Perbedaan Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Konvensional Dan Hukum Ekonomi Islam," 2019.

karena diperlukan pengendalian spiritual terhadap kepuasan material. Apa lagi kebutuhan manusia yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya pola dan gaya hidup³⁰.

B. Jual Beli Kredit

1. Pengertian Jual Beli Kredit

Kredit berasal dari bahasa latin "*Credere*" yang berarti kepercayaan. Ini mengandung makna bahwa pemberi kredit memiliki keyakinan bahwa penerima kredit akan mengembalikan pinjaman sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Penerima kredit, disisi lain menerima kepercayaan ini dengan memiliki kewajiban untuk mengembalikan pinjaman tersebut dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Transaksi kredit ini sering dikenal sebagai jual beli angsuran, dimana penjual menjual barang dengan pembayaran yang dilakukan pembeli dalam beberapa kali angsuran atas harga yang disepakati bersama diikat dalam perjanjian, serta hak milik atas barang tersebut berpindah dari penjual kepada pembeli saat barang diserahkan kepada pembeli³¹.

Jual beli kredit juga diartikan sebagai penjualan barang dimana pembayarannya dilakukan secara angsuran (cicilan) sesuai dengan kesepakatan penjual untuk jangka waktu tertentu dengan hak dan kewajibannya masing-masing pihak. Dari pengertian ini terdapat suatu kesepakatan untuk melakukan transaksi yang mencakup hak dan kewajiban untuk masing-masing pihak. Bagi pembeli yang merupakan konsumen yang membutuhkan barang atau jasa, maupun bagi penjual menyediakan dan menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta oleh konsumen³².

³⁰ Sekar Tasniema and Rachmad Risqy Kurniawan, "Prinsip Perilaku Konsumsi Dalam Islam Berdasarkan Tafsir QS Al-A'raf Ayat 31-32" (Center for Open Science, 2022).

³¹ Muhammad Arif Alimuddin, "Praktik Jual Beli Dengan Sistem Cicilan Pada Tukang Kredit Keliling Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Desa Baros Kota Pekalongan)" (IAIN Pekalongan, 2021).

³² Abd Ghafur, "Mekanisme Pasar Perspektif Islam," *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2019).

Jual beli kredit sangat populer dikalangan masyarakat menengah kebawah. Mekanisme ini memungkinkan mereka untuk memperoleh barang yang dibutuhkan meskipun keterbatasan penghasilan yang dimiliki. Dengan metode ini, pembeli bisa memiliki barang yang diinginkan tanpa perlu membayar secara tunai. Pembayaran dilakukan secara berkala atau cicilan dalam jangka waktu yang telah disepakati, sementara barang yang dibeli langsung diserahkan secara kontan kepada pembeli.

2. Manajemen Perkreditan

Pada skala luas manajemen kredit dikelola oleh perusahaan leasing dan perbankan yang memberikan pelayanan pembiayaan untuk keperluan barang-barang modal yang diinginkan oleh konsumen. Pada pengertian sebelumnya setiap kali terjadi transaksi kredit, hal itu selalu melibatkan pembayaran angsuran atau cicilan yang memiliki jangka waktu tertentu serta jumlah cicilan yang harus dibayarkan. Pihak yang mengambil kredit disebut debitur, sedangkan pihak yang memberikan kredit dikenal sebagai kreditur. Dengan kata lain, debitur adalah menerima dana, sementara kreditur adalah penyedia dana³³.

Istilah leasing sebenarnya berasal dari kata “*lease*” yang berarti sewa menyewa. Pada dasarnya, leasing memang merupakan bentuk dari aktivitas sewa menyewa. Namun, seiring perkembangan dunia bisnis, konsep sewa menyewa ini berkembang menjadi bentuk khusus yang disebut leasing, atau kadang-kadang hanya disebut sebagai *lease*. Fungsinya pun berubah menjadi salah satu bentuk pembiayaan. Dalam bahasa Indonesia, leasing sering diistilahkan dengan sewa guna usaha³⁴. Adapun leasing merupakan mekanisme jual beli yang penagihan angsurannya dipindahkan dari penjual aslinya ke lembaga *finance* (atau pembiayaan). Pemandahan ini sudah sepengetahuan

³³ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (PT RajaGrafindo Persada, 2005).

³⁴ Tajuddin Noor, Masnun Masnun, and Kurnia Ganda Putri, “Aspek Hukum Perjanjian Pembiayaan Sewa Guna Usaha (LEASING),” *Jurnal Hukum Al-Hikmah: Media Komunikasi Dan Informasi Hukum Dan Masyarakat* 2, no. 3 (2021): 501–8.

tiga pihak yang terlibat yaitu (1) penjual pertama (2) lembaga pembiayaan dan (2) pembeli. Karena terjadi pemindahan maka akad ini juga termasuk bagian dari akad hawalah (pemindahan) yang hukumnya boleh³⁵.

Pengertian sewa guna usaha menurut keputusan menteri keuangan no.1169/KMK.01/1881 tanggal 21 November 1991 tentang kegiatan sewa guna usaha: sewa guna usaha (leasing) adalah kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyedia 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 pembayaran secara berkala.

a. Unsur-unsur kredit

1) Kepercayaan

Suatu keyakinan dari pihak pemberi kredit bahwa uang, barang atau jasa yang diberikan akan benar-benar dikembalikan dalam periode waktu tertentu dimasa mendatang.

2) Kesepakatan

Selain unsur kepercayaan, kredit juga melibatkan unsur kesepakatan atau pemberi dan penerima kredit. Kesepakatan ini dituangkan dalam sebuah perjanjian dimana masing-masing pihak menyetujui hak dan kewajibannya mereka.

3) Jangka waktu

Setiap kredit yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu, yang mencakup masa pengembalian kredit sesuai dengan kesepakatan. Hampir semua kredit memiliki jangka waktu yang telah ditentukan.

4) Resiko

Faktor resiko kerugian bisa disebabkan oleh dua faktor yaitu nasabah sengaja membayar meskipun mampu dan nasabah yang tidak mampu

³⁵ Ahmad Luthfi et al., "Analisis Mengenai Kredit Motor Melalui Leasing (Studi Kasus Di Kota Kuala Tungkal)," *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2022.

membayar karena alasan yang tidak disengaja, seperti bencana alam. Penyebab tidak tertagih sebenarnya dikarenakan adanya suatu tenggang waktu pengembalian (jangka waktu). Semakin panjang jangka waktu sesuatu kredit semakin besar resikonya tidak tertagihnya, demikian pula sebaliknya³⁶.

3. Dasar Hukum Jual Beli Kredit

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah ayat 282 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكُنْ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

Terjemahannya:

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya dan hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar”³⁷.

Dapat dipahami bahwa Allah SWT mengizinkan umat manusia untuk melakukan muamalah dalam kehidupan mereka. Menurut ajaran Islam, transaksi muamalah terbagi menjadi dua jenis, yaitu muamalah secara tunai dan tidak tunai (kredit). Jika seseorang melakukan muamalah secara kredit dengan waktu yang telah ditentukan, maka disyaratkan untuk membuat perjanjian yang menetapkan jangka waktu pembayaran yang jelas sesuai dengan kesepakatan bersama. Transaksi ini perlu dicatat atau dituliskan untuk melindungi hak kedua belah pihak serta menghindari potensi konflik antara penjual maupun pembeli.

Secara prinsip, Islam memperbolehkan praktik kredit dalam perdagangan, terutama didalam masyarakat modern saat ini yang sangat membutuhkan adanya kredit atau pinjaman. Tentu saja, kedua belah pihak dalam transaksi ini menginginkan keuntungan. Namun, keuntungan dalam perdagangan

³⁶ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*.

³⁷ “Departemen Agama RI,” *Al-Qur’an Dan Terjemahan*.”

bersifat dinamis dan dapat berubah-ubah, terutama dalam kondisi perekonomian yang kurang stabil. Meskipun ada kemiripan antara riba dan kenaikan harga dalam jual beli kredit, kenaikan harga dalam jual beli kredit adalah sebagai kompensasi atas penundaan pembayaran. Ada perbedaan mendasar antara jual beli kredit dan riba Islam menghalalkan jual beli, termasuk jual beli kredit, karena adanya kebutuhan, sementara riba diharamkan karena melibatkan penambahan pembayaran yang murni disebabkan oleh penundaan³⁸.

Terdapat perbedaan pandangan dikalangan ulama mengenai hal ini, beberapa membolehkan sementara yang lain melarang. Ulama dari empat madzhab yaitu Syafi'iyah, Hanafiyah, Malikiyah, Hanbaliyah, Zaid bin Ali dan mayoritas ulama membolehkan jual beli dengan sistem ini, baik dengan harga yang sama seperti pembayaran tunai maupun dengan harga yang lebih tinggi. Namun, mereka mensyaratkan adanya kejelasan dalam akad, yakni kesepahaman yang jelas anatar penjual dan pembeli bahwa transaksi tersebut dilakukan sistem kredit. Dalam transaksi semacam ini, penjual menawarkan dua harga yaitu harga kredit, dan pembelian harus memastikan apakah ia akan membeli secara tunai atau kredit³⁹.

Mengutip pada isi dalam Fatwa DSN MUI Nomor 11 Tahun 2004, tambahan tanpa imbalan yang timbul akibat penundaan pembayaran yang telah disepakati sebelumnya disebut riba. Namun, akad jual beli secara kredit dengan harga yang lebih tinggi dari pada harga tunai pada dasarnya diperbolehkan, asalkan memenuhi persyaratan tertentu untuk keabsahannya sesuai dengan prinsip syariah. Seperti kesepakatan harga yang jelas, kepastian

³⁸ Ika Oktavia, "Konsep Jual Beli Secara Kredit Menurut Tokoh Muhammadiyah (Studi Kasus Di Desa Mengandung Sari Kecamatan Sekampung Udik Lampung Timur)" (IAIN Metro, 2018).

³⁹ Luthfi, Zakiah, and Korneliya, "Analisis Mengenai Kredit Motor Melalui Leasing (Studi Kasus Di Kota Kuala Tungkal)."

objek yang diperdagangkan, dan tidak adanya unsur riba dalam transaksi tersebut⁴⁰.

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari “*ethos*” yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Ini menunjukkan bahwa etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan yang benar serta kebiasaan yang diteruskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi berikutnya. Etika bisnis merupakan seperangkat aturan yang menentukan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan dalam suatu bisnis, baik aturan yang tertulis maupun tidak tertulis. Jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka akan ada sanksi yang dapat bersifat langsung atau tidak langsung⁴¹.

Etika bisnis dalam Islam diartikan sebagai rangkaian kegiatan bisnis dalam bentuk yang tidak dibatasi oleh jumlah (kuantitas), kepemilikan harta (barang atau jasa), atau keuntungan, tetapi dibatasi oleh cara memperoleh dan menggunakan harta tersebut sesuai dengan aturan halal dan haramnya. Menurut Abdul Azis, etika bisnis Islam merupakan kajian tentang bagaimana seseorang atau organisasi menjalankan usaha atau hubungan bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam⁴².

Dari penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa etika bisnis Islam merupakan landasan perilaku yang digunakan sebagai pedoman oleh pelaku bisnis dalam dunia usaha, dengan menerapkan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari Al-Quran dan hadis Nabi.

⁴⁰ Maulidda Fitria, “Kredit Barang Rumah Tangga Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Dusun Mawatsari Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun)” (IAIN Ponorogo, 2022).

⁴¹ Uswatun Hasanah, “Sistem Penarikan Barang Kredit Dalam Etika Bisnis Islam,” *Al-Watsiqah: Jurnal Hukum Ekonomi Syari’ah* 1, no. 02 (2021): 84–92.

⁴² Aziz, “Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha.”

2. Dasar hukum Etika Bisnis Islam

Bisnis Islam merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya tanpa batasan jumlah kepemilikan (barang atau jasa) termasuk keuntungan. Namun, cara memperoleh dan menggunakan harta tersebut dibatasi oleh aturan halal dan haram. Firman Allah Swt dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ۝

Terjemahannya:

“Dan janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil, dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim, dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”⁴³.

Berdasarkan ayat tersebut, etika bisnis Islam adalah ilmu yang mempelajari apa yang baik dan buruk serta mengenai hak dan kewajiban moral maupun akhlak. Tujuannya adalah untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan, baik barang maupun jasa yang berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist⁴⁴.

Menurut Quraish Shihab secara normatif, Al-Quran relatif lebih banyak memberikan prinsip-prinsip terkait bisnis yang menekankan penanganannya sebagai pelaku ekonomi tanpa membedakan kelas sosial. Dalam mengajak dan menerapkan ajarannya, Al-Quran sering menggunakan istilah yang umum dalam dunia bisnis, seperti jual beli, sewa menyewa, utang-piutang, dan lain lain sebagainya. Al-Quran diturunkan dengan berbagai tujuan berupa membasmi kemiskinan baik material maupun spiritual, serta mengatasi kebodohan, penyakit, penderitaan hidup dan penindasan manusia dalam bidang sosial, ekonomi, politik, hukum dan agama. Selain itu Al-Quran

⁴³ Departemen Agama RI, "Al-Qur'an Dan Terjemahan."

⁴⁴ Mushtaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Pustaka Al-Kautsar, 2001).

juga menjadi sumber ajaran Islam yang mencakup semua aspek kehidupan manusia, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis, dengan nilai dan norma yang mengaturnya.

3. Prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam dan petunjuk Al-Quran terbagi dalam empat macam⁴⁵, diantaranya:

a. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Tauhid merupakan konsep yang bersifat eksklusif sekaligus inklusif. Pada tingkat absolut, tauhid membedakan antara Al-Khaliq (pencipta) dan makhluk yang menuntut penyerahan penuh tanpa syarat dari semua makhluk kepada kehendak-Nya. Melalui pemahaman yang lebih mendalam, tauhid menggambarkan dimensi vertikal dalam Islam, yang menyatukan aspek politik, ekonomi, sosial, dan religius dari kehidupan manusia menjadi kesatuan yang utuh dan konsisten, baik dalam maupun luar, serta selaras dengan alam semesta. Secara logis, dengan fungsinya yang integratif, tauhid memberikan umat manusia pandangan yang jelas berdasarkan pemahaman mendalam tentang keseimbangan ilahi antara Allah SWT dan manusia.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa prinsip tauhid menuntut pengakuan terhadap keesaan Allah SWT dan keyakinan terhadap segala sesuatu yang ada dalam kehidupan ini.

b. Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Prinsip keseimbangan dalam dunia kerja dan bisnis menurut Islam menekankan pentingnya bertindak adil, bahkan terhadap pihak yang mungkin tidak disukai. Salah satu ajaran Al-Quran yang paling penting dalam konteks bisnis adalah pemenuhan janji kontrak. Al-Quran menuntut agar semua kontrak dan janji yang telah disepakati dihormati, serta setiap kewajiban dipenuhi. Al-Quran dengan tegas mengingatkan bahwa setiap

⁴⁵ Aziz, "Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha."

orang akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah serta janji dan kontrak yang telah mereka buat.

Al-Quran juga memerintahkan kaum mukminin untuk tidak mengingkari janji yang telah disepakati, bahkan jika mereka memiliki alasan kuat untuk percaya bahwa pihak lain mungkin akan melanggar kesepakatan tersebut. Mereka juga diperintahkan untuk menjaga sumpah mereka dengan serius dan berusaha bahwa Allah SWT akan menghukum kepada yang melanggar sumpah⁴⁶.

Penjelasan ini menegaskan bahwa keseimbangan atau keadilan sebagaimana diperintahkan dalam Al-Quran, mencakup pemenuhan janji, kesepakatan, kontrak, dan semua kewajiban. Kaum mukminin diharuskan untuk tetap setia pada janji yang telah disepakati, meskipun ada alasan yang kuat untuk tidak melakukannya, karena setiap orang akan dimintai pertanggungjawaban atas apa yang telah mereka lakukan. Al-Quran juga menekankan pentingnya ditegakkan keadilan dalam setiap kesepakatan yang disetujui.

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan elemen penting dalam etika bisnis Islam, namun kebebasan ini harus dijalankan tanpa merugikan kepentingan kolektif. Setiap individu diberikan kebebasan untuk mencapai tujuan pribadinya, dengan tidak ada batasan pendapat yang memungkinkan manusia untuk aktif berkarya dan memaksimalkan potensinya. Namun, dorongan untuk terus memenuhi kebutuhan pribadi yang tak terbatas dikendalikan melalui kewajiban sosial seperti zakat, infak, dan sedekah⁴⁷.

Penjelasan ini menunjukkan bahwa seseorang diberi kebebasan dalam hidup untuk membuat keputusan, termasuk keputusan mungkin keliru.

⁴⁶ Fitria, "Kredit Barang Rumah Tangga Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Dusun Mawatsari Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun)."

⁴⁷ Aziz, "Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha."

Meskipun individu memiliki kebebasan untuk memenuhi kebutuhan pribadinya, kebebasan ini tidak boleh merugikan orang lain.

4. Bentuk-bentuk transaksi

Kaum muslim memiliki kebebasan untuk menjalankan aktivitas bisnis selama aktivitas bisnis tersebut dihalalkan dalam Islam. Allah mengingatkan agar orang-orang beriman mengikuti metode kontrak bisnis yang tidak merugikan atau menimbulkan bahaya bagi pihak lain⁴⁸.

a. Transaksi secara umum

1) Barter merupakan proses menukar barang dengan orang lain yang diperbolehkan, dengan memperhatikan kualitas tertentu. Diriwayatkan bahwa Rasulullah SAW pernah menolak tindakan bilal yang menukar kurma berkualitas rendah dengan kurma berkualitas tinggi. Ada beberapa hadits yang menjelaskan bagaimana validitas sebuah transaksi barter dianggap sah:

- a) Barang yang dibarter harus diambilkan di lokasi transaksi
- b) Jika barang yang tukarkan sejenis maka kuantitasnya harus sama.

Namun, jika barang berbeda jenis, kesamaan tidak diperlakukan.

2) Tunai meskipun perdagangan dengan sistem barter diperbolehkan dalam Islam dengan syarat-syarat tertentu, transaksi secara tunai lebih dianjurkan. Transaksi tunai ini mirip dengan barter menggunakan komoditas yang sama, yang bertujuan untuk menghindari segala bentuk riba.

3) Kredit transaksi ini melibatkan pembayaran harga suatu komoditas yang ditunda hingga periode tertentu yang telah disepakati. Al-Quran memberikan panduan yang rinci mengenai transaksi kredit, menganjurkan umat Muslim untuk membuat kontrak yang adil dan benar serta menghindari ketidakpastian. Pencatatan dan saksi tidak

⁴⁸ Pratiwi, "Perilaku Konsumen Dalam Jual Beli Kredit Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Medi Elektronik Simpang Randu Kecamatan Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah)."

menjadi elemen esensial dalam kontrak kredit, sehingga transaksi yang dilakukan tanpa saksi, jaminan atau penulisan formal tetap dianggap sah dan valid.

b. Syirkah (*Partnership*)

Syirkah dalam Islam diperbolehkan dan sangat dianjurkan. Tidak ada batasan dalam hal kerjasama, yang bisa dilakukan dalam berbagai bentuk seperti perusahaan, firma, korporasi, atau joint venture internasional. Syirkah sebaiknya dilaksanakan sesuai dengan batasan moral legalitas yang formal.

Berdasarkan uraian tersebut, semua aktivitas dapat dilakukan selama diizinkan oleh Islam. Bentuk-bentuk transaksi yang diperbolehkan meliputi barter, tunai, dan kredit. Syirkah (*partnership*) juga tidak memiliki batasan dalam kerjasama, selama sesuai dengan norma etika yang diajarkan oleh Al-Quran⁴⁹.

⁴⁹ Pratiwi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan di Showroom PT. Daya Adicipta Wisesa Kec. Kalawat, Kabupaten Minahasa Utara, Sulawesi Utara. Fokus pada penelitian ini konsumen FIF (*Federal International Finance*) yaitu masyarakat melakukan pembelian sepeda motor honda secara kredit melalui leasing FIF. Waktu yang dilakukan penelitian selama 5 bulan, yakni pada bulan Maret – Agustus 2024

B. Rancangan Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah *Field Research* (penelitian lapangan). Penelitian lapangan adalah penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif latar belakang dan keadaan sekarang dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan unit sosial seperti individu, kelompok atau komunitas⁵⁰. Penelitian lapangan di dalam konteks penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan langsung pada suatu keadaan atau kondisi sekarang perilaku konsumen FIF dalam jual beli kredit sepeda motor honda pada PT. Daya Adicipta Wisesa, Kec. Kalawat, Kabupaten Minahasa Utara, Sulawesi Utara.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Deskriptif yaitu upaya untuk membuat perancangan secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu⁵¹. Sedangkan yang di maksud kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, Jadi bentuk data yang digunakan oleh penelitian dan dokumentasi.

⁵⁰ Suryabrata Sumadi, "Metodologi Penelitian, Jakarta: PT," *Raja Grafindo Persada*, 2012.

⁵¹ Zihnil Afif et al., "Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma, Pendekatan, Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3, no. 3 (2023).

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data utama yang diperoleh langsung dari informan melalui wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dengan topik penelitian⁵². Pada penelitian, data primer dikumpulkan dari wawancara dengan seorang karyawan FIF, bagian kredit sepeda motor dan 8 konsumen FIF pengguna sepeda motor honda. Data ini memberikan langsung yang relevan dengan permasalahan yang dibutuhkan peneliti.

Tabel 3.1 Informan Penelitian

No	Nama Informan	Usia	Jenis kelamin	Keterangan
1	Ibu Mutia	26	Perempuan	Karyawan FIF
2	Ibu Ainun	40	Perempuan	Penjul bubur ayam
3	Ibu Kiki	38	Perempuan	Toko menjual parfum
4	Bapak Deni	35	Laki-laki	Karyawan salon
5	Ibu Meylan	42	Perempuan	Penjual makanan catering
6	Ibu Ifa	39	Perempuan	Penjual kue-kue
7	Ibu Syamsinar	37	Perempuan	Penjual coto makassar
8	Bapak Oyi	53	Laki-laki	Driver
9	Bapak Vito	25	Laki-laki	Karyawan toko alfamart

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dan biasanya berbentuk dokumen, baik tertulis maupun dari orang lain. Dokumen tertulis data/laporan, buku, artikel penelitian, dan jurnal-jurnal⁵³. Data sekunder berfungsi sebagai data penunjang atau pendukung yang berupa

⁵² Iqbal Moha, "Resume Ragam Penelitian Kualitatif," 2019.

⁵³ Anim Purwanto, *Konsep Dasar Penelitian Kualitatif: Teori Dan Contoh Praktis* (Penerbit P4I, 2022).

tulisan dan penelitian yang berkaitan dengan pembahasan. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari laporan/data, 8 buku, 46 dokumen jurnal dan 1 artikel penelitian.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data lapangan. Instrumen ini juga dapat diartikan sebagai perangkat yang diperlukan atau dipergunakan untuk memperoleh data penelitian, dengan tujuan mencapai hasil dan kesimpulan yang tepat⁵⁴. Instrumen penelitian dalam penelitian kualitatif adalah alat-alat yang diperlukan dan digunakan untuk mengumpulkan informasi. Pada penelitian kualitatif, peneliti sendiri yang mengumpulkan data dengan datang langsung kelapangan dan melakukan wawancara secara langsung kepada narasumber. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data meliputi:

1. Handphone: alat komunikasi, mengumpulkan data, akses informasi.
2. Buku: sumber informasi dan teori yang relevan dengan penelitian, tinjauan pustaka untuk memperkuat penelitian dan referensi untuk meningkatkan kredibilitas penelitian.
3. Laptop: analisis data penelitian menggunakan perangkat pengolahan data penelitian, penyusunan laporan penelitian dengan perangkat lunak, dan membuat presentasi penelitian menggunakan perangkat lunak presentasi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan penelitian yang peneliti lakukan yang bersifat deskriptif kualitatif, maka sebagaimana layaknya studi kualitatif yang mengadakan penelitian terhadap lapangan. Upaya yang dilakukan dalam memperoleh data yang diperlukan, yaitu peneliti menggunakan metode wawancara dan metode dokumentasi.

⁵⁴ Muhammad F Hafiz, "Penjelasan Lengkap Instrumen Penelitian Kualitatif," *Pikiran rakyat media network*, 2024.

1. Observasi

Observasi atau pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian yang bertujuan untuk melihat dari dekat tentang kegiatan atau situasi yang terjadi. Apabila objek yang kita teliti merujuk pada penelitian yang bersifat perilaku, tindakan manusia, fenomena (kejadian-kejadian yang ada di alam sekitar), serta proses kerja. Observasi atau proses pengamatan adalah sebuah teknik atau suatu acara mengumpulkan data dengan cara mengadakan sebuah pengamatan terhadap kegiatan yang terjadi⁵⁵. Observasi dilakukan peneliti untuk mengetahui perilaku konsumen FIF dalam jual beli kredit sepeda motor honda pada PT. Daya Adicipta Wisesa, Kec. Kalawat, Kabupaten Minahasa Utara, Sulawesi Utara.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data dalam metode kualitatif. Teknik ini menghasilkan kalimat deskriptif dari pada angka, dengan informasi yang di peroleh melalui pertanyaan langsung kepada informan sebagai konsumen. Wawancara merupakan metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk memperoleh data. Proses wawancara dapat dilakukan secara langsung peneliti atau subjek penelitian. Wawancara adalah percakapan yang bertujuan untuk membangun pemahaman tentang individu, peristiwa, atau aktivitas yang relevan dengan penelitian⁵⁶. Dalam penelitian kualitatif, terdapat dua jenis wawancara, yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur lebih informan, di mana pertanyaan tentang sikap, pandangan keyakinan, atau informasi lain dapat diajukan secara bebas kepada informan.

⁵⁵ Hasyim Hasanah, "Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)," *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017).

⁵⁶ Jozef Raco, "Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya, 2018," *Jakarta: PT. Grasindo*, 2010.

Wawancara jenis ini biasanya disesuaikan dengan subjek dan situasi saat wawancara berlangsung. Subjek diberikan kebebasan dalam memberikan jawaban dan pandangannya, tetapi proses pengelolaan dan analisis data sering kali tidak terarah. Sementara itu, Wawancara terstruktur adalah wawancara dimana peneliti sudah menyiapkan pertanyaan sebelumnya. Jawaban yang diperoleh dari pertanyaan yang sudah direncanakan akan lebih mudah dikelompokkan dan dianalisis sehingga proses wawancara menjadi lebih sistematis dan terarah⁵⁷.

Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur, dimana peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan untuk diajukan kepada informan. Pengguna wawancara terstruktur membantu mempermudah pengelompokan dan analisis jawaban, serta membuat proses wawancara lebih rapi dan sistematis⁵⁸. Informan dalam penelitian ini meliputi seorang karyawan bagian kredit sepeda motor leasing FIF dan beberapa konsumen FIF pengguna sepeda motor honda, dengan tujuan untuk memperoleh informasi.

⁵⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Kualitatif," *Bandung: Alfabeta*, 2013.

⁵⁸ Raco, "Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya, 2018."

Tabel 3.2 Indikator

No.	Indikator	Sub Indikator	Pernyataan	Pertanyaan No.
1	Perilaku Konsumen	<p>a. Keinginan</p> <p>b. Pemilihan</p> <p>c. Penggunaan</p> <p>d. Evaluasi</p>	<p>a. Untuk menggali alasan dan keinginan konsumen dalam memilih pembelian motor secara kredit dibandingkan tunai</p> <p>b. Untuk menyelidiki proses pemilihan konsumen dalam memilih skema kredit yang sesuai dengan kebutuhan mereka</p> <p>c. Untuk terkait dengan bagaimana konsumen menggunakan skema kredit dalam jangka waktu angsuran, besar uang muka, dan cicilan bulanan.</p> <p>d. Untuk mengevaluasi pengalaman konsumen dengan pembayaran angsuran kredit, termasuk masalah keterlambatan dan faktor penyebabnya</p>	<p>a. 1, 7</p> <p>b. 2, 3</p> <p>c. 4, 8</p> <p>d. 5, 6</p>
2	Jual Beli Kredit	<p>a. Perjanjian kredit</p> <p>b. Angsuran</p>	<p>a. Untuk berfokus pada ketentuan dalam perjanjian kredit yang diterima oleh konsumen</p> <p>b. Untuk membahas aspek angsuran, termasuk jangka waktu, besar uang muka, cicilan bulanan, dan masalah yang dihadapi konsumen terkait pembayaran angsuran.</p>	<p>a. 9</p> <p>b. 4, 10</p>
3	Etika Bisnis Islam	a. Kehendak bebas	a. Konsumen memiliki kebebasan dalam memilih metode pembayaran kredit tanpa paksaan, serta diberikan informasi yang jelas mengenai pilihan yang tersedia untuk memastikan keputusan yang diambil sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka	a. 1,3

		<p>b. Keseimbangan/keadilan</p> <p>c. Kesatuan/tauhid</p> <p>d. Bentuk-bentuk transaksi</p>	<p>b. Setiap transaksi kredit harus mencerminkan prinsip keadilan, baik bagi konsumen maupun penyedia layanan, dengan menetapkan syarat-syarat yang wajar, memastikan tidak ada pihak yang dirugikan dalam kesepakatan yang dibuat.</p> <p>c. Seluruh proses transaksi harus dilakukan dengan integritas, mencerminkan niat yang tulus dan transparansi dalam setiap tahapnya, serta memastikan bahwa tujuan transaksi selaras dengan prinsip syariah Islam yang mengutamakan kebaikan bagi semua pihak.</p> <p>d. Setiap perjanjian kredit yang ditawarkan harus sesuai dengan prinsip syariah, menghindari praktik riba, gharar (ketidakjelasan), dan maisir (spekulasi), serta memastikan bahwa ketentuan yang ada dalam perjanjian jelas, adil, dan dapat dipahami oleh konsumen</p>	<p>b. 2,6,10,11</p> <p>c. 7,9,10</p> <p>d. 4,8,9</p>
--	--	---	--	--

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan laporan tertulis mengenai suatu peristiwa yang berisi penjelasan dan pemikiran-pemikiran terkait peristiwa tersebut, yang ditulis dengan tujuan untuk disimpan atau meneruskan informasi tentang peristiwa tersebut⁵⁹. Metode ini dokumentasi melibatkan pengumpulan data berupa catatan, transkrip, buku-buku, jurnal dan sebagainya. Pada metode dokumentasi, terdapat dua jenis dokumentasi yaitu dokumen primer yang berasal dari sumber utama dimasyarakat sebagai konsumen dan perusahaan. Sedangkan dokumentasi sekunder yaitu dokumen atau buku-buku yang mendukung pengumpulan data penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengumpulan dan menyusun data secara sistematis dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya agar mudah dipahami dan hasilnya dapat disampaikan kepada orang lain. Proses ini melibatkan pengorganisasian data, membaginya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, mengidentifikasi pola, memilih informan yang penting untuk dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat dikomunikasikan⁶⁰.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif, dilakukan secara induktif. Pendekatan ini dimulai dari pengamatan spesifik dan berakhir dengan kesimpulan umum berupa prinsip-prinsip baru. Melalui metode ini, peneliti akan menganalisis kecara khusus tentang perilaku konsumem FIF dalam jual beli kredit sepeda motor honda, dan kemudian akan ditarik kesimpulan secara umum berdasarkan etika bisnis Islam. Aktivitas dalam analisis data melibatkan berupa langkah penting

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi ini menggunakan teknik analisis data yang berfungsi untuk mengarahkan mempertajam, mengelompokan, menghilangkan hal yang tidak

⁵⁹ Albi Anggito and Setiawan Johan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. Ella Deffi Lestari (Yogyakarta: CV Jejak, 2018).

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung, Alfabeta, 2012).

relevan, serta mengorganisir data agar kesimpulan dapat ditarik dengan lebih mudah dan cepat. Reduksi data yang merupakan proses menyederhanakan data dalam konsep tema tertentu.

Reduksi data dalam penelitian diartikan sebagai sebuah proses pemilihan, penyederhanaan, meringkas, dan memfokuskan pada hal-hal utama. Data yang diperoleh dari beberapa informan yang memiliki kesamaan dilakukan analisis data melalui reduksi, yaitu dengan memilih dan menyaring data yang serupa. Proses ini membantu memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data yang relevan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah berikutnya adalah menampilkan data. Penyajian data merupakan proses menyusun seluruh informasi yang kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Pada tahap ini, seluruh informasi yang diperoleh selama penelitian disajikan, biasanya dalam bentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi esensinya. Penyajian data dilakukan untuk memberikan gambaran keseluruhan dari hasil penelitian. Penelitian mengelompokkan dan menyajikan data sesuai dengan topik permasalahan, dimulai dengan pengelompokan berdasarkan setiap poin masalah yang ada⁶¹.

3. Penarikan hasil kesimpulan/verifikasi (*Conclusion Drawing/ Verification*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dibuat bersifat sementara dan dapat berubah jika ditemukan bukti yang kuat selama tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun, jika kesimpulan awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten setelah peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data tambahan, maka kesimpulan tersebut menjadi kredibel.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum diketahui. Temuan ini bisa berupa deskriptif atau

⁶¹ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2018).

gambaran suatu objek yang awalnya belum jelas, namun setelah penelitian, objek tersebut menjadi lebih terang dan dapat dihubungkan dengan teori yang relevan⁶².

⁶² Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tentang Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya PT. Daya Adicipta Wisesa (DAW)

Pada awalnya PT. Daya Adicipta Wisesa, tumbuh dari sebuah entitas bisnis kecil yang didirikan di Bandung oleh Bapak Raphael Adi Rahmat pada tahun 1970. Entitas yang didirikan diberi nama PD. Matras itu menjalankan bisnis penjualan sepeda motor honda di wilayah Jawa Barat. Berkat kerja keras dan upaya untuk terus-menerus menjaga reputasinya, pada tahun 1972 PT. Federal Motor, produsen sepeda motor honda di Indonesia (sekarang PT. Astra Honda Motor), memberikan kepercayaan kepada PD. Matras untuk menjadi main dealer sepeda motor dan suku cadang resmi honda di wilayah Jawa barat. Pada tahun yang sama, PD Matras berubah nama menjadi PD. Daya.

Dari tahun ke tahun, bisnis main dealership ini terus berkembang, sehingga pada tahun 1984, Bapak Raphael Adi Rahmat memutuskan untuk mengubah badan hukum perusahaan dari PD. Daya menjadi PT. Daya Adira Mustika. Saat ini, PT. Daya Adira Mustika telah berkembang menjadi main dealer sepeda motor dan suku cadang resmi honda dengan kontribusi yang signifikan bagi PT Astra Honda Motor. Pada tahun 2008, kepercayaan yang lebih besar dari pricipal diberikan kepada PT. Daya Adira Mustika, berupa kesempatan untuk menjadi main dealer sepeda motor dan suku cadang honda untuk wilayah Sulawesi Utara, Maluku, dan Gorontalo. Untuk menyambut kepercayaan tersebut, didirikan entitas baru yang dinamakan PT. Daya Adira Wisesa.

Pertumbuhan penjualan sepeda motor dan suku cadang honda di wilayah pemasaran PT. Daya Adira Wisesa tumbuh dengan pesat, berbagai strategi dan program dilakukan untuk meningkatkan dominasi merek honda di wilayah tersebut. Sejalan dengan hal tersebut, PT. Daya Adira Wisesa juga

berupaya untuk meningkatkan standar layanan, sistem pengelolaan jaringan, serta kualitas sumber daya manusia di seluruh jaringan penjualan dan purna jual sepeda motor honda.

Pada tahun 2011 perseroan menggunakan nama baru yaitu PT. Daya Adicipta Wisesa yang sebelumnya bernama PT. Daya Adira Wisesa, perubahan dari kata “Adira” menjadi “Adicipta” perubahan ini secara hukum telah dibuatkan secara notaril berdasarkan akta pernyataan keputusan rapat no.10 tanggal 18 agustus 2011 dan telah dilaporkan kepada Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia dengan dibuktikan dengan keluarnya surat keputusan menteri hukum dan hak asasi manusia republik Indonesia.

Tonggak Sejarah:

- a. PD. Matras didirikan pada tahun 1970
- b. PT Daya Adira Mustika didirikan pada tahun 1984
- c. PT Daya Adira Wisesa didirikan pada tanggal 1 November 2008
- d. Perubahan nama dari PT Daya Adira Wisesa menjadi PT Daya Adicipta Wisesa pada tanggal 15 September 2011

PT Daya Adicipta Wisesa di wilayah Sulawesi Utara, melakukan pengelolaan terhadap 15 dealer jaringan H1, 25 bengkel resmi honda, dan 53 parts shop. PT Daya Adicipta Wisesa (DAW) mengeluarkan berbagai macam produk Honda dengan Type series yang berbeda-beda, seperti honda revo, beat, scoopy, vario, PCX dan masih banyak lagi. Untuk melayani konsumen (pembeli) jika berminat untuk membeli barang tersebut maka jual beli ini dapat dilakukan dengan sistem pembayaran tunai (*cash*) ataupun juga bisa dilakukan secara kredit melalui lembaga pembiayaan leasing yang tersedia. Adapun subjek dalam hal transaksi jual beli sepeda motor secara kredit ini yaitu:

- a. Pembeli (konsumen) yaitu pihak yang membeli sepeda motor dan membayar secara angsuran dan wajib memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh dealer dan lembaga pembiayaan (leasing).

- b. Penjual pertama (dealer sepeda motor) yaitu pihak dealer sepeda motor yang menyediakan dan memperjualbelikan sepeda motor kepada konsumen. Pihak dealer ini telah bekerja sama sebelumnya dengan lembaga pembiayaan leasing untuk mengajukan pembiayaan atas penjualan sepeda motor, yang nantinya akan menjadi objek sepeda motor kredit.
- c. Lembaga pembiayaan (leasing) yaitu pihak yang memberikan fasilitas kredit kepada pembeli dengan menyusun skema pembayaran, jangka waktu kredit sesuai kesepakatan dan lain sebagainya. Dalam hal ini, leasing juga bisa dapat dikatakan sebagai penjual, namun penjualannya melalui sistem kredit. Terkait penelitian ini leasing yang di ambil yaitu FIF (*Federal International Finance*)

PT. Federal International Finance (FIF) merupakan salah satu perusahaan pembiayaan terbesar untuk sepeda motor khususnya motor honda di Indonesia. Adapun aktivitas bergerak dalam bidang sewa guna usaha, anjak piutang dan pembiayaan konsumen, tetapi saat ini FIF lebih memfokuskan diri pada bidang pembiayaan konsumen retail pada tahun 1996. Pada mei 2013, perusahaan meluncurkan merek FIFGROUP saat ini berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 29/POJK.05/2014.

FIFGROUP adalah merk dari FIFGROUP yang bergerak di bidang pembiayaan sepeda motor. FIFGROUP merupakan pembiayaan resmi untuk sepeda motor honda, dimana FIFROUP bekerja sama dengan ribuan dealer resmi motor honda di seluruh untuk bisa mengkomodir kebutuhan masyarakat yang ingin memperoleh sepeda motor honda dengan uang muka yang ringan dan syarat yang mudah. Adapun terkait penelitian ini mengenai pembiaayaan sepeda motor baru (*new motor cycle*).

B. Hasil Penelitian

Perilaku konsumen FIF dalam melakukan jual beli secara kredit sepeda motor honda menurut perspektif etika bisnis Islam. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan metode wawancara, motivasi dalam membeli secara kredit, perilaku konsumen dalam pemilihan, kebiasaan pembayaran, dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Peneliti melakukan wawancara dengan seorang karyawan FIF yaitu Ibu Mutia, dan 8 konsumen yang melakukan jual beli secara kredit yaitu Ibu Ainun, Ibu Kiki, Bapak Deni, Ibu Meylan, Ibu Syamsinar, Bapak Oyi, Ibu Ifa, dan Bapak Vito, dikategorikan menjadi 2 yakni, 3 konsumen FIF yang sudah membayar lunas kredit dan 5 konsumen fif yang melakukan angsuran tetapi belum melunasinya. Dari hasil wawancara tersebut konsumen yang telah menunasi kredit umumnya memiliki motivasi untuk menghindari denda keterlambatan, semetara konsumen yang masih dalam proses angsuran cenderung menghadapi berbagai kendala permasalahan seperti pengelolaan keuangan yang belum stabil, adanya kebutuhan mendesak serta kecenderungan untuk menunda pembayaran karena prioritaskan keuangan lain yang lebih mendesak, sehingga hal tersebut membuat perilaku konsumen belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

1. Hasil Wawancara

a. Wawancara kepada karyawan leasing FIF

Berdasarkan wawancara pada tanggal 2 agustus 2024 dengan Ibu Mutia selaku karyawan FIF, bagian kredit sepeda motor honda pada PT Daya Adicipta Wisesa (DAW) didapati suatu keterangan mengenai perilaku konsumen dalam jual beli kredit sepeda motor honda, Ibu Mutia menjelaskan bahwa:

“Sebelumnya, dealer sepeda motor honda menawarkan dua opsi pembayaran, yaitu tunai dan kredit. Kedua opsi ini diberikan untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi. Saat ini, pembelian secara kredit lebih banyak diminati karena memungkinkan konsumen yang belum memiliki cukup dana untuk tetap memiliki kendaraan.

Pembayarannya secara angsuran membantu meringankan beban konsumen, sehingga mereka bisa memenuhi kebutuhan lain. Untuk jangka waktu angsuran kamu tawarkan kepada konsumn baik itu 12, 18, 24, maupun 36 bulan. Keputusan mengenai jangka waktu angsuran sepenuhnya diserahkan kepada konsumen agar tidak memberatkan mereka saat harus membayar setelah jatuh tempo. Namun, jika konsumen tidak bisa membayar angsuran tersebut tepat waktu, mereka akan dikenakan denda. Jika penunggakan pembayaran terus berlanjut, konsumen akan menerima surat peringatan, dan apa bila masih diabaikan, sepeda motor akan ditarik oleh leasing. Kebijakan ini sudah disepakati sebelumnya melalui perjanjian secara lisan maupun tulisan dengan kosumen sebelum transaksi dilakukan”⁶³.

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa dealer sepeda motor honda menyediakan dua opsi pembayaran, yaitu tunai dan kredit, dengan tujuan mempermudah konsumen dalam memiliki kendaraan. Pembelian secara kredit lebih banyak diminati karena memungkinkan konsumen mencicil pembayaran, sehingga lebih ringan. Sebelumnya, pihak dealer menawarkan opsi tersebut, kemudian bekerja sama dengan lembaga pembiayaan, dalam penelitian ini terkait leasing FIF untuk mengelola pembiayaan kredit. FIF memberikan fleksibilitas dalam memilih jangka waktu angsuran, yang dapat dipilih sesuai kemampuan konsumen 12, 18, 24 atau 36 bulan. Namun, konsumen perlu membayar tepat waktu untuk menghindari denda, dan jika keterlambatan terus terjadi, motor dapat ditarik oleh pihak leasing sesuai dengan kesepakatan awal. Dari hasil wawancara Ibu Mutia juga menyatakan akad (perjanjian) sistem kredit bahwa:

⁶³ “Wawancara Dengan Ibu Mutia, Karyawan Leasing FIF, 2 Agustus 2024”.

“... pada dasarnya perjanjian sistem kredit ini atas dasar suka sama suka. Artinya kesepakatan bersama antara kedua belah pihak, kreditur dan debitur. Jika kedua pihak telah sepakat mengenai syarat-syarat kredit, maka terjadilah perjanjian kredit tersebut. Kedua belah pihak setuju dengan semua persyaratan yang ditetapkan oleh kreditur. Adapun ketentuan perjanjiannya sebagai berikut:

- 1) Tanggal jatuh tempo merupakan batas akhir pembayaran angsuran, sehingga debitur harus membayar angsuran paling lambat pada tanggal tersebut secara tertib dan teratur tanpa menunggu penagihan atau pemberitahuan dari kreditur dengan cara apapun. Artinya, tanggung jawab untuk memastikan pembayaran tepat waktu sepenuhnya ada pada debitur.
- 2) Jika tanggal jatuh tempo bertepatan dengan libur nasional, maka debitur harus membayar angsuran paling lambat satu hari kerja sebelumnya. Ini memastikan bahwa pembayaran tetap dilakukan sesuai dengan jadwal, meskipun ada hari libur.
- 3) Pembayaran angsuran dianggap sah dan diterima apabila dana sudah dapat diuangkan atau sudah tercatat sesuai ketentuan. Ini berarti pembayaran harus benar-benar diterima untuk di anggap sah.
- 4) Pelunasan lebih awal dimungkinkan dengan membayar semua angsuran yang belum dilunasi. Ketentuan ini memberikan fleksibilitas bagi debitur yang ingin menyelesaikan kewajiban lebih cepat⁶⁴.

Ada juga tiga kategori keterlambatan angsuran atau disebut macet dan penyelesaiannya menurut Ibu Mutia, yakni:

“... ada berbagai macam *type* perilaku konsumen dalam pembayaran angsuran kredit, permasalahan dalam pembayaran yang sering terjadi yaitu keterlambatan dalam pembayaran cicilan/angsuran yang

⁶⁴ “Wawancara Dengan Ibu Mutia, Karyawan Leasing FIF, 2 Agustus 2024.”

disebabkan oleh lupa, kurangnya dana atau masalah lainnya. Ada tiga kategori keterlambatan angsuran atau yang disebut macet, dan cara penyelesaiannya menurut Ibu Mutia yakni:

- 1) Keterlambatan 1-30 hari. Pada tahap ini, konsumen akan diberikan surat teguran pertama sebagaimana peringatan.
- 2) Keterlambatan 31-60 hari. Jika keterlambatan berlanjut, maka surat teguran kedua akan dikirimkan dengan peringatan bahwa jika tidak ada tindakan, sepeda motor akan ditarik kembali oleh pihak *leasing*.
- 3) Keterlambatan 60-150 hari. Pada tahap ini solusi terakhir adalah penarikan atau menyitaan sepeda motor. Kolektor bertugas untuk menangani penagihan kepada konsumen yang mengalami kemacetan⁶⁵.

Hal ini dapat peneliti simpulkan bahwa akad (perjanjian) sistem kredit sepeda motor dilakukan atas dasar suka sama suka. Jika kedua belah pihak sudah sepakat maka terjadilah akad (perjanjian) tersebut. Konsumen secara umum sudah mengetahui syarat-syarat dalam proses transaksi tersebut. Keuntungan membeli sepeda motor secara kredit yaitu meringankan beban konsumen, dengan pembayaran berkala, proses cukup mudah dan mendapatkan asuransi serta prosesnya tidak berbelit-belit alias mudah.

b. Wawancara kepada konsumen/pembeli

- 1) Wawancara kepada konsumen yang sudah membayar lunas angsuran kredit. Berikut data yang peneliti peroleh:

⁶⁵ “Wawancara Dengan Ibu Mutia, Karyawan Leasing FIF, 2 Agustus 2024.”

Table 4.1
Konsumen yang sudah membayar lunas angsuran kredit sepeda motor

NO	Nama	Jangka waktu	DP	Jumlah pembayaran /bulan	Alasan
1	Ibu Ainun	24 bulan	Rp. 1.700.000	Rp. 1.300.000	Melakukan transaksi sepeda motor secara kredit yaitu guna memudahkan usaha jualan bubur ayam. Beliau ritun menyisihkan sebagian uangnya untuk membayar cicilan tepat waktu
2	Ibu Kiki	18 bulan	Rp. 2.800.000	Rp. 1.511.000	Melaksanakan transaksi sepeda motor dengan kredit dikarenakan guna kebutuhan bekerja. Beliau melakukan pembayaran sebelum jatuh tempo karena untuk menghindari denda.
3	Bapak Deni	24 bulan	Rp. 3.700.000	Rp. 977.000	Melakukan pembelian sepeda motor secara kredit yaitu untuk pergi bekerja. Beliau selalu menyisihkan uangnya untuk membayar angsuran kredit sepeda motor dengan tepat waktu.

Berdasarkan tabel tersebut, ada tiga informan yang melakukan pembayaran angsuran kredit sepeda motor secara tepat waktu dan melunasi kredit sesuai dengan kesepakatan awal antara penjual dan pembeli sehingga dikategorikan kredit lancar. Berikut hasil wawancara pertama dengan Ibu Ainun, seorang penjual bubur ayam yang membeli sepeda motor honda type New Street secara kredit, menyatakan bahwa: “Saya memilih membeli sepeda motor honda secara kredit karena jika harus membayar tunai sekaligus, rasanya terlalu berat. Sebagai penjual bubur, pendapatan saya tidak selalu stabil dan besar. Melalui kredit, pembayaran perbulan menjadi lebih ringan dan saya bisa mengatur keuangan dengan lebih baik. Kredit ini sangat membantu saya, karena memungkinkan saya memiliki motor tanpa harus menunggu uang terkumpul dalam jumlah besar. Motor ini saya gunakan untuk belanja bahan baku dan kadang-kadang juga untuk mengantar bubur ke pelanggan. Sebelum memutuskan, saya mempertimbangkan beberapa hal, seperti mencari cicilan yang paling fleksibel dan sesuai dengan kemampuan keuangan saya. Saya juga memilih leasing yang prosesnya mudah dan pelayanannya baik, supaya tidak ribet dikemudian hari. Saya mengambil jangka waktu angsuran 24 bulan dengan uang muka sebesar Rp.1.700.000 dan cicilan Rp.1.300.000/bulan. Setiap bulan saya selalu menyisihkan sebagian dari penghasilan penjualan bubur untuk membayar angsuran. Alhamdulillah, meskipun saya hanya seorang penjual bubur ayam saya selalu bisa membayar angsuran tepat waktu”⁶⁶.

Kemudian hasil wawancara dengan Ibu Kiki seorang usaha berjualan parfum yang melakukan pembelian sepeda motor honda type Vario 150 BK/SPOTY secara kredit menyatakan bahwa:

⁶⁶ “Wawancara Dengan Ibu Ainun, Konsumen, 3 Agustus 2024.”

“Saya memutuskan membeli sepeda motor untuk memudahkan pekerjaan saya sebagai penjual. Ada kalanya pelanggan tidak bisa datang langsung ke toko, sehingga saya harus mengantarkan pesanan kerumah atau tempat mereka. Melalui pembelian motor secara kredit, saya bisa segera mendapatkan kendaraan yang dibutuhkan untuk pengiriman tanpa harus menunggu dana terkumpul terlebih dahulu. Kredit ini membantu karena memungkinkan saya mencicil pembayaran dari hasil penjualan. Saya juga mempertimbangan untuk memilih motor yang hemat bahan bakar dan nyaman digunakan. Jangka waktu kreditnya 18 bulan dengan uang muka sebesar Rp2.800.000, dan cicilan perbulannya sebesar Rp.1.511.000. saya memastikan bahwa proses pembayaran cicilan mudah dan tidak membebani keuangan saya. Selama ini, saya selalu membayar angsuran tepat waktu sebelum jatuh tempo untuk menghindari denda keterlambatan. Dengan ini, saya tidak pernah mengalami masalah keterlambatan dalam pembayaran kredit motor saya”⁶⁷.

Selanjutnya dengan Bapak Deni seorang karyawan salon yang melakukan pembelian sepeda motor honda type New Beat ISS secara kredit, menyatakan bahwa:

“Saya memilih membeli motor honda secara kredit karena lebih terjangkau dan sesuai dengan penghasilan bulanan saya. Motor ini sayang penting untuk aktivitas sehari-hari, seperti pergi bekerja dan memenuhi berbagai kebutuhan pribadi. Skema kredit mempermudah saya mengelola keuangan. Melalui cicilan bulanan, saya tetap bisa memenuhi kebutuhan lain, sementara motor memberikan kemudahan dalam mobilitas sehari-hari. Saya memilih kredit dengan uang muka sebesar Rp.3.700.000 dan cicilan perbulan sebesar Rp.977.000, yang sesuai dengan kemampuan saya. Meskipun saya memilih jangka

⁶⁷ “Wawancara Dengan Ibu Kiki, Konsumen, 4 Agustus 2024”

waktu angsuran selam 24 bulan, saya selalu memastikan untuk tidak pernah terlambat dalam pembayaran. Begitu saya menerima gaji, saya langsung menyisihkan sebagian untuk membayar cicilan motor tersebut, sehingga kredit ini berjalan lancar dan tanpa kendala”⁶⁸.

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga informan, yaitu Ibu Ainun, Ibu Kiki, dan Bapak Deni, dapat disimpulkan bahwa mereka memilih membeli sepeda motor secara kredit karena kondisi keuangan yang terbatas yang membuat mereka tidak mampu membeli secara tunai dan kebutuhan untuk segera memiliki kendaraan tanpa harus menunggu dana terkumpul. Ibu Ainun, seorang penjual bubur ayam, memilih kredit untuk meringankan pembayaran bulanan dan memudahkan aktivitas belanjanya. Ibu Kiki, yang berjualan parfum, memilih kredit untuk memudahkan pengiriman pesanan kepada pelanggan. Bapak Deni, seorang karyawan salon, memilih kredit karena sesuai dengan penghasilan bulannya dan untuk memudahkan mobilitas sehari-hari. Ketiganya memastikan pembayaran angsuran tepat waktu sehingga kredit mereka tergolong lancar.

- 2) Wawancara kepada konsumen yang melakukan angsuran tetapi belum melunasinya. Berikut data yang peneliti peroleh:

⁶⁸ “Wawancara Dengan Bapak Deni, Konsumen, 4 Agustus 2024”

Table 4.2
Konsumen yang membayar angsuran tetapi belum melunasinya

NO	Nama	Jangka waktu	DP	Jumlah pembayaran /bulan	Alasan
1	Ibu Meylan	24 bulan	Rp. 2.000.000	Rp. 1.050.000	Tidak mendapatkan uang sisa penghasilan karena habis dibagi untuk memenuhi kebutuhan lainnya
2	Ibu Syamsinar	24 bulan	Rp. 2.500.00	Rp. 890.000	Sering lupa dengan tanggal jatuh tempo angsuran kredit
3	Bapak Oyi	36 bulan	Rp. 3.500.00	Rp. 950.000	Untuk membayar kebutuhan yang tidak terduga atau mendesak yang harus dipenuhi
4	Ibu Ifa	24 bulan	Rp. 3.000.00	Rp. 890.000	Untuk kebutuhan renovasi rumah dan hutang secara kredit dari bank.
5	Bapak Vito	24 bulan	Rp. 3.000.000	Rp. 1.389.000	Karena banyak kebutuhan dan angsuran kredit lain untuk memenuhi kebutuhannya maupun mengikuti tren.

Berdasarkan tabel berikut, diketahui bahwa 5 informan yang melakukan pembelian secara kredit masih dalam proses pembayaran angsuran, namun belum melunasinya dan dikategorikan kredit macet. Berikut ini adalah hasil wawancara yang pertama kepada Ibu Meylan, usaha berjualan makanan yang melakukan pembelian sepeda motor honda dengan type New Genio ISS secara kredit.

“Sepeda motor sangat berperan penting dalam keseharian saya, sehingga saya memutuskan untuk membelinya guna mempermudah menjalankan usaha seperti membeli kebutuhan usaha dan juga sebagai kendaraan bagi anak saya yang sekolahnya cukup jauh. Karena dana saya belum mencukupi untuk membeli secara tunai, saya memilih opsi kredit. Saya mengambil skema kredit dengan tenor 24 bulan, uang muka Rp.2.000.000, dan cicilan sebesar Rp.1.050.000/bulannya. Namun, saya tidak selalu bisa membayar cicilan tepat waktu, kadang-kadang pembayaran saya terlambat. Ketika usaha sedang sepi, sehingga penghasilan terbatas dan sulit menyisihkan uang untuk angsuran dan juga ketika gaji yang didapat terpakai untuk kebutuhan lain yang mendesak, Ini membuat pembayaran cicilan terkadang terlambat”⁶⁹.

Berikut hasil wawancara dengan Ibu Syamsinar seorang penjual coto makasar telah melakukan pembelian sepeda motor honda dengan type Scoopy secara kredit.

“Saya membeli sepeda motor secara kredit untuk kebutuhan transportasi harian dan usaha. Terutama untuk aktivitas seperti mengantar anak-anak kesekolah. Skema kredit sangat membantu saya karena memungkinkan saya memiliki kendaraan motor tanpa membayar penuh diawal. Walaupun belum memiliki cukup uang untuk membayar tunai saya bisa langsung menggunakan motor

⁶⁹ “Wawancara Dengan Ibu Meylan, Konsumen, 3 Agustus 2024.”

tersebut. Saya juga mempertimbangkan tenor angsuran yang sesuai dengan kemampuan, dan akhirnya memilih jangka waktu angsuran 24 bulan dengan uang muka sebesar Rp.2.500.000 serta cicilan Rp.890.000/bulannya. Namun, terkadang saya terlambat membayar angsuran, terutama karena lupa atau karena dana saya belum cukup. Ada kalanya kebutuhan mendesak muncul, sehingga pembayaran kredit terpaksa tertunda. Meskipun begitu saya selalu berusaha untuk segera menyelesaikan pembayaran agar tidak menumpuk bulan berikutnya”⁷⁰.

Hasil wawancara selanjutnya yaitu dengan Bapak Oyi selaku seorang driver ojol yang telah melakukan pembelian sepeda motor honda dengan type New Beat CBS secara kredit.

“Saya memilih membeli sepeda motor secara kredit karena sangat memudahkan. Melalui cara ini, saya tidak perlu membayar sekaligus dalam jumlah besar, sehingga bisa langsung memiliki kendaraan motor untuk aktivitas sehari-hari. Ini sangat membantu, karena kendaraan sudah bisa digunakan untuk saya bekerja. Sementara cicilan bisa dibayar secara bertahap. Melalui kredit, kepemilikan motor pribadi menjadi lebih terjangkau, sekipun saya belum memiliki uang yang cukup untuk membayar secara tunai. Waktu itu, saya memilih jangka waktu angsuran 36 bulan, dengan uang muka sebesar Rp.3.500.000 dan cicilan bulanan Rp.950.000/bulan. Pada awalnya, saya selalu membayar angsuran tepat waktu bahkan sebelum jatuh tempo tiba pun sudah saya bayarkan. Namun dipertengahan masa cicilan ini, saya mengalami kesulitan membayar tepat waktu karena ada biaya-biaya yang tak terduga yang harus di prioritaskan”⁷¹.

⁷⁰ “Wawancara Dengan *Ibu Syamsinar*, Konsumen, 5 Agustus 2024.”

⁷¹ “Wawancara Dengan *Bapak Oyi*, Konsumen, 4 Agustus 2024.”

Hasil wawancara dengan Ibu Ifa seorang penjual kue-kue yang melakukan pembelian sepeda motor honda dengan type New Beat Street secara kredit.

“Saya membeli sepeda motor ini karena kebutuhan. Jadi kalau ingin kemana-mana tidak perlu lagi menggunakan ojek online. Sebenarnya, saya lebih ingin membeli secara tunai agar tidak ada beban cicilan. Namun, karena saya tidak punya cukup uang untuk membayar secara cash, akhirnya saya memutuskan untuk mengambil secara kredit. Saya mempertimbangkan pilihan tenor yang sesuai dengan kemampuan dan memutuskan untuk mengambil jangka waktu angsuran 24 bulan dengan uang muka sebesar Rp.3.000.000 dan cicilan bulanan Rp.890.000. dalam angsuran pada awalnya, dari angsuran pertama hingga ketujuh belas, saya selalu membayar tepat waktu. Namun, mulai angsuran kedelapan belas saya kesulitan membayar tepat waktu karena uang yang harusnya digunakan untuk angsuran terpakai untuk kebutuhan renovasi rumah dan ada hutang pada bank yang harus dibayar”⁷².

Berikutnya hasil wawancara dengan Bapak Vito selaku karyawan alfamart yang telah melakukan pembelian sepeda motor honda dengan type vario CBS ISS secara kredit.

“Saya memilih membeli sepeda motor honda secara kredit karena lebih praktis dan tidak membutuhkan biaya besar di awal. Motor ini sayang penting bagi saya untuk transportasi sehari-hari, baik untuk keperluan kerja maupun sekedar jalan-jalan berpergian maupun berkumpul dengan teman dan keluarga. Saya memilih motor vario 125 CBS ISS karena desainnya keren dan sesuai dengan kebutuhan saya. Waktu itu saya mengambil kredit sepeda motor dengan tenor 24 bulan, uang muka sebesar Rp. 3.000.000 dan cicilan bulanan Rp.1.389.000.

⁷² “Wawancara Dengan Ibu Ifa, Konsumen, 3 Agustus 2024.”

awalnya saya selalu membayar cicilan tepat waktu, namun belakangan ini saya menghadapi kesulitan. Ada banyak kebutuhan harian harus dipenuhi, ditambah lagi saya memiliki kredit yang lain yang harus dibayar juga. Selain itu, terkadang saya tergoda mengikuti tren atau gaya hidup yang membuat pengeluaran saya jadi lebih besar dari yang direncanakan”⁷³.

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima informan yang melakukan pembelian sepeda motor Honda secara kredit, diketahui bahwa mereka memilih skema kredit karena memudahkan memiliki kendaraan tanpa harus membayar penuh di awal. Ibu Meylan, Ibu Syamsyinar, Bapak Oyi, Ibu Ifa, dan Bapak Vito masing-masing memiliki alasan dan kebutuhan mendesak yang mendorong mereka mengambil kredit, seperti keperluan usaha, transportasi anak sekolah, dan pekerjaan sehari-hari. Namun, mereka menghadapi kesulitan dalam pembayaran angsuran tepat waktu karena berbagai faktor seperti pendapatan usaha yang tidak stabil, kebutuhan mendesak lainnya, biaya tak terduga, renovasi rumah, hingga gaya hidup. Meskipun mereka berusaha untuk membayar cicilan, kondisi keuangan yang tidak selalu mendukung menyebabkan keterlambatan pembayaran dan akhirnya menyebabkan kredit macet.

Berdasarkan data tersebut maka dapat diketahui dari data sampel, yang peneliti ambil yakni sebanyak 8 konsumen ini dibagi dua kategori cara pembayaran kredit sepeda motor tersebut yakni 3 konsumen sudah membayar lunas angsuran kredit mereka dan dikategorikan sebagai kredit lancar yaitu kredit yang tidak terjadi tunggakan, dan melakukan pembayaran angsuran tepat waktu sesuai dengan dengan perjanjian kredit. Sedangkan 5 konsumen yang melakukan angsuran tetapi belum sepenuhnya melunasinya dikategorikan sebagai kredit macet yaitu kredit yang mengalami tunggakan dan penundaaan pembayarannya.

⁷³ “Wawancara Dengan *Bapak Vitho*, Konsumen, 5 Agustus 2024.”

C. Pembahasan

Analisis perilaku konsumen FIF dalam melakukan jual beli secara kredit sepeda motor honda menurut perspektif etika bisnis Islam, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis⁷⁴.

1. Faktor budaya

Budaya kredit atau kebiasaan membeli barang secara angsuran menjadi bagian dari gaya hidup beberapa konsumen, seperti Ibu Ifa dan Bapak Vito, yang terbiasa melakukan transaksi kredit namun mengalami kesulitan membayar angsuran tepat waktu. Dari sudut pandang etika bisnis Islam, transaksi kredit diperbolehkan selama dilakukan secara transparan dan tidak membebani kedua belah pihak. Namun, penting bagi konsumen untuk mengelola pembayaran kredit sesuai kemampuan finansial agar tidak menimbulkan beban yang tidak perlu.

2. Faktor Sosial

Lingkungan sosial, khususnya keluarga, memengaruhi prioritas pengeluaran. Misalnya, Ibu Syamsinar menunda angsuran kredit karena harus mendahulukan biaya pendidikan anaknya. Dalam etika bisnis Islam, prioritas untuk kebutuhan mendasar seperti pendidikan keluarga merupakan tindakan yang mulia, namun tetap perlu disertai dengan tanggung jawab untuk memenuhi kewajiban kredit sesuai kesepakatan, demi menghindari kesulitan keuangan di masa mendatang.

3. Faktor pribadi

Faktor pribadi seperti kemampuan mengatur keuangan dan jumlah barang yang dikredit turut memengaruhi keterlambatan pembayaran. Konsumen seperti Ibu Ifa, Ibu Syamsinar, dan Bapak Vito terkadang lupa

⁷⁴ Pratiwi, "Perilaku Konsumen Dalam Jual Beli Kredit Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Medi Elektronik Simpang Randu Kecamatan Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah)."

tanggal jatuh tempo atau memiliki terlalu banyak barang yang dikredit. Dalam etika bisnis Islam, penting bagi individu untuk bertindak amanah dalam memenuhi tanggung jawab keuangan, termasuk disiplin dalam pembayaran angsuran.

4. Faktor psikologi

Faktor psikologis, seperti persepsi terhadap urgensi kebutuhan, juga berpengaruh. Beberapa konsumen, seperti Ibu Meylan dan Bapak Oyi, menunda angsuran karena harus memenuhi kebutuhan mendesak. Perspektif etika bisnis Islam mengajarkan bahwa kebutuhan mendesak memang dapat diprioritaskan, namun harus diiringi dengan itikad baik untuk melunasi utang dalam waktu yang disepakati, demi menjaga keadilan dan kepercayaan.

Dapat dilihat bahwa perilaku konsumen dalam keterlambatan pembayaran kredit tidak hanya didorong oleh kemampuan finansial, tetapi juga oleh kebiasaan, prioritas keluarga, kemampuan manajemen keuangan, dan persepsi terhadap urgensi kebutuhan lainnya.

Perilaku konsumen sebagaimana dijelaskan dalam teori sebelumnya, mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam mencari, membeli, memilih, menggunakan, mengevaluasi produk barang maupun jasa yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka⁷⁵. Menghubungkan konsep perilaku konsumen dan prinsip etika bisnis Islam melibatkan prinsip-prinsip seperti Kehendak Bebas (*Free Will*), Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*), Kesatuan (*Tauhid/Unity*), dan bentuk-bentuk transaksi.

1. Kebutuhan dan Keinginan dengan Kehendak Bebas (*Free Will*)

Penelitian Anda menunjukkan bahwa konsumen yang membeli sepeda motor Honda melalui kredit memiliki kebebasan untuk menentukan jangka waktu pembayaran, mulai dari 12 hingga 36 bulan. Kebebasan finansial ini memberi mereka kesempatan untuk memilih sesuai kemampuan ekonomi

⁷⁵ Wayan Weda Asmara Dewi et al., *Teori Perilaku Konsumen* (Universitas Brawijaya Press, 2022).

dan kebutuhan. Namun, dari hasil wawancara, ditemukan bahwa sejumlah konsumen seperti Ibu Meylan, Ibu Syamsinar, Bapak Oyi, Ibu Ifa, dan Bapak Vito tidak selalu mampu membayar angsuran tepat waktu karena berbagai alasan.

Pada konteks etika bisnis Islam, prinsip kehendak bebas menekankan bahwa kebebasan konsumen harus diiringi dengan tanggung jawab moral. Islam mengakui kehendak bebas dalam keputusan finansial, tetapi juga menuntut agar keputusan tersebut tidak merugikan diri sendiri atau pihak lain. Dalam kasus ini, meskipun FIF telah menyediakan fleksibilitas, kegagalan konsumen dalam memenuhi kewajiban mereka menunjukkan bahwa kebebasan memilih jangka waktu pembayaran harus diimbangi dengan disiplin keuangan yang kuat. Ini selaras dengan etika Islam yang menekankan bahwa keputusan yang bebas juga membawa konsekuensi tanggung jawab, termasuk dalam perencanaan dan pengelolaan finansial untuk menghindari risiko keterlambatan atau gagal bayar⁷⁶.

2. Pemilihan dengan Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Di tahap pemilihan, konsumen fif di PT Daya Adicipta Wisesa dihadapkan pada berbagai opsi jangka waktu kredit yang disesuaikan dengan kemampuan finansial masing-masing. Penelitian ini menunjukkan bahwa FIF telah berupaya menyediakan kemudahan pembayaran yang adil, seperti opsi waktu cicilan yang fleksibel, sehingga konsumen dapat menyesuaikan dengan penghasilan mereka. Meskipun demikian, beberapa konsumen gagal memenuhi kewajiban pembayaran, yang menunjukkan adanya ketidakpatuhan terhadap kesepakatan⁷⁷.

Menurut prinsip keseimbangan dan keadilan dalam Islam, transaksi bisnis harus dilakukan secara adil, dimana kedua belah pihak, baik

⁷⁶ Salim Al Idrus, *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori* (Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021).

⁷⁷ Degdo Suprayitno et al., *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Strategi* (PT. Green Pustaka Indonesia, 2024).

konsumen maupun perusahaan, memiliki tanggung jawab untuk memenuhi janji. Dalam penelitian ini, FIF telah menyediakan kondisi yang adil, tetapi konsumen yang tidak disiplin dalam memenuhi kewajiban menunjukkan ketidakseimbangan yang disebabkan oleh kurangnya tanggung jawab pribadi. Islam menekankan pemenuhan janji sebagai kewajiban yang harus dihormati untuk menjaga keadilan. Oleh karena itu, dalam perspektif etika bisnis Islam, keseimbangan dalam hubungan bisnis tercipta ketika konsumen juga memiliki komitmen untuk menepati kewajiban mereka, bukan hanya mengandalkan fleksibilitas yang diberikan oleh perusahaan⁷⁸.

3. Penggunaan dengan Kesatuan (Tauhid/*Unity*)

Temuan dalam penelitian Anda menunjukkan bahwa sebagian konsumen, terutama yang memiliki kebutuhan penting seperti usaha atau transportasi keluarga, memanfaatkan motor tersebut secara rutin. Dari 8 konsumen yang diwawancarai, hanya 3 yang konsisten dalam membayar angsuran tepat waktu. Prinsip tauhid dalam Islam mengajarkan bahwa setiap transaksi dan tindakan manusia, termasuk pembayaran kredit, seharusnya mencerminkan keimanan kepada Allah. Memenuhi kewajiban keuangan seperti angsuran kredit tidak hanya merupakan bentuk tanggung jawab finansial, tetapi juga manifestasi dari tanggung jawab moral dan spiritual.

Prinsip tauhid mengingatkan bahwa dalam urusan bisnis, konsumen harus menghargai kepercayaan yang diberikan oleh penjual atau lembaga pembiayaan. Kegagalan untuk memenuhi angsuran menunjukkan pelanggaran terhadap prinsip tauhid yang mengedepankan integritas dalam hubungan manusia dengan Allah. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, kepatuhan konsumen terhadap kewajiban pembayaran mencerminkan seberapa jauh mereka memahami tanggung jawab yang tidak hanya bersifat duniawi tetapi juga berdimensi spiritual. Bagi sebagian konsumen yang

⁷⁸ Zunan Setiawan et al., *PERILAKU KONSUMEN: Panduan Praktis Untuk Pemasaran Yang Sukses* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

tidak memenuhi kewajiban mereka, terdapat kekurangan dalam penerapan prinsip tauhid ini.

4. Evaluasi dengan Bentuk-Bentuk Transaksi

Penelitian Anda menemukan bahwa dari 8 konsumen yang menjadi sampel, 3 konsumen termasuk dalam kategori pembayaran lancar, sementara 5 lainnya mengalami keterlambatan dalam membayar angsuran sesuai kesepakatan. Dalam prinsip Islam, bentuk transaksi seperti kredit diperbolehkan selama memenuhi aturan yang disepakati dan disertai tanggung jawab untuk memenuhi perjanjian tersebut. Ketidakpatuhan pada pembayaran kredit menunjukkan kurangnya komitmen terhadap perjanjian, yang dalam Islam dianggap sebagai bentuk ketidakadilan dan pelanggaran integritas.

Etika bisnis Islam menekankan bahwa transaksi kredit harus dijalankan dengan disiplin dan kejujuran, menjaga kesepakatan demi keadilan. Faktor budaya kredit yang umum di masyarakat dapat menyebabkan konsumen kurang disiplin dalam memenuhi kewajiban pembayaran tepat waktu. Lingkungan sosial, seperti tanggung jawab keluarga, seringkali mengubah prioritas dan mengakibatkan keterlambatan. Secara pribadi, kesulitan mengelola keuangan serta persepsi yang memprioritaskan kebutuhan mendesak menunjukkan adanya kecenderungan mengabaikan kewajiban. Dalam Islam, pemenuhan janji pembayaran merupakan wujud integritas dan tanggung jawab yang harus dipenuhi, demi terciptanya kesetaraan dan keadilan dalam berbisnis.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa meskipun FIF telah menyediakan opsi kredit yang fleksibel, tanggung jawab pribadi konsumen sangat menentukan keberhasilan penerapan etika bisnis Islam. Prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*), Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*), Kesatuan (*Tauhid/Unity*), dan bentuk-bentuk transaksi saling berperan dalam menjaga hubungan yang adil dan bertanggung jawab antara konsumen dan perusahaan leasing. Kebebasan finansial harus

diimbangi dengan kesadaran akan tanggung jawab, sementara keseimbangan dan tauhid menuntut konsumen untuk mematuhi kewajiban mereka, sehingga transaksi bisnis ini selaras dengan prinsip etika Islam yang mengutamakan pemenuhan janji, keadilan, dan integritas. Oleh karena itu, penelitian Anda menekankan bahwa meskipun kredit memberikan fleksibilitas bagi konsumen, keberhasilan dalam transaksi kredit yang etis tergantung pada disiplin dan komitmen konsumen untuk memenuhi kewajiban mereka tepat waktu.⁷⁹

Dari hasil riset, perilaku konsumen FIF dalam transaksi kredit sepeda motor di PT. Daya Adicipta Wisesa belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Masih ada konsumen yang tidak menepati janji dan lalai dalam pembayaran angsuran sesuai kesepakatan

⁷⁹ Isnain Fitri Auli Yanti et al., “Konsep Etika Bisnis Dan Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah,” *Journal of Economics and Business* 2, no. 1 (2024): 21–33.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perilaku konsumen FIF dalam melakukan jual beli secara kredit sepeda motor honda sangat diminati oleh masyarakat. Hal ini karena skema kredit memudahkan konsumen melakukan pembayaran secara angsuran, mulai dari 12 sampai 36 bulan, serta memungkinkan mereka memiliki sepeda motor tanpa harus membayar tunai. Konsumen membeli sepeda motor berdasarkan kebutuhan transportasi, baik untuk bekerja, usaha, mengantar anak kesekolah maupun untuk jalan-jalan. Menurut perspektif etika bisnis Islam dalam klasifikasi prinsip-prinsip Al-Qur'an, terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan yaitu Kehendak Bebas (*Free Will*), Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*), Kesatuan (*Tauhid/Unity*), dan bentuk-bentuk transaksi.. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari wawancara dengan responden, perilaku konsumen FIF dalam membayar angsuran kredit berbagai macam ragam, yakni ada beberapa konsumen yang lupa dengan tanggal jatuh tempo, ada pula konsumen yang terlambat membayar angsuran karena harus mengutamakan biaya kebutuhan lain seperti sekolah anaknya, serta alasan lainnya. Kemacetan dalam pembayaran kredit ini ada faktor-faktor yang mempengaruhi, yakni faktor kebudayaan, kelas sosial, pribadi dan psikologi. Oleh karena itu, perilaku konsumen tersebut belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, karena masih terjadi pelanggaran terhadap persyaratan dalam akad serta kelalaian dalam memenuhi kewajiban pembayaran yang telah disepakati diawal perjanjian tersebut.

B. Saran

Setelah membahas perilaku konsumen dalam hal ini konsumen FIF dalam jual beli kredit sepeda motor honda menurut persektif etika bisnis Islam, maka peneliti akan memberikan saran kepada pihak terkait, yaitu:

1. Bagi konsumen kredit sepeda motor hendaknya agar lebih memperhatikan tujuan dari konsumsi yang sebenarnya menurut ajaran agama Islam berupa prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yang meliputi prinsip Kehendak Bebas (*Free Will*), Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*), Kesatuan (*Tauhid/Unity*), dan bentuk-bentuk transaksi. serta dalam membeli perlu peningkatan kesadaran dan disiplin pembayaran, prioritaskan kewajiban finansial dan pahami serta patuhi kesepakatan.
2. Bagi pihak penjual dari dealer maupun leasing kredit sepeda motor, penting untuk lebih memperhatikan kondisi kehidupan konsumen agar kredit yang diberikan tepat sasaran. Dengan begitu, semua pihak mendapatkan keuntungan dan profit yang maksimal dapat dicapai.
3. Bagi penelitian berikutnya, perlu dilakukan penelitian mendalam agar bisa dikembangkan lagi secara luas dengan menggunakan sudut pandang yang berbeda. Jika pada penelitian ini hanya mengacu kepada perilaku konsumen fif dalm jual beli kredit sepeda motor honda menurut perspektif etika bisnis Islam, semoga bisa dikembangkan pada bagian lainnya dan diharapkan bisa menambah referensi untuk jenis penelitian-penelitian selanjutya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma, Pendekatan, Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 682–693.
- Ahmad, M. (2001). *Etika bisnis dalam Islam*. Pustaka Al-Kautsar.
- Akbar, R., Ponten, S., Ratnawati, R., Butarbutar, D. F., Dani, R., Ningsih, A. A. T., Silalahi, E., Asmawati, A., Astriwati, A., & Nurhidayati, S. (2024). Manajemen Keuangan (Fundamental dalam Pengelolaan Keuangan). *Yayasan Drestanta Pelita Indonesia*.
- Al Idrus, S. (2021). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Alfan, A. C. (2019). Karakteristik dan Psikologi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian kembali produk melalui E-Commerce. *Universitas Airlangga*.
- Alimuddin, M. A. (2021). *Praktik Jual Beli Dengan Sistem Cicilan Pada Tukang Kredit Keliling Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Desa Baros Kota Pekalongan)*. IAIN Pekalongan.
- Anggito, A., & Johan, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (E. D. Lestari (ed.)). CV Jejak.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*. Alfabeta.
- Azmi, K. (2022a). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha CV Tjahaja Baru Lubuk Buaya Padang. *Universitas Putra Indonesia YPTK Padang*.
- Azmi, K. (2022b). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha CV Tjahaja Baru Lubuk Buaya Padang. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 24–32.
- Darmada, I. W. (2022). *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Aksesoris Handphone Yang Dimediasi Word Of Mouth (Studi Pada Konsumen Bima Aksesoris Handphone Di Kota Denpasar)*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Departemen Agama RI. (2010). *Al-Qur'an Dan Terjemahan*.
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis*

Perilaku Konsumen (Edisi 1). Yogyakarta: BPFE.

- Farida, S. I. (2021). *Manajemen sumber daya manusia*. CV.Eureka media aksara.
- Fitria, M. (2022a). *Kredit barang rumah tangga perspektif etika bisnis islam (Studi Kasus Di Dusun Mawatsari Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun)*.
- Fitria, M. (2022b). *Kredit Barang Rumah Tangga Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Dusun Mawatsari Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun)*. IAIN Ponorogo.
- Ghafur, A. (2019). Mekanisme Pasar perspektif islam. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1).
- Gunarso, G. H. (2019). *Persamaan Dan Perbedaan Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Konvensional Dan Hukum Ekonomi Islam*.
- Hafiz, M. F. (2024). *Penjelasan Lengkap Instrumen Penelitian Kualitatif*. Pikiran Rakyat Media Network. <https://mataram.pikiran-rakyat.com/khasanah/pr-2224578556/begini-penjelasan-lengkap-instrumen-penelitian-kualitatif-simak-penjelasan-berikut?page=all>
- Hariman, J. K., Manoppo, W. S., & Keles, D. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Daya Adicipta Wisesa. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(2), 37–45.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21–46.
- Hasanah, U. (2021). Sistem Penarikan Barang Kredit Dalam Etika Bisnis Islam. *Al-Watsiqah: Jurnal Hukum Ekonomi Syari'ah*, 1(02), 84–92.
- Jefri, N. P. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Jawa Tengah: PT Nasyaexpanding Management.
- Kasmir. (2005). *Dasar-dasar perbankan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana.
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*.
- Luthfi, A., Zakiah, N., Arbainah, & Korneliy, V. (2022). Analisis mengenai kredit motor melalui leasing (Studi Kasus di Kota Kuala Tungkal). *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*.
- Luthfi, A., Zakiah, N., & Korneliya, A. V. (2022). Analisis Mengenai Kredit Motor Melalui Leasing (Studi Kasus di Kota Kuala Tungkal). *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1).
- Moha, I. (2019). *Resume Ragam Penelitian Kualitatif*.

- Noor, T., Masnun, M., & Putri, K. G. (2021). Aspek Hukum Perjanjian Pembiayaan Sewa Guna Usaha (LEASING). *Jurnal Hukum Al-Hikmah: Media Komunikasi Dan Informasi Hukum Dan Masyarakat*, 2(3), 501–508.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., Batin, M. H., Lestari, W. J., Khatimah, H., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Nur Amriana, W. K. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Memilih Pertamina Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi di Desa Karang Tanjung Kecamatan Padang Ratu Kabupaten Lampung Tengah)*. IAIN Metro.
- Okta Vionha, D. (2023). *Analisis perilaku konsumen dalam memutuskan transaksi jual beli secara online perspektif hukum ekonomi syariah*. UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Oktavia, I. (2018). *Konsep Jual Beli Secara Kredit Menurut Tokoh Muhammadiyah (Studi Kasus Di Desa Mengandung Sari Kecamatan Sekampung Udik Lampung Timur)*. IAIN Metro.
- Pratiwi, R. (2018). *Perilaku Konsumen Dalam Jual Beli Kredit Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Toko Medi Elektronik Simpang Randu Kecamatan Way Seputih Kabupaten Lampung Tengah)*. IAIN Metro.
- Pratiwi, R. D., Putra, R. S. P., Hasbiah, S., Astuty, S., Dahliana, A. B., & Nuryadin, A. A. (2023). manajemen pemasaran. *Penerbit Tahta Media*.
- Purwadinata, S., & Ridolof, W. B. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi: Kajian Teoritis dan Praktis Mengatasi Masalah Pokok Perekonomian*.
- Purwanto, A. (2022). *Konsep dasar penelitian kualitatif: Teori dan contoh praktis*. Penerbit P4I.
- Raco, J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya*, 2018. *Jakarta: PT. Grasindo*.
- Ridarta, A. (2023). *Pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian album kpop di tanjungpinang*. stie pembangunan tanjungpinang.
- Rijali, A. (2018). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95.
- Sari, I. M. (2022). Perilaku Konsumen dalam Jual Beli Kredit Sepeda Motor Honda di Surabaya Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam. *Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation*, 2(1), 44–66.
- Sari, Y. S. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam pengambilan kredit motor (Studi Kasus di Desa Bumiharjo Kecamatan Batanghari)*.

- Setiawan, Z., Nurapriyanti, T., Ibrahim, H., Nurchayati, N., Jumiati, E., Aslichah, A., & Iswahyudi, M. S. (2023). *perilaku konsumen: Panduan Praktis untuk Pemasaran yang Sukses*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadi, S. (2012). *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sunyoto, D., & Admojo, T. (2014). *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*.
- Suprayitno, D., Irmadiani, N. D., Munizu, M., Muchayatin, M., Mawarni, I., Saktisyahputra, S., Riyanto, J., Diputra, G. I. S., Muspriyadi, R., & Islami, V. (2024). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Syaifuddin, W. (2019). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan jasa leasing ditinjau dari perspektif ekonomi islam pada PT. FIF (Federal international finance) kota bandar lampung*.
- Tantawi, I. (2019). *Dasar-Dasar Ilmu Budaya: Deskripsi Kepribadian Bangsa Indonesia*. Prenada Media.
- Tasniema, S., & Kurniawan, R. R. (2022). *Prinsip Perilaku Konsumsi dalam Islam Berdasarkan Tafsir QS Al-A'raf Ayat 31-32*. Center for Open Science.
- Wawancara Dengan Bapak Deni, Konsumen, 4 Agustus 2024.
- Wawancara Dengan Bapak Oyi, Konsumen, 4 Agustus 2024.
- Wawancara Dengan Bapak Vitho, Konsumen, 5 Agustus 2024.
- Wawancara dengan Ibu Ainun, Konsumen, 3 Agustus 2024.
- Wawancara dengan Ibu Ifa, Konsumen, 3 Agustus 2024.
- Wawancara Dengan Ibu Kiki, Konsumen, 4 Agustus 2024.
- Wawancara dengan Ibu Meylan, Konsumen, 3 Agustus 2024.
- Wawancara dengan Ibu Mutia, karyawan leasing FIF, 2 Agustus 2024.
- Wawancara dengan Ibu Syamsinar, Konsumen, 5 Agustus 2024.
- Yanti, I. F. A., Ulfian, U., Febriani, F., Bayulpa, D. O., Safitra, M., & Tarigan, D. J. (2024). *Konsep Etika Bisnis Dan Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. *Journal of Economics and Business*, 2(1), 21–33.

Lampiran I:**Daftar Pertanyaan Wawancara (*Interview*)****A. Konsumen:**

1. Mengapa anda memilih untuk membeli motor secara kredit dari pada tunai?
2. Bagaimana skema kredit yang dipilih untuk membeli motor membantu anda dalam memenuhi kebutuhan?
3. Apakah ada hal yang anda pertimbangkan saat memilih skema kredit untuk membeli sepeda motor secara kredit?
4. Berapa jangka waktu angsuran dan besar uang muka serta cicilan bulanan yang anda pilih?
5. Apakah anda pernah mengalami keterlambat dalam pembayaran angsuran kredit sepeda motor?
6. Jika iya, apa faktor yang menyebabkan anda terlambat membayar kredit?

B. Pihak Leasing:

7. Seberapa besar presentase konsumen yang memilih pembelian sepeda motor secara kredit dibandingkan dengan pembayaran tunai?
8. Bagaimana sistem pembelian kredit sepeda motor yang ditawarkan kepada konsumen?
9. Apa saja ketentuan dalam perjanjian kredit sepeda motor yang diberikan kepada konsumen?
10. Apakah anda sering melihat konsumen yang bermasalah dengan pembayaran angsuran kredit setelah membeli sepeda motor dan apa biasanya yang menjadi penyebab tersebut?
11. Bagaimana kebijakan dan prosedur yang diterapkan dalam penyelesaian keterlambat atau macet angsuran dilakukan?

Hasil Wawancara

1. Mengapa anda memilih untuk membeli motor secara kredit dari pada tunai?

Ibu Ainun:

“saya memilih membeli sepeda motor Honda secara kredit karena jika harus membayar tunai sekaligus, rasanya terlalu berat. Sebagai penjual bubur, pendapatan saya tidak selalu stabil dan besar. Melalui kredit, pembayaran per bulan menjadi lebih ringan, dan saya bisa mengatur keuangan dengan lebih baik”

Ibu Kiki:

“saya memutuskan membeli sepeda motor untuk memudahkan pekerjaan saya sebagai penjual. Ada kalanya pelanggan tidak bisa datang langsung ke toko, sehingga saya harus mengantarkan pesanan ke rumah atau tempat mereka. Dengan membeli motor secara kredit, saya bisa segera mendapatkan kendaraan yang dibutuhkan untuk pengiriman tanpa harus menunggu dana terkumpul terlebih dahulu”

Bapak Deni:

“saya memilih membeli motor Honda secara kredit karena lebih terjangkau dan sesuai dengan penghasilan bulanan saya. Motor ini sangat penting untuk aktivitas sehari-hari, seperti pergi bekerja dan memenuhi berbagai kebutuhan pribadi”

Ibu Meylan:

“sepeda motor sangat berperan penting dalam keseharian saya, sehingga saya memutuskan untuk membelinya guna mempermudah menjalankan usaha, seperti membeli kebutuhan usaha, dan juga sebagai kendaraan bagi anak saya yang sekolahnya cukup jauh. Karena dana saya belum mencukupi untuk membeli secara tunai, saya memilih opsi kredit”

Ibu Syamsinar:

“saya membeli sepeda motor secara kredit untuk kebutuhan transportasi harian dan usaha, terutama untuk aktivitas seperti mengantar anak-anak ke

sekolah. Skema kredit sangat membantu saya karena memungkinkan saya memiliki kendaraan tanpa harus membayar penuh di awal”

Bapak Oyi:

“saya memilih membeli sepeda motor secara kredit karena sangat memudahkan. Melalui cara ini, saya tidak perlu membayar sekaligus dalam jumlah besar, sehingga bisa langsung memiliki kendaraan untuk aktivitas sehari-hari. Ini sangat membantu karena kendaraan sudah bisa digunakan untuk saya bekerja, sementara cicilannya bisa dibayar secara bertahap”

Ibu Ifa:

“saya membeli sepeda motor ini karena kebutuhan. Jadi, kalau ingin ke mana-mana, tidak perlu lagi menggunakan ojek online. Sebenarnya, saya lebih ingin membeli secara tunai agar tidak ada beban cicilan. Namun, karena saya tidak punya cukup uang untuk membayar secara cash, akhirnya saya memutuskan untuk mengambil secara kredit”

Bapak Vito:

“saya memilih membeli sepeda motor Honda secara kredit karena lebih praktis dan tidak membutuhkan biaya besar di awal. Motor ini sangat penting bagi saya untuk transportasi sehari-hari, baik untuk keperluan kerja maupun sekadar jalan-jalan atau berkumpul dengan teman dan keluarga”

2. Bagaimana skema kredit yang dipilih untuk membeli motor membantu anda dalam memenuhi kebutuhan?

Ibu Ainun:

“kredit ini sangat membantu saya, karena memungkinkan saya memiliki motor tanpa harus menunggu uang terkumpul dalam jumlah besar. Motor ini saya gunakan untuk belanja bahan baku dan kadang-kadang juga untuk mengantar bubur ke pelanggan”

Ibu Kiki:

“kredit ini membantu karena memungkinkan saya mencicil pembayaran dari hasil penjualan. Dengan begitu, saya bisa memiliki motor untuk keperluan pengiriman tanpa harus membayar semuanya sekaligus”

Bapak Deni:

“skema kredit mempermudah saya mengelola keuangan. Melalui cicilan bulanan, saya tetap bisa memenuhi kebutuhan lain, sementara motor memberikan kemudahan dalam mobilitas sehari-hari”

Ibu Meylan:

“saya mengambil skema kredit dengan tenor 24 bulan, uang muka Rp2.000.000, dan cicilan sebesar Rp1.050.000 per bulan. Dengan cara ini, saya bisa tetap memiliki motor untuk keperluan usaha dan mendukung anak saya dalam kegiatan sekolah, tanpa perlu menunggu dana terkumpul dalam jumlah besar.”

Ibu Syamsinar:

“skema kredit memungkinkan saya langsung menggunakan motor tersebut, meskipun belum memiliki cukup uang untuk membayar tunai. Ini sangat membantu untuk mobilitas sehari-hari dan keperluan usaha saya”

Bapak Oyi:

“melalui kredit, kepemilikan motor pribadi menjadi lebih terjangkau, meskipun saya belum memiliki cukup uang untuk membayar secara tunai. Saya bisa memiliki motor dan tetap mengelola pembayaran melalui cicilan”

Ibu Ifa:

“skema kredit memungkinkan saya memiliki motor tanpa harus membayar penuh di awal. Dengan begitu, saya bisa langsung menggunakan motor untuk keperluan transportasi sehari-hari, meskipun belum punya dana tunai yang cukup”

Bapak Vito:

“dengan skema kredit, saya bisa langsung memiliki motor tanpa perlu biaya besar di awal. Ini membantu mobilitas saya dalam berbagai aktivitas sehari-hari”

3. Apakah ada hal yang anda pertimbangkan saat memilih skema kredit untuk membeli sepeda motor secara kredit?

Ibu Ainun:

“debelum memutuskan, saya mempertimbangkan beberapa hal, seperti mencari cicilan yang paling fleksibel dan sesuai dengan kemampuan keuangan saya. Saya juga memilih leasing yang prosesnya mudah dan pelayanannya baik, supaya tidak ribet di kemudian hari”

Ibu Kiki:

“saya mempertimbangkan untuk memilih motor yang hemat bahan bakar dan nyaman digunakan. Selain itu, saya memastikan bahwa proses pembayaran cicilan mudah dan tidak membebani keuangan saya”

Bapak Deni:

“saya memilih kredit dengan uang muka sebesar Rp3.700.000 dan cicilan per bulan sebesar Rp977.000, yang sesuai dengan kemampuan saya”

Ibu Meylan:

“saya memilih skema kredit dengan tenor 24 bulan karena dapat memberikan jangka waktu yang cukup panjang untuk mencicil, dan cicilan per bulan yang sesuai dengan kemampuan saya. Uang muka yang saya bayar juga sesuai dengan anggaran saya”

Ibu Syamsinar:

“saya mempertimbangkan tenor angsuran yang sesuai dengan kemampuan keuangan saya. Akhirnya, saya memilih jangka waktu angsuran 24 bulan dengan uang muka sebesar Rp2.500.000 dan cicilan Rp890.000 per bulan”

Bapak Oyi:

“saya mempertimbangkan kemampuan keuangan dan memilih jangka waktu angsuran 36 bulan dengan uang muka sebesar Rp3.500.000 dan cicilan bulanan Rp950.000 per bulan”

Ibu Ifa:

“saya mempertimbangkan pilihan tenor yang sesuai dengan kemampuan saya dan memutuskan untuk mengambil jangka waktu angsuran 24 bulan dengan uang muka sebesar Rp3.000.000 dan cicilan bulanan Rp890.000”

Bapak Vito:

“saya memilih motor Vario 125 CBS ISS karena desainnya keren dan sesuai dengan kebutuhan saya. Selain itu, saya memilih tenor 24 bulan, dengan uang muka Rp3.000.000 dan cicilan bulanan Rp1.389.000, yang saya rasa cukup terjangkau di awal”

4. Berapa jangka waktu angsuran dan besar uang muka serta cicilan bulanan yang anda pilih?

Ibu Ainun:

“saya mengambil jangka waktu angsuran 24 bulan dengan uang muka sebesar Rp1.700.000 dan cicilan Rp1.300.000 per bulan. Setiap bulan saya selalu menyisihkan sebagian dari penghasilan penjualan bubur untuk membayar angsuran”

Ibu Kiki:

“jangka waktu kreditnya 18 bulan dengan uang muka sebesar Rp2.800.000, dan cicilan per bulannya sebesar Rp1.511.000”

Bapak Deni:

“saya memilih jangka waktu angsuran selama 24 bulan. Begitu saya menerima gaji, saya langsung menyisihkan sebagian untuk membayar

cicilan motor tersebut, sehingga kredit ini berjalan lancar dan tanpa kendala”

Ibu Meylan:

“jangka waktu angsurannya 24 bulan dengan uang muka sebesar Rp2.000.000 dan cicilan Rp1.050.000 per bulan.”

Ibu Syamsinar:

“jangka waktu angsuran 24 bulan dengan uang muka sebesar Rp2.500.000 dan cicilan Rp890.000 per bulan”

Bapak Oyi:

“jangka waktu angsurannya 36 bulan, dengan uang muka sebesar Rp3.500.000 dan cicilan Rp950.000 per bulan”

Ibu Ifa:

“angka waktu angsurannya 24 bulan, dengan uang muka sebesar Rp3.000.000 dan cicilan bulanan Rp890.000”

Bapak Vito:

“jangka waktu angsuran 24 bulan, dengan uang muka Rp3.000.000 dan cicilan Rp1.389.000 per bulan”

5. Apakah anda pernah mengalami keterlambat dalam pembayaran angsuran kredit sepeda motor?

Ibu Ainun:

“alhamdulillah, meskipun saya hanya seorang penjual bubur ayam, saya selalu bisa membayar angsuran tepat waktu”

Ibu Kiki:

‘selama ini, saya selalu membayar angsuran tepat waktu sebelum jatuh tempo untuk menghindari denda keterlambatan”

Bapak Deni:

“saya selalu memastikan untuk tidak pernah terlambat dalam pembayaran”

Ibu Meylan:

“ya, saya kadang-kadang mengalami keterlambatan dalam pembayaran cicilan”

Ibu Syamsinar:

“ya, terkadang saya terlambat membayar angsuran”

Bapak Oyi:

“pada awalnya, saya selalu membayar angsuran tepat waktu, bahkan sebelum jatuh tempo. Namun, di pertengahan masa cicilan, saya mulai mengalami kesulitan membayar tepat waktu”

Ibu Ifa:

“pada awalnya, dari angsuran pertama hingga ketujuh belas, saya selalu membayar tepat waktu. Namun, mulai angsuran kedelapan belas, saya mengalami kesulitan membayar tepat waktu”

Bapak Vito:

“awalnya, saya selalu membayar cicilan tepat waktu. Namun, belakangan ini saya mengalami kesulitan dalam membayar tepat waktu”

6. Jika iya, apa faktor yang menyebabkan anda terlambat membayar kredit?

Ibu Ainun:

“saya selalu berusaha membayar tepat waktu dan menyisihkan penghasilan untuk angsuran, jadi sejauh ini saya belum pernah terlambat”

Ibu Kiki:

“saya belum pernah mengalami masalah keterlambatan dalam pembayaran kredit motor saya karena selalu berusaha membayar sebelum jatuh tempo”

Bapak Deni:

“tidak pernah, karena saya selalu menyisihkan dana dari gaji untuk membayar cicilan tepat waktu”

Ibu Meylan:

“keterlambatan pembayaran biasanya terjadi ketika usaha sedang sepi sehingga penghasilan terbatas, atau ketika gaji yang saya dapat terpakai

untuk kebutuhan lain yang mendesak, sehingga sulit menyisihkan dana untuk angsuran”

Ibu Syamsinar:

“keterlambatan biasanya terjadi karena saya lupa atau karena dana belum cukup. Kadang, ada kebutuhan mendesak yang muncul, sehingga pembayaran kredit terpaksa tertunda. Meskipun begitu, saya selalu berusaha untuk segera menyelesaikan pembayaran agar tidak menumpuk bulan berikutnya”

Bapak Oyi:

“keterlambatan dalam pembayaran terjadi karena ada biaya-biaya tak terduga yang harus diprioritaskan, sehingga saya tidak selalu bisa membayar cicilan tepat waktu.”

Ibu Ifa:

“kesulitan membayar tepat waktu terjadi karena uang yang seharusnya digunakan untuk angsuran terpakai untuk kebutuhan renovasi rumah dan membayar hutang pada bank”

Bapak Vito:

“keterlambatan pembayaran terjadi karena banyaknya kebutuhan harian yang harus dipenuhi, ditambah lagi dengan kredit lain yang harus saya bayar. Terkadang, saya juga tergoda mengikuti tren atau gaya hidup yang membuat pengeluaran jadi lebih besar dari yang direncanakan”

7. Seberapa besar presentase konsumen yang memilih pembelian sepeda motor secara kredit dibandingkan dengan pembayaran tunai?

Ibu Mutia:

“saat ini, pembelian secara kredit lebih banyak diminati karena memungkinkan konsumen yang belum memiliki cukup dana untuk tetap memiliki kendaraan. Pembayaran secara angsuran membantu meringankan beban konsumen, sehingga mereka bisa memenuhi kebutuhan lain”

8. Bagaimana sistem pembelian kredit sepeda motor yang ditawarkan kepada konsumen?

Ibu Mutia:

“dealer sepeda motor Honda menawarkan dua opsi pembayaran, yaitu tunai dan kredit, untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi. Jangka waktu angsuran yang ditawarkan kepada konsumen beragam, yaitu 12, 18, 24, atau 36 bulan. Keputusan mengenai jangka waktu sepenuhnya diserahkan pada konsumen, agar tidak memberatkan mereka saat harus membayar setelah jatuh tempo”

9. Apa saja ketentuan dalam perjanjian kredit sepeda motor yang diberikan kepada konsumen?

Ibu Mutia:

“pada dasarnya, perjanjian kredit ini dilakukan atas dasar kesepakatan bersama antara kreditur dan debitur. Berikut ketentuan-ketentuan utama dalam perjanjiannya: Tanggal jatuh tempo merupakan batas akhir pembayaran angsuran, dan debitur harus membayar paling lambat pada tanggal tersebut tanpa menunggu penagihan dari kreditur. Jika tanggal jatuh tempo bertepatan dengan libur nasional, maka debitur harus membayar paling lambat satu hari kerja sebelumnya. Pembayaran dianggap sah jika dana sudah dapat diuangkan atau tercatat sesuai ketentuan. Pelunasan lebih awal dimungkinkan dengan membayar semua angsuran yang belum dilunasi”

10. Apakah anda sering melihat konsumen yang bermasalah dengan pembayaran angsuran kredit setelah membeli sepeda motor dan apa biasanya yang menjadi penyebab tersebut?

Ibu Mutia:

“ya, masalah dalam pembayaran angsuran sering terjadi, terutama karena faktor lupa, kurangnya dana, atau kendala lainnya. Konsumen sering mengalami keterlambatan pembayaran karena berbagai alasan, termasuk kebutuhan mendesak yang muncul secara tiba-tiba”

11. Bagaimana kebijakan dan prosedur yang diterapkan dalam penyelesaian keterlambatan atau macet angsuran dilakukan?

Ibu Mutia:

“ada tiga kategori keterlambatan angsuran atau yang disebut macet, dan masing-masing memiliki prosedur penyelesaian: Keterlambatan 1-30 hari: Konsumen akan diberikan surat teguran pertama sebagai peringatan awal. Keterlambatan 31-60 hari: Jika keterlambatan berlanjut, surat teguran kedua dikirimkan dengan peringatan bahwa jika tidak ada tindakan, sepeda motor akan ditarik oleh pihak leasing. Keterlambatan 60-150 hari: Solusi terakhir adalah penarikan atau penyitaan sepeda motor, dan kolektor bertugas menangani penagihan bagi konsumen yang mengalami kemacetan.

Lampiran II:

Kegiatan Transaksi



Wawancara bersama Ibu Mutia, karyawan FIF



Wawancara bersama Ibu Ifa,
Konsumen FIF



Wawancara bersama Ibu Meylan,
Konsumen FIF



Wawancara bersama Bapak Deni, Konsumen FIF



Wawancara bersama Ibu Ainun,
Konsumen FIF



Wawancara bersama Ibu Kiki,
Konsumen FIF



Wawancara bersama Bapak Oyi,
Konsumen FIF



**Wawancara bersama Bapak Vito,
Konsumen FIF**



**Wawancara bersama Ibu Syansinar,
Konsumen FIF**

Lampiran III:



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ringroad I Manado, Telp/Fax. 0431-860616 Manado 95128 Telp/Fax (0431)
860616850774 Website : <http://www.Febi.iain-manado.ac.id> Email:iain-manado.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

Nomor: B-~~984~~ /In.25/F.IV/PP.009/10/2024

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si.
Nip. : 197009061998032001
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa:

nama : Tirsza Zhalifa Della
NIM : 20141090
Prodi : Ekonomi Syariah

Setelah mengadakan cek plagiasi dengan menggunakan aplikasi **Turnitin**, maka Skripsi Mahasiswa tersebut diatas, dengan judul:

“Analisis Perilaku Konsumen FIF dalam Jual Beli Kredit Sepeda Motor Honda menurut Perspektif Etika Bisnis Islam ”

Dinyatakan **bebas plagiasi/ ~~plagiasi di atas 25% *~~**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Manado, 11 Oktober, 2024

Dekan,



Radlyah Hasan Jan

Lampiran IV:



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Dr. S. H. Sarundajang Kawasan Ringroad I Kota Manado Telp. (0431) 860616 Manado 95128

Nama : Tirsza Zhalifa Della
 NIM : 20141090
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : "Analisis Perilaku Konsumen FIF dalam Jual Beli Kredit Sepeda Motor Honda Menurut Persektif Etika Bisnis Islam"
 Pembimbing : I. Ridwan Jamal, M.H.
 II. Sofyan Octavian Tubagus, M.Si

NO	TANGGAL	MATERI KONSULTASI	MASUKAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
1	9/9-24	Abstrak	berisikan hanya terkait dengan Tujuan penelitian, metode dan hasil penelitian	
2	12/9-24	Hasil Penelitian	isinya terkait dengan Tujuan penelitian	
3	23/9-24	daftar isi dan daftar Pustaka	Penulisan sesuaikan dengan pedoman	
4	26/09-24	Pedoman Wawancara	Dari indikator	
5	30/09-24	Kesimpulan	Kaitkan dengan isi dari rumusan masalah	

6	11/9-24	Kajian teori	Teori harus Jelas dari mana dan menurut siapa	
7	10/9-24	Pembahasan Penelitian	Tambahkan footnote terkait dengan teori	
8	25/9-24		Perbaiki penulisan sesuai dengan pedoman dan kamus	
9	27/9-24	Lampiran	tambahkan semua lampiran-lampiran	

Skripsi berjudul "Analisis Perilaku Konsumen FIF dalam Jual Beli Kredit Sepeda Motor Honda Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam." yang ditulis oleh Tirsa Zhalifa Della ini telah disetujui pada tanggal 2024

Oleh :

Pembimbing I


 Ridwan Jamal, M.H.I
 NIP. 196512311998031008

Pembimbing II


 Sofyan Octavian Tubagus, M.Si
 NIP. 198710022020121009

Lampiran V:



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ringroad I Manado, Telp/Fax. 0431-860616 Manado 95128 Telp/Fax (0431)
 860616850774 Website : <http://www.Febi.iain-manado.ac.id> Email@iain-manado.ac.id

Nomor : B-726/In.25/F.IV/TL.00.1/07/2024

25 Juli, 2024

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Fifgroup

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, yang tersebut namanya dibawah ini :

Nama : Tirsza Zhalifa Della
 Nim : 20141090
 Semester : VIII (delapan)
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)

Bermaksud Mengadakan Penelitian Dalam Rangka Penyusunan Skripsi Yang Berjudul: "**Analisis Perilaku Konsumen FIFGROUP dalam Jual Beli Keridit Sepeda Motor Honda Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam** " Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dengan Dosen Pembimbing :

Pembimbing I : Ridwan Jamal, M.HI.
 Pembimbing II : Sofyan Octavian Tubagus, M.Si

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada Mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian.

Demikian atas perhatian dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan,

 Radlyah Hasan Jan

Tembusan :

1. Mahasiswa Yang Bersangkutan;
2. Arsip.

Lampiran VI:



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Iwan Trisula
Jabatan : HRGA Dept. Head

Menerangkan dengan benar bahwa :

Nama : Tirsza Zhalifa Della
NIM : 20141090
Mahasiswa : Institut Agama Islam Negeri Manado (IAIN)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Nama yang tersebut adalah benar-benar telah melakukan penelitian dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen FIFGROUP dalam Jual Beli Kredit Sepeda Motor Honda Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam”

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Manado, 6 Agustus 2024

HRGA Dept. Head

DAYA Adicipta
Wisesa
Iwan Trisula



PT Daya Adicipta Wisesa
North Sulawesi & Maluku, Corontalo Honda Motorcycle & Parts Main Dealer
Jl. Raya Manado - Bitung Km 10 Watutunau-Kalawut, Minahasa Utara - 95378
T: +62 431 811 999 F: +62 431 818 881

Lampiran VII:**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Tirsza Zhalifa Della
Tempat, Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 08 Juli 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 22 Tahun
Alamat : Perum. Puri Manado Permai, Bengkulu
Agama : Islam
E-Mail : dellatirsa08@gmail.com
No. Handphone : 087850395565
Nama Ibu : Lidya Mawikere
Nama Ayah : Mudji Darmawan
Riwayat Pendidikan :
TK : Angkasa Lanud Samratulangi
SD : SD Negeri 124 Manado
SMP : SMP Negeri 7 Manado
SMA : Man Model 1 Manado