

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara umum bank merupakan suatu entitas untuk menghimpun dana dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan ataupun simpanan. Di Indonesia sendiri umumnya terdapat dua jenis sistem perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Seiring perkembangan perbankan yang semakin pesat, banyak bermunculan bank-bank yang berlandaskan syariah atau disebut dengan Bank Syariah. Sistem perbankan yang paling banyak digunakan di Indonesia sendiri yaitu sistem perbankan ganda atau kita biasa menyebut dengan sistem perbankan syariah. Bank syariah sendiri merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berlandaskan dengan prinsip syariah islam yang mana mengatur perjanjian hukum islam untuk menyimpan dana atau pembiayaan.¹

Dari tahun ke tahun perekonomian Indonesia terus mengalami peningkatan yang cukup pesat. Banyak bermunculan bank maupun non bank yang ikut andil dalam tumbuhnya perekonomian di Indonesia baik itu lembaga keuangan syariah maupun konvensional. Saat ini tidak sedikit lembaga keuangan yang menerapkan sistem syariah, yaitu sistem yang sesuai dengan prinsip-prinsip dalam agama islam. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya lembaga keuangan yang mulai menggunakan sistem syariah dalam menjalankan operasionalnya, dan masyarakat pun sudah mulai beralih ke lembaga yang menggunakan sistem syariah karena ada satu kepastian dan sistem yang jelas pada sistem syariah.²

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dalam kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip bagi hasil, membantu menumbuhkan UMKM dan usaha kecil masyarakat, dalam rangka untuk meningkatkan deraajat dan

¹Shinta Amelia Kurniasari, Risma Wira Bharata,” Penerapan Pembiayaan Masyarakat Pada Bmt Dana Barokah Muntilan”. *Jas (Jurnal Akuntansi Syariah)*, No.2, Vol.4, 2020,182, Doi:10.46367/Jas.V4i2.240.

² M.Najmuddin Muis, Yudi Irwan, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anggota Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bmt Al-Kiffah Pekanbaru”, *Jurnal Al-Amwal*, No.2, Vol.5, 2016, 62.

membantu kaum yang membutuhkan. BMT terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. Baitul maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dana yang non profit, seperti zakat, infaq, hibah dan sedekah. Sedangkan baitul tamwil sebagai usaha untuk pengumpulan dana untuk pengembangan usaha. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syari'ah. Perbedaan BMT dan Bank Konvensional yaitu terletak pada objek dana, bank konvensional bisa menarik dana dari masyarakat tanpa syarat sedangkan di BMT untuk menarik dana pada masyarakat harus menjadi anggota atau calon anggota nasabah.³

BMT dalam pelaksanaan tugasnya tidak terlepas dari penghimpun dana dan penyalur dana. Dua fungsi ini merupakan bagian dari fungsi manajemen BMT, agar usaha BMT menjadi lebih berkembang, pengurus harus memiliki kemampuan dan strategi pendanaan yang jitu. Dalam hal manajemen penghimpunan, prinsip utama yang paling penting adalah bagaimana menimbulkan kepercayaan dari masyarakat terhadap BMT dan hal ini berkaitan erat dengan kinerja. Penyaluran dana dalam BMT adalah suatu transaksi penyediaan dana kepada anggota atau calon anggota yang tidak bertentangan dengan syariah, juga tidak termasuk jenis penyaluran dana yang dilarang secara hukum positif. Penyaluran dana memiliki fungsi meningkatkan daya guna, peredaran dan lalu lintas uang anggota atau calon anggota, meningkatkan aktivitas investasi BMT dan sebagai sumber pendapatan terbesar BMT. Dalam mengelola dana anggota, BMT harus memiliki komitmen dan integritas terhadap prinsip muamalah. Oleh karena itu, dalam proses penyalurannya harus diawasi serta memperhitungkan prinsip kehati-hatian secara sehat dan benar. Penyaluran dana oleh BMT ini dapat dibedakan berdasarkan tujuan penggunaan dan jenis pembiayaan. Pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi, dan pembiayaan multiguna.⁴

³ Shinta Amelia Kurniasari, Risma Wira Bharata, *Op.Cit*, 184

⁴ Nurul Huda, Purnama Putra, Dkk, *Baitul Maal Wattamwil* (Jakarta : Amzah, 2016), 79.

BMT Muamalat Mulia didirikan dengan maksud untuk berperan serta membantu usaha mikro dibidang permodalan. Usaha mikro untuk masyarakat bawah selama ini masih belum tercover oleh lembaga perbankan yang ada sehingga umumnya kesulitan dalam memperoleh pinjaman modal kerja. Sehingga pelaku usaha mikro dalam memenuhi kebutuhan permodalan banyak yang diperoleh dari rentenir dengan suku bunga yang cukup tinggi. BMT Muamalat Mulia dalam melayani anggota baik dalam bentuk simpanan maupun pembiayaan dilakukan dengan pola syariah. Dengan dilandasi oleh semangat untuk berperan serta dalam perjuangan membangun ekonomi syariah, maka para anggota bersepakat untuk mengembangkan BMT Muamalat Mulia ini sehingga dapat berperan membantu permodalan usaha kecil mikro yang tidak terjangkau oleh fasilitas lembaga perbankan.⁵ Berikut perkembangan jumlah akad pembiayaan dari tahun ke tahun.

Tabel 1.1 Perkembangan jumlah akad pembiayaan tahun 2021-2023

Akad/Jenis pembiayaan	Tahun		
	2021	2022	2023
Musarakah	249	265	316
Murabahah	3	3	2
Ijarah	132	147	126
Mudharabah	9	7	16

Sumber: Wawancara dengan Manager BMT Muamalat Mulia Kudus

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa pada tahun 2021-2023 pembiayaan yang banyak dilakukan oleh nasabah adalah pembiayaan musarakah dengan total jumlah akad sebesar 830 akad. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan masyarakat akan kebutuhan modal juga meningkat. Masyarakat menyadari akan pentingnya keberadaan BMT Muamalat Mulia dalam meningkatkan ekonomi baik untuk menyimpan atau melakukan pembiayaan.

⁵ Laporan Pertanggungjawaban Pengurus Kspps Bmt Muamalat Mulia Kudus Tahun 2020.

Besarnya minat masyarakat terhadap pembiayaan musyarakah, sejalan dengan perkembangan ekonomi saat ini. Tingginya angka pertumbuhan perekonomian tentu saja diikuti pula dengan tingginya kebutuhan akan sumber daya manusia, disinilah BMT Muamalat Mulia berperan sebagai lembaga keuangan nonbank yang memberikan pembiayaan berupa bantuan modal kerja bagi mereka yang memang sudah mempunyai usaha. Berdasarkan minat masyarakat terhadap pembiayaan musyarakah itulah peneliti juga ingin melihat apakah peningkatan minat masyarakat tersebut akan berdampak terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Muamalat Mulia.

Pembiayaan musyarakah adalah memberikan pembiayaan untuk modal usaha dan peminjam diwajibkan mengangsur pokok pembiayaan secara berkala dengan memberikan bagi hasil kepada BMT yang besarnya disesuaikan dengan nisbah bagi hasil yang disepakati dari keuntungan yang didapat dan ini berarti bagi hasil yang diterima BMT tergantung pada besarnya hasil yang di peroleh peminjam. Pembiayaan musyarakah pada BMT Muamalat Mulia adalah berupa bantuan modal kerja, di mana kedua belah pihak bersama-sama menanamkan modal dengan porsi yang berbeda yang mana nasabah bertindak sebagai pengelola usaha dan BMT sebagai mitra.⁶

Berdasarkan pada tabel 1.1 di atas tentang perkembangan akad pembiayaan dari tahun 2021-20223, menunjukkan jumlah akad pembiayaan musyarakah lebih tinggi dibandingkan akad pembiayaan lainnya. Maka dapat diartikan bahwa produk pembiayaan musyarakah dapat perhatian lebih banyak dari masyarakat, tiap tahunnya mengalami pertumbuhan jumlah nasabah. Berawal dari kondisi tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk menelaah lebih lanjut, meneliti faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk pembiayaan Musyarakah di BMT Muamalat Mulia Kudus.

Upaya pengembangan bank syariah, termasuk BMT tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundangundangan, tetapi juga harus berorientasi

⁶ Laporan Pertanggungjawaban Pengurus Kspps Bmt Muamalat Mulia Kudus Tahun 2020

kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan dalam rangka meningkatkan sosialisasi dan pemahaman masyarakat tersebut. Besarnya jumlah penduduk muslim dan jaringan kantor bank syariah yang tersebar di hampir semua kota di Indonesia seharusnya sejalan dengan banyaknya jumlah masyarakat yang menggunakan bank syariah. Namun, pada kenyataannya, perbankan syariah hanya memiliki 5,3% dari total pangsa pasar perbankan nasional.⁷

Hal tersebut terjadi antara lain karena masih terbatasnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia. Selain itu, karena masih kuatnya persepsi masyarakat yang sudah terbangun sejak lama terhadap bank konvensional, sehingga tidak mudah untuk diarahkan kepada hanya perbankan yang beroperasi secara syariah. Dengan melihat semakin ketatnya persaingan dunia bisnis jasa, maka bank syariah harus benar-benar mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut. Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan kinerja operasionalnya, bank syariah harus memperhatikan perilaku nasabahnya yang mencerminkan mengapa seorang pribadi melakukan pembelian jasa dan bagaimana pribadi tersebut memilih dan membeli produk tersebut.⁸

Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dan dipertahankan oleh perusahaan dalam memenangkan persaingan. Diantaranya yaitu faktor lokasi. Menurut Lupiyoadi, lokasi merupakan keputusan perusahaan mengenai dimana lokasi usaha dan karyawannya berada. Lokasi yang tepat berdampak besar pada jumlah nasabah bank dan lembaga keuangan lainnya. Misalnya, lokasi yang mudah dijangkau mendorong pelanggan untuk berkunjung dan bertransaksi.⁹ Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mulyani, ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan

⁷ Suhendi, *Hendi, Fiqh Muamalah* (Jakarta: Grafindo Persada, 2000), 105.

⁸ Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 83.

⁹ Mulyani, W. S, Pengaruh Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus: Masyarakat Kenagarian Biaro Gadang Kecamatan Iv Angkek Kabupaten Agam). Skripsi: Iain Bukittinggi, Bukittinggi (2020): 15.

dari lokasi terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah.¹⁰

Kemudian tidak kalah pentingnya adalah promosi. Promosi penting dilakukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai keberadaan berbagai produk pembiayaan serta apa saja kelebihan dari berbagai produk tersebut. promosi adalah fungsi pemberitahuan, pembujukan dan pengimbasan keputusan pembelian konsumen. Dalam promosi terjadi proses penyajian pesan-pesan yang ditujukan untuk membangun penjualan barang dan jasa.¹¹ Seperti penelitian yang dilakukan oleh Afnela Mutia Rahmi, menemukan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk musyarakah.¹²

Selain lokasi dan promosi, yang tidak kalah pentingnya juga adalah prinsip syariah. Agama islam memiliki dasar yang mengatur semua kehidupan manusia secara komprehensif dan universal, baik itu dalam hubungan vertikal dengan sang pencipta maupun hubungan secara horizontal sesama manusia. Prinsip syariah merupakan dasar yang harus diikuti oleh umat muslim disetiap aspek kehidupannya. Ada tiga nilai ajaran Islam yang menjelaskan prinsip syariah yaitu aqidah, syariah dan akhlak. Ketiga nilai tersebut kemudian menjadi inti ajaran Islam yang dijabarkan menjadi nilai ajaran dalam operasional perbankan syariah maupun lembaga keuangan syariah lainnya, yaitu tidak maisir (tidak mengandung perjudian), tidak gharar (harus jelas), tidak riba, dan pasti halal.¹³ Laila Maghfirah dan Ridwan Nurdi dalam penelitiannya menemukan bahwa alasan/prinsip syariah berpengaruh signifikan terhadap

¹⁰Mulyani, W. S, Pengaruh Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus: Masyarakat Kenagarian Biaro Gadang Kecamatan Iv Angkek Kabupaten Agam): 75.

¹¹Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 56.

¹²Afnela Mutia Rahmi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Produk Pembiayaan Musyarakah Pada Pt Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan, Skripsi: Uin Ar-Raniry (2022): 90.

¹³Alamatus Saadah, "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Prinsip Syariah Islam Terhadap Minat Memilih Bank Syariah," *At-Tamwil*, Vol. 2 No. 1 (2023): 60.

keputusan dalam memilih produk pembiayaan. Nasabah berpendapat alasan memilih adalah untuk menghindari riba.¹⁴

Penelitian lain seperti penelitian Alfikaromah dan Nurhidayati, menemukan bahwa pengetahuan produk dan kebutuhan, serta promosi, mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk Murabahah Mikro di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo.¹⁵ Sementara itu, Suparyanti dan Ekawati meneliti dampak bauran pemasaran dan prinsip syariah terhadap keputusan pembelian rumah melalui pembiayaan syariah di Bank BTN Syariah, dan menemukan bahwa kedua faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan.¹⁶

Namun, terdapat beberapa gap penelitian yang perlu diperhatikan. Pertama, banyak penelitian yang ada berfokus pada faktor-faktor individual seperti promosi atau kualitas layanan, tetapi kurang memperhatikan interaksi antara faktor-faktor ini dan bagaimana mereka mempengaruhi keputusan nasabah secara holistik. Kedua, sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan cross-sectional, oleh karena itu, diperlukan studi longitudinal untuk mengamati perubahan perilaku nasabah dan pengambilan keputusan dari waktu ke waktu, terutama dalam menanggapi perubahan ekonomi atau regulasi perbankan. Ketiga, pengaruh faktor lokasi dalam konteks pembiayaan dalam konsep prinsip syariah belum banyak dieksplorasi, padahal lokasi bisa menjadi faktor penting dalam keputusan nasabah, terutama dalam aksesibilitas dan kedekatan geografis dengan lembaga keuangan.

Selain itu, ada kebutuhan untuk mengeksplorasi lebih dalam pengaruh prinsip-prinsip syariah terhadap keputusan

¹⁴Laila Maghfirah, Ridwan Nurdi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Rahn Pada Pegadaian Syariah," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, Vol.1 No.1 (2019): 109.

(Studi Kasus Pada Kantor Pusat Pegadaian Syariah Kota Banda Aceh)

¹⁵Alfikaromah, L., & Nurhidayati, M. "Pengaruh Pengetahuan Produk, Kebutuhan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro Di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo." *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*. Vol. 2 No. 1 (2023): 12.

¹⁶Suparyanti, S., & Ekawati, C. "Influences And Antecedents That Influence Home Purchase Decisions Through Sharia Mortgage Financing (Study On KCP BTN Syariah Kalimas Bekasi Branch Customers)". *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*. Vol. 2 NO. 4 (2023): 4.

nasabah, terutama dalam konteks bagaimana nasabah memandang kepatuhan syariah dan bagaimana hal ini mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap produk pembiayaan syariah. Penelitian juga perlu mempertimbangkan dampak pemasaran digital dan layanan perbankan online yang semakin meningkat, serta bagaimana faktor-faktor ini dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan Musyarakah.

Dengan demikian, meskipun telah ada banyak penelitian yang membahas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan syariah, terdapat gap yang signifikan dalam analisis interaksi antara berbagai faktor, studi longitudinal, pengaruh lokasi, dan pemahaman lebih mendalam tentang prinsip-prinsip syariah. Mengatasi gap-gap ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang perilaku nasabah dan meningkatkan strategi pemasaran dan layanan lembaga keuangan syariah.

Berdasarkan pertumbuhan nasabah dalam memilih musyarakah sebagai produk pembiayaan di BMT Muamalat Mulia yang selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, dan berbagai variabel yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk musyarakah, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut, untuk menguji seberapa jauh dan besar pengaruh yang bisa ditimbulkan faktor lokasi, promosi dan prinsip syariah dalam mempengaruhi keputusan nasabah. Penelitian ini berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah (Study Kasus pada Bmt Muamalat Mulia, Kudus)”**.

B. Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk membatasi masalah pada pokok permasalahan penelitian saja, sehingga masalah-masalah dalam penelitian ini dapat dipahami dan dimengerti dengan mudah dan baik.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh faktor lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Muamalat Mulia Kudus

2. Pengaruh faktor Promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Muamalat Mulia Kudus
3. Pengaruh faktor prinsip syariah terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Muamalat Mulia Kudus

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor Lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Muamalat Mulia Kudus?
2. Apakah faktor Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Muamalat Mulia Kudus?
3. Apakah faktor Prinsip Syari'ah berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Muamalat Mulia Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Agar peneliti dapat memperoleh hasil yang baik, maka akan merumuskan tujuan yang hendak peneliti capai. Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Muamalat Mulia Kudus?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor Promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Muamalat Mulia Kudus?
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor Prinsip syari'ah terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Muamalat Mulia Kudus?

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sumber pemikiran dalam ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu perbankan mengenai produk-produk yang ada dalam lembaga keuangan syaria'ah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas cakrawala wawasan pengetahuan bagi perkembangan wacana perbankan yang berkaitan dengan keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan yang ada dalam lembaga keuangan syaria'ah

F. Sistematika Penulisan

Adapun garis besar sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi uraian latar belakang masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Landasan teori menerangkan mengenai Deskripsi teori, Penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi mengenai jenis dan pendekatan, *setting* penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV

Berisi gambaran hasil penelitian. Gambaran umum merupakan kajian informasi mengenai objek penelitian. Hasil penelitian merupakan penjelasan penjelasan penyajian data hasil penelitian yang sudah diolah yang disajikan dalam bentuk table atau grafik. Penyajian data ini disertai dengan penjelasan sejarah deskriptif, sehingga dapat memperjelas sajian table atau grafik tersebut.

BAB V

Berisi simpulan dan saran-saran