

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi dalam sebuah negara merupakan kegiatan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang dilakukan secara terus menerus dalam waktu yang panjang. Indonesia sebagai negara berkembang yang memiliki berbagai permasalahan didalamnya membuat pemerintah harus cerdas dalam menyelesaikan berbagai macam permasalahan tersebut. Di antara upaya untuk menstabilkan perekonomian patutlah dikembangkannya sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM di Indonesia tumbuh pesat dan menjadi salah satu kekuatan penyangga pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan, kemampuan ini ditopang oleh fleksibilitas UMKM dalam mengatur strategi menghadapi tantangan global. Data Badan Pusat Statistika (BPS) memberikan penjelasan tentang peningkatan jumlah UMKM bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja.¹ UMKM mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut:
 - a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau

¹Andjar Prasetyo, *UKM Kelayakan Usaha Dan Pengukuran Kinerja*, (Jakarta: Indocamp, 2016), 3.

badan usaha, yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan, yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah)
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan dengan kriteria sebagai berikut:
- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah)

Badan Pusat Statistika (BPS) menggolongkan menjadi empat berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Pertama adalah industri rumah tangga apabila memiliki tenaga kerja antara 1 sampai 4 orang. Kedua adalah industri kecil dengan jumlah tenaga kerja antara 5 sampai dengan 9 orang. Ketiga adalah industri sedang atau menengah apabila memiliki tenaga kerja antara 10 hingga 99 orang. Terakhir adalah industri usaha besar apabila memiliki jumlah tenaga

kerja lebih dari 100 orang.² Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang selanjutnya disebut UMKM adalah suatu bentuk usaha yang biasanya bergerak dalam ruang lingkup kegiatan perdagangan yang memiliki ciri atau karakteristik berbeda-beda.³

Pengembangan UMKM sangat perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UMKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil dan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya. Di prediksi jika tahun 2020, impian para pemimpin ASEAN yang tertuang dalam Bali Concord II akan terwujud. Peredaran produk-produk barang dan jasa tidak lagi dibatasi oleh negara.⁴

Pertumbuhan suatu UMKM meskipun berbeda-beda tergantung pada kawasan di Indonesia dan Asia Tenggara secara umum, faktor utama yang mendorong pertumbuhan adalah pertumbuhan jumlah mitra, modal ventura, dan dukungan pemerintah. Walau demikian, faktor orientasi ekspor merupakan satu-satunya faktor universal yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM baik di Amerika Latin, Eropa Mediterania maupun di Asia Tenggara.⁵ UMKM memiliki proporsi sebesar 99.99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia, menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 60%. PDB tersebut merupakan akumulasi dari berbagai sektor ekonomi UMKM, diantaranya:⁶

²Rachmawan Budiarto, dkk, *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis cet. 1*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press), 2-3.

³Kurnia Cahya Lestari dan Arni Muarifah, *Sistem Informasi Akuntansi Beserta Contoh Penerapan Aplikasi SIA Sederhana Dalam UMKM cet. 1*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2020), 40.

⁴Thamrin Abduh, *Strategi Internasionalisasi UMKM cet. 1*, (Makassar: CV. Sah Media, 2017), 14.

⁵Thamrin Abduh, *Strategi Internasionalisasi UMKM cet. 1*, 20.

⁶Bank Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM)*, (Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, 2015), 22-23.

1. Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan (48.85%)
2. Perdagangan, Hotel dan Restoran (28.83%)
3. Pengangkutan dan Komunikasi (6.88%)
4. Industri Pengolahan (6.41%)
5. Jasa-jasa (4.52%)
6. Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan (2.37%)
7. Bangunan (1.57%)
8. Pertambangan dan Penggalian (0.53%)
9. Listrik, Gas dan Air Bersih (0.03%)

Angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia masih sangat besar. Jumlah penduduk miskin hingga Maret 2020 terhitung ada 26,42 juta orang. Di bandingkan September 2019, jumlah penduduk miskin meningkat 1,63 juta orang, sementara jika dibandingkan dengan Maret 2019, jumlah penduduk miskin meningkat sebanyak 1,28 juta orang.⁷ Program sinergis dan komprehensif dibutuhkan untuk mengatasi hal tersebut. Dengan demikian, sektor usaha kecil dan menengah bisa lebih diharapkan untuk mengatasi salah satu masalah utama di negeri ini, yakni masalah kemiskinan dan pengangguran. Oleh karena itu, pengurangan pengangguran membutuhkan perubahan paradigma yang tidak bisa pada skala usaha besar (pasar modal), tetapi memberikan kesempatan lebih banyak pada unit usaha ekonomi rakyat, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah.

Hampir semua pelaku UMKM memiliki problematika yang relatif sama dalam usahanya, tetapi alam derajat yang berbeda. Kelompok usaha menengah sesungguhnya telah dapat berjalan dengan baik. Kelompok usaha menengah telah memiliki akses keuangan yang cukup, begitu juga dengan usaha kecil, sedangkan untuk usaha kelompok mikro, akses mereka terhadap lembaga layanan keuangan sangatlah terbatas atau bahkan tidak memiliki akses sama sekali. Padahal, pada lapis mikro inilah kelompok usaha secara mayoritas berada dalam kelompok dataran informal yang dengan sendirinya sangat labil kontinuitas bisnisnya. Termasuk di dalam kelompok ini adalah para petani, nelayan,

⁷*Presentase Penduduk Miskin Maret 2020*, 2. Di akses pada hari Jum'at, 23 Oktober 2020, pukul 20.20 WIB. <https://bps.go.id/-pdf>.

peternak, pedagang kaki lima, serta pengusaha rumahan. Semua aktivitas mereka biasanya menjadi tumpuan hidup keluarga.

Meskipun sektor UMKM telah ada sejak era prakolonial dan terus berkembang hingga saat ini, bahkan terbukti menjadi katup pengaman Indonesia mengalami krisis ekonomi, tetapi sektor ini belum mampu menjadi sektor yang mandiri dan menjadi tumpuan perekonomian nasional. Perkembangan UMKM di Indonesia dihambat oleh berbagai permasalahan. Berbagai masalah pokok yang dihadapi sektor UMKM tergolongkon menjadi masalah internal, masalah eksternal dan struktural.⁸ Permasalahan-permasalahan baik masalah internal, masalah eksternal dan masalah struktural, merupakan persoalan-persoalan yang timbul dari dalam UMKM itu sendiri sifatnya menghambat perkembangan usaha. Diantara ketiga permasalahan tersebut, masalah internal terfokus pada rendahnya kualitas sumber daya manusia, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, kurangnya permodalan, masalah teknologi, serta masalah organisasi dan manajemen.⁹

Permasalahan permodalan merupakan salah satu faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Pada umumnya, UMKM merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari pemilik yang jumlahnya sangat terbatas. Sementara itu, secara umum dijumpai kondisi rendahnya kemampuan UMKM untuk memberikan agunan, baik karena terbatasnya kepemilikan aset berharga maupun kurangnya legalitas aset yang dimiliki oleh UMKM. Lebih jauh, perkembangan dari aspek modal dan aspek aset sangat rendah karena rendahnya *saving* akibat kecilnya laba bersih yang diperoleh. Keterbatasan dalam hal permodalan tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap proses produksi yang dilakukan oleh UMKM. Ketika mengerjakan barang-barang pesanan atau melaksanakan suatu proyek, biasanya kebutuhan

⁸Rachmawan Budiarto, dkk, *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis cet.1*, 4.

⁹Rachmawan Budiarto, dkk, *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis cet.1*, 25-26.

modal untuk membeli bahan baku dan bahan penunjang lainnya akan terbantu dengan adanya uang muka yang diperoleh oleh pemesan atau pemberi proyek. Akan tetapi apabila mengerjakan bahan untuk stok, pemenuhan kebutuhan bahan dan upah tenaga kerja harus disediakan sendiri dengan modal yang seadanya.

Permasalahan permodalan ini seolah menjadi permasalahan klasik. Selama ini, aksesibilitas pelaku UMKM terhadap sumber-sumber permodalan dari lembaga perbankan dikatan rendah. Meskipun banyak skim kredit khusus bagi pengusaha kecil, banyak pelaku UMKM yang tidak pernah mendapatkan kredit dari bank atau lembaga-lembaga keuangan lainnya. Alasannya bermacam-macam, ada yang tidak pernah dengar atau menyadari adanya skim-skim khusus tersebut, ada yang pernah mencoba tetapi ditolak karena usahanya dianggap tidak layak untuk didanai, mengundurkan diri karena rumitnya prosedur administrasi, tidak bisa memenuhi persyaratan termasuk penyediaan jaminan, atau ada banyak pengusaha kecil yang dari awal memang tidak berkeinginan meminjam dari lembaga-lembaga keuangan formal.

Persebaran UMKM yang banyak terdapat di desa, kualitas sumber daya manusia yang rendah dan akses informasi yang serba sulit menyebabkan UMKM jauh dengan dana peminjaman tersebut. Pengusaha UMKM banyak menggunakan tabungan atau simpanan pribadi atau modal pinjaman dari anggota lain. Keenganan pengusaha UMKM untuk memanfaatkan pinjaman tersebut dimungkinkan karena mereka sama sekali untuk tidak tahu tentang dana pinjaman atau ada yang mengetahui dan sempat mengajukan akan tetapi prosedur peminjamannya berbelit. Selain itu sering kali ada persyaratan administrasi. Pada kondisi ekstern, ada pengusaha UMKM yang tahu dan memenuhi syarat, tetapi enggan berurusan dengan lembaga-lembaga keuangan formal.¹⁰

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan lembaga ekonomi yang keberadaannya telah diterima oleh masyarakat

¹⁰Rachmawan Budiarto, dkk, *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis cet. 1*, 31-32.

terutama masyarakat para pelaku UMKM. Namun, secara yuridis belum mendapat perhatian yang semestinya sehingga para praktisi atau pengurus BMT merasakan ketiadaan regulasi BMT merupakan salah satu faktor penghambat perkembangan BMT. Sejak sepuluh tahun terakhir ini, terdapat lebih dari 54.765 lembaga keuangan mikro yang *concern* dalam pengentasan kemiskinan atau penguatan ekonomi rakyat dan terdapat lebih dari 3.000 lembaga keuangan mikro yang bekerja berdasarkan prinsip syariah (LKMS). Simpanan dana yang berkembang di LKM sampai tahun 2002 sebesar Rp. 29.002 miliar, sedangkan simpanan aset LKMS (BMT) sebesar Rp. 209 miliar (0.72%). Kenyataan menunjukkan bahwa dalam krisis ekonomi, Koperasi Simpan Pinjam (KSP) dan Usaha Simpan Pinjam (USP) pola syariah memiliki daya tahan yang relatif lebih kuat.¹¹

Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menkop dan UKM), Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga, menyatakan pertumbuhan BMT cukup signifikan. Berdasarkan data Perhimpunan BMT (PBMT), terdapat 4.500 BMT tersebar di Indonesia di tahun 2015 yang melayani 3,7 juta orang dengan aset sekitar Rp. 16 triliun yang dikelola sekitar 20 ribu orang. Data di Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan jumlah unit usaha koperasi di Indonesia mencapai 150.223 unit usaha, dimana terdapat 1,5% koperasi yang berbadan hukum Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS), yang sekarang di ubah menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS).¹²

Hubungan BMT dengan perbankan syariah adalah perbankan syariah berpeluang menjalin kemitraan dan menjalankan fungsi intermediasinya. Bank membutuhkan suatu lembaga yang dapat menjadi perantara antara perbankan dengan UMKM atau masyarakat kecil, begitu juga dengan BMT yang berusaha untuk melayani anggotanya dengan melakukan upaya peningkatan pembiayaan agar semakin

¹¹Neni Sri Imaniyati, *Aspek-Aspek Hukum BMT (Baitul Maal wat Tamwil) cet. 1*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, 2010), 5-7.

¹²Erisa Ardika Prasada, *Figur Hukum Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Sebagai Lembaga Ekonomi Kerakyatan cet. 1*, (Purwokerto: CV. Pena Persada, 2020), 25-26.

banyak anggota yang dapat memperoleh pembiayaan, namun meningkatnya modal yang diperoleh dari bank harus memperhatikan profitabilitas atau kemampuan BMT dalam menghasilkan laba, mengingat BMT adalah lembaga keuangan mikro yang mandiri atau nonsubsidi, sehingga laba merupakan komponen penting untuk melanjutkan program pembiayaan bagi usaha mikro. Konsekuensi dari penambahan modal BMT yang diperoleh dari bank adalah meningkatnya biaya untuk memberikan bagi hasil dan juga membayar angsuran pada bank. Meningkatnya biaya membawa dampak pada menurunnya profitabilitas, karena peningkatan biaya (*marginal cost*) lebih cepat dari peningkatan penerimaan (*marginal revenue*).

Sumber dana dari BMT sendiri diantaranya adalah Simpanan Sukarela, Investasi Pihak Lain, Dana ZIS (Zakat, Infaq, Sedekah) dan Modal. Simpanan Sukarela terdiri dari Simpanan *Wadi'ah* dan Simpanan Berjangka (*Mudharabah*), sedangkan Investasi Pihak Lain berupa Investasi Terikat dan Investasi Tidak Terikat, kemudian Modal di dapat dari Simpanan Pokok dan Wajib, Dana Hibah, dan Laba atau Rugi SHU Berjalan. Produk-produk BMT yang di tawarkan diantaranya ada Jasa, Jual Beli dan Investasi Pembiayaan.¹³

1. Jasa - Jasa
 - a. *Wakalah*
 - b. *Kafalah*
 - c. *Hiwalah*
 - d. *Ijarah*
2. Jual Beli
 - a. *Murabahah*
 - b. *Salam*
 - c. *Istihna*
 - d. *Musawamah*
3. Investasi Pembiayaan
 - a. *Mudharabah*
 - b. *Musyarakah*

Produk *Murabahah* adalah suatu perjanjian jual beli kredit atau tunai yang menggunakan akad *Murabahah*. Pada

¹³Erisa Ardika Prasada, *Figur Hukum Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Sebagai Lembaga Ekonomi Kerakyatan cet. 1*, 66-67.

praktiknya, nasabah yang mengambil produk *Murabahah* sangat mendominasi di dalam transaksi koperasi syariah. Menurut buku "Standar Produk Perbankan Syariah - *Murabahah*" yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa porsi pembiayaan yang menggunakan akad *Murabahah* pada tahun 2016 telah berkontribusi sebesar 58% dari total pembiayaan perbankan syariah di Indonesia. Koperasi syariah memiliki potensi yang bagus dalam mengelola produk yang menggunakan akad *Murabahah*. Hal tersebut dikarenakan oleh keterjangkauan koperasi syariah yang mampu masuk kedalam setiap elemen masyarakat, yaitu masyarakat kalangan kelas atas, kelas menengah hingga bawah. Kebutuhan yang semakin banyak dan pemasukan yang terbatas membuat timbulnya permasalahan pada lingkungan masyarakat. Hal demikian yang membuat koperasi syariah memfasilitasi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya melalui produk akad *Murabahah*.

Penggunaan akad *Murabahah* dalam koperasi syariah atau BMT adalah jual beli *Murabahah*. Jual beli *Murabahah* adalah transaksi jual beli secara tunai maupun angsuran yang menggunakan akad *Murabahah*. Pada transaksi jual beli *Murabahah*, penjual wajib melaporkan harga pokok pembelian dan keuntungan kepada nasabah (pembeli). Hal ini yang membedakan dengan transaksi jual beli biasa. Pelaporan harga pokok pembelian dan keuntungan kepada nasabah bertujuan untuk menimbulkan kerelaan diantara kedua pihak yang terkait. Disamping itu, beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh koperasi syariah adalah barang dagang harus dimiliki terlebih dahulu sebelum dijual. Barang dagang yang belum menjadi milik koperasi syariah tidak boleh dijual atas nama koperasi syariah. Apabila hal tersebut tetap dilakukan maka perjanjian jual beli *Murabahah* tidak sah.¹⁴

Tabel dibawah ini memperlihatkan pertumbuhan pembiayaan yang terjadi pada Bank Umum Syariah di

¹⁴Shochrul Rohmatul Ajija, dkk, *Koperasi BMT: Teori, Aplikasi Dan Inovasi cet. 2*, (Karanganyar: CV. Inti Media Komunika, 2020), 92-93.

Indonesia mulai akhir tahun 2016 sampai Januari tahun 2020.¹⁵

Tabel 1.1
Pertumbuhan Pembiayaan Pada Bank Umum Syariah
2016 - Januari 2020

Akad	2016	2017	2018	2019	2020
<i>Mudharabah</i>	35.948	28.171	19.638	14.803	14.441
<i>Musyarakah</i>	61.351	67.754	81.988	112.746	114.397
<i>Murabahah</i>	4.096.499	4.693.889	4.519.794	4.896.871	4.900.367
<i>Qardh</i>	282.253	585.885	672.264	730.480	738.891
<i>Ishtishna'</i>	4.153	5.065	6.217	7.445	7.467
<i>Ijarah</i>	35.766	21.360	43.935	43.871	39.858

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Kudus yang merupakan potensi unggulan sudah mengantongi sertifikat ijin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) hingga kini mencapai 887 pelaku usaha. Sementara UMKM yang bertajuk Industri Koperasi, dan rumahan diperkirakan mencapai 12.000 UMKM yang tersebar di sembilan Kecamatan.¹⁶ Kecamatan Kota memiliki luas wilayah 1047.32 ha dan memiliki laju pertumbuhan sektor UMKM yang terbilang lumayan.¹⁷

¹⁵Statistik Perbankan Syari'ah Januari 2020, 71. Di akses pada hari Sabtu, 24 Oktober 2020, pukul 10.46 WIB. <https://ojk.go.id/-pdf>.

¹⁶I Baedhowi, "Jumlah UMKM Unggulan Di Kabupaten Kudus", ISKNEWS.COM, Di akses pada hari Jum'at 26 Juni 2020 pukul 07.04 WIB, www.isknews.com.

¹⁷Kabupaten Kudus, Kecamatan Kota Dalam Angka 2019, 2-3. Di akses pada hari Jum'at, 26 Juni 2020, pukul 09.32 WIB. <https://kuduskab.bps.go.id/-pdf>.

Banyaknya seluruh perusahaan besar atau menengah atau kecil di Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus, pada tahun 2019 adalah:¹⁸

Tabel 1.2
UMKM di Kecamatan Kota Kabupaten Kudus

No.	Kecamatan	Besar	Menengah	Kecil	Jumlah
1.	Kota	15	31	1877	1923

Sumber: Dinas Tenaga Kerja Perindustrian dan Koperasi UKM Kudus

Salah satu BMT terpercaya di Kota Kudus yakni BMT Mitra Muamalat yang telah berdiri sejak 4 Juli 1999. BMT Mitra Muamalat memiliki keunggulan sebagai lembaga keuangan (koperasi syari'ah) yang dipercaya masyarakat untuk menyimpan dana, mampu memberi edukasi masyarakat agar giat menabung dan merencanakan keuangan. BMT Mitra Muamalat terus mendorong sektor usaha mikro, kecil dan menengah untuk berkembang. Lokasi kantor pusat yang berada di Kecamatan Kota dan beberapa kantor cabang menyebar di Kecamatan Gebog, Kecamatan Kaliwungu, Kecamatan Jekulo dan Kecamatan Undaan, memudahkan para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah untuk mendapatkan akses pembiayaan bagi usahanya.¹⁹ Produk *Murabahah* di BMT Mitra Muamalat memiliki keunggulan yaitu bila mitra mengajukan pembiayaan *Murabahah* di BMT Mitra Muamalat, maka pihak BMT hanya sebagai pemberi modal dan bukan perantara. Hal ini lebih memudahkan para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dalam akses pembiayaan dan membeli barang modal untuk berwirausaha sesuai yang diinginkan.²⁰

¹⁸Fachri, Rofiq, *Dinas Tenaga Kerja Perindustrian dan Koperasi UKM Kudus*. Wawancara oleh peneliti dengan Kabid Koperasi dan UKM pada hari Jum'at 4 September 2020, pukul 07.49 WIB.

¹⁹Ali Musthofa, "*BMT Mitra Muamalat Kudus Jadi Penggerak Ekonomi Umat*", Radar Kudus, Di akses pada hari Sabtu 24 Oktober 2020 pukul 15.14 WIB, www.radarkudus.com.

²⁰Arif Subekan, *BMT Mitra Muamalat Kantor Pusat*. Wawancara oleh peneliti dengan Manajer Kantor Pusat Kota Kudus, pada hari Senin 26 Oktober 2020, pukul 08.29 WIB.

Berdasarkan data fenomena yang peneliti jabarkan diatas, peneliti ingin melakukan sebuah penelitian ilmiah yang berkaitan langsung dengan para pengusaha UMKM yang memilih menggunakan pembiayaan *Murabahah* di BMT Kota Kudus yakni BMT Mitra Muamalat. Maka peneliti memilih menggunakan variabel faktor pribadi, kualitas layanan dan *word of mouth* sebagai variabel yang akan di ukur. Peneliti memiliki ketertarikan untuk mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh Faktor Pribadi, Kualitas Layanan dan Word Of Mouth Terhadap Perilaku Pengusaha UMKM Yang Menggunakan Produk *Murabahah* Di BMT Kota Kudus”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat di susun dan akan di bahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pengusaha mikro, kecil dan menengah dalam menggunakan produk *Murabahah* di BMT Kota Kudus?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pengusaha mikro, kecil dan menengah dalam menggunakan produk *Murabahah* di BMT Kota Kudus?
3. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pengusaha mikro, kecil dan menengah dalam menggunakan produk *Murabahah* di BMT Kota Kudus?
4. Apakah faktor pribadi, kualitas layanan dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pengusaha mikro, kecil dan menengah dalam menggunakan produk *Murabahah* di BMT Kota Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan signifikansi faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pengusaha mikro, kecil dan menengah dalam menggunakan produk *Murabahah* di BMT Kota Kudus.

2. Untuk menjelaskan signifikansi kualitas layanan yang mempengaruhi keputusan pengusaha mikro, kecil dan menengah dalam menggunakan produk *Murabahah* di BMT Kota Kudus.
3. Untuk menjelaskan signifikansi *word of mouth* yang mempengaruhi keputusan pengusaha mikro, kecil dan menengah dalam menggunakan produk *Murabahah* di BMT Kota Kudus.
4. Untuk menjelaskan faktor pribadi, kualitas layanan dan *word of mouth* yang mempengaruhi keputusan pengusaha mikro, kecil dan menengah dalam menggunakan produk *Murabahah* di BMT Kota Kudus?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi BMT, diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna untuk pengembangan operasional BMT dengan melihat karakteristik perilaku mitra.
2. Bagi akademisi, memberikan kontribusi keilmuan kepada semua aktifitas akademik dan bahan referensi apabila ditemukan masalah yang sama terutama dalam bidang lembaga keuangan syariah di BMT.
3. Bagi penulis, diharapkan dapat memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai persepsi pengusaha kecil dan menengah menggunakan dimensi faktor pribadi, kualitas layanan dan *word of mouth* yang berpengaruh terhadap keputusan memilih produk pembiayaan *Murabahah* di BMT.
4. Bagi pihak lain, berguna sebagai bahan pertimbangan dan sumber informasi bagi penelitian-penelitian lain yang berkaitan dengan penelitian ini.