

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Lembaga keuangan syariah adalah sebuah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai organisasi perantara antara masyarakat yang memiliki dana dan masyarakat yang membutuhkan dana yang dalam melakukan aktivitasnya harus sesuai dengan prinsip islam. Lembaga keuangan syariah juga bekerja sebagai organisasi mediator yaitu mengumpulkan dana dari masyarakat yang membutuhkannya melalui fasilitas pembiayaan untuk memenuhi harapan masyarakat untuk kenyamanan sehari-hari.

Lembaga keuangan syariah berkembang pesat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya lembaga keuangan syariah yang didirikan di Indonesia. Tidak hanya di kota-kota besar, kini lembaga keuangan syariah telah muncul di sebuah desa-desa. Meningkatnya kebutuhan akan modal kerja mengharuskan lembaga keuangan syariah memiliki cara untuk menangani masalah ini. Salah satu upaya lembaga keuangan syariah adalah menyalurkan dana. Pembiayaan adalah salah satu faktor penting dalam mempertahankan bisnis, baik itu usaha untuk perorangan, industri rumahan atau suatu perusahaan besar yang telah ada cukup lama.

Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang standar operasionalnya berdasarkan pada nilai-nilai syariah dan harus dibebaskan dari riba, karena tujuan dari pendirian lembaga keuangan syariah yaitu untuk menjalankan perintah Allah SWT di bidang uang atau keuangan dan melayani masyarakat dalam kegiatan ekonomi modern yang berprinsip pada bagi hasil. Riba atau *ziyadah* adalah tambahan yang dibutuhkan untuk kewajiban pertama. Menurut istilah, riba adalah pengambilan tambahan dari harta atau modal yang penting dalam suatu bathil.<sup>1</sup> Sejak zaman Nabi Muhammad SAW kegiatan transaksi sangat dilarang dan telah diperintahkan dalam Islam. Riba adalah pertukaran yang mengandung komponen paksaan terhadap peminjam

---

<sup>1</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 37.

(orang yang berhutang). Riba adalah tambahan yang telah ditentukan sebelumnya berupa penundaan angsuran kewajiban.<sup>2</sup>

Selain digunakan di lembaga keuangan yang besar seperti bank, sistem syariah juga digunakan oleh KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) atau BMT (Baitul Maal wa Tamwil). BMT merupakan kependekan dari Usaha Badan Mandiri Terpadu atau lembaga keuangan mikro (LKM) yang berkerja berdasarkan prinsip syariah.<sup>3</sup> *Baitul Maal wat tamwil* adalah lembaga keuangan syariah non bank yang terletak di seluruh wilayah setempat. BMT disebut sebagai lembaga ekonomi masyarakat yang mempunyai tujuan untuk menciptakan usaha yang berguna dan investasi untuk lebih mengembangkan kegiatan usaha tersebut dengan prinsip syariah. BMT (*Baitul Maal wa tamwil*) juga mempunyai peran sebagai lembaga sosial. *Baitul Maal wat tanwil* terbagi menjadi 2 kata yaitu *Baitul maal* yang mengandung arti lembaga sosial (yang memiliki Dana Zakat, Infaq, Shodaqoh) dan *Baitul Tamwil* yang mengandung arti lembaga bisnis. BMT merupakan lembaga bisnis yang lebih mengembangkan usahanya di bidang simpan pinjam.

Peraturan tentang BMT sendiri tertuang dalam undang-undang nomer 25 tahun 1992 tentang perkoperasian yang sesuai dengan unsur koperasi, sedangkan dalam pelaksanaannya, BMT mengikuti pada peraturan menteri koperasi dan usaha kecil menengah Nomer 16/Per/M.KUKM/IX/2015 tentang kegiatan simpan pinjam dan pembiayaan syariah yang dijalankan oleh koperasi. Undang-undang inilah yang menjadi dasar hukum berdirinya BMT.<sup>4</sup>

Produk lembaga keuangan perbankan syariah diantaranya merupakan pembiayaan. Pembiayaan adalah kegiatan untuk menyalurkan dana kepada pihak anggota yang membutuhkan dana. Pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan untuk mendukung usaha yang diatur, baik tanpa

---

<sup>2</sup> Abdul Basith Junaidy, *Asas Hukum Ekonomi & Bisnis Islam* (Surabaya: Cahaya Intan, 2014), 129.

<sup>3</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Tamwil* (Yogyakarta: UII Press, 2004), 26.

<sup>4</sup> Nur S. Buchari, *Koperasi Syariah* (Jawa Timur: Mashun, 2009), 13.

orang lain maupun oleh orang lain. Tujuan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah untuk meningkatkan kesempatan kerja dan kesejahteraan ekonomi sesuai nilai-nilai islam. Pembiayaan tersebut harus dapat dinikmati oleh para pelaku usaha sebanyak apapun yang boleh bergerak dalam bidang industri, pertanian, dan perdagangan untuk menunjang produk dan distribusi barang-barang dan jasa-jasa untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri maupun ekspor. Memberikan pembiayaan dengan prinsip syariah yang menerapkan sistem bagi hasil yang tidak memberatkan peminjam.<sup>5</sup> Secara normatif perbankan syariah dalam sistem perbankan Indonesia telah ada mulai tahun 1992 yang dikenal sebagai bank bagi hasil. Kemudian pada saat itu dijelaskan dengan Undang-undang Nomer 10 tahun 1998 tentang perbankan, dengan menggunakan istilah *Dual Banking Sistem*. Sehingga pada tahun 2008 di sempurnakan dengan Undang-undang Nomer 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, yang memuat secara lengkap model transaksi perbankan syariah di Indonesia. Pembiayaan merupakan produk urgent pada sistem perbankan untuk menentukan pencapaian suatu lembaga, misalnya perbankan syariah. Yang menawarkan jenis bantuan terkait keuangan. Pada prinsipnya kredit dan pembiayaan adalah dua hal yang sama.<sup>6</sup>

Pembiayaan menjadi tulang punggung bagi BMT karena salah satu faktornya untuk mencari keuntungan. Penggunaan besar pembiayaan lembaga keuangan syariah BMT diharapkan bisa memberikan manfaat keuangan sekaligus untuk mendorong pelaksanaan keuangan. BMT Muamalat merupakan salah satu dari beberapa BMT yang berada di wilayah limpung. Siap untuk menciptakan dan mempertahankan bagian dari keseluruhan perusahaan dengan baik ditengah persaingan di tengen persaingan dengan

---

<sup>5</sup> Ficha Melina, "Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wat Tamwil," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* vol. 3, no. 2 (2020): 274, diakses pada 16 Januari, 2022, <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/5878>

<sup>6</sup> Hamonangan, "Analisis Penerapan Prinsip 5C dalam Penyaluran Pembiayaan pada Bank Muamalat KCU Padang Sidempuan," *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* vol.4, no. 2 (2020): 455, diakses pada 19 Desember, 2021, <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/518>

lembaga keuangan bank konvensional maupun non bank. Banyak produk yang ditawarkan oleh BMT Muamalat seperti jasa penyimpanan maupun jasa pembiayaan.

Pembiayaan adalah aktivitas terpenting yang selalu digunakan dalam lembaga keuangan syariah. Pembiayaan adalah suatu pendanaan yang diberikan untuk mendukung kegiatan ekonomi atau suatu usaha yang telah direncanakan. Pembiayaan merupakan sebuah tradisi umat Islam sejak zaman Rasulullah SAW dengan menggunakan perjanjian. Kegiatan tersebut meliputi penerimaan titipan harta, memberikan pinjaman uang untuk tujuan bisnis, dan melakukan jasa pengiriman uang. Pembiayaan adalah kegiatan pendanaan yang diberikan untuk membantu suatu kegiatan ekonomi atau suatu usaha yang direncanakan.<sup>7</sup>

Minat nasabah terhadap produk lembaga keuangan syariah, khususnya pembiayaan pada BMT dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satunya yaitu faktor produk, faktor promosi dan faktor pelayanan. Produk memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah terhadap pembiayaan. Nasabah dalam memilih untuk melakukan pembiayaan akan mempertimbangkan produk yang dimiliki oleh bank. Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh bank ke nasabah dengan sasaran untuk diperhatikan, digunakan, dan dibeli untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Strategi produk ini akan mempengaruhi strategi yang berbeda di bank. Nasabah sangat berhati-hati dalam menentukan pilihan untuk membeli produk mana yang akan dipilih dengan mempertimbangkan kesesuaian kebutuhan, keunggulan produk, pelayanan dan perbandingan harga sebelum melakukan pembiayaan.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Uswatun Chasanah, dkk, "Pengaruh Piutang Murabahah, Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah Terhadap Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah Indonesia Periode 2014-2019," *E-JRA* vol.09, no. 08 (2020): 91, diakses pada 13 Januari, 2022, <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/8484>

<sup>8</sup> Indah Nur Anisa dan Renny Oktafia, "Penerapan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Jumlah Funding dan Lending di BMT Harapan Ummat Sidoarjo," *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* vol. 4, no. 1 (2021): 115, diakses pada 13 Januari, 2022, <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/download/6597/3175/>

Selain produk, promosi juga memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah terhadap pembiayaan. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau meyakinkan dan membantu nasabah atas bank dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan setia pada produk yang ditawarkan bank kepada nasabah. Promosi merupakan salah satu cara bank untuk menarik dan mempertahankan nasabah agar tetap melakukan pembiayaan pada bank tersebut. Oleh karena itu, bank harus dapat memanfaatkan dengan baik dan benar media promosi seperti iklan pada media cetak atau elektronik, promosi lain dan lain sebagainya.<sup>9</sup>

Selain produk dan promosi selanjtnya yaitu pelayanan, pelayanan juga memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah terhadap pembiayaan. Suatu pelayanan yang baik akan mendorong seseorang untuk untuk menggunakan jasa maupun produk yang di tawarkan, pelayanan yang baik menunjukkan sesuatu yang sudah sesuai dengan keinginan dan mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Pelayanan merupakan faktor yang penting dalam sebuah industri perbankan, karena perbankan merupakan usaha yang menjual jasa yang mengutamakan *service* dan keramahan dalam melayani calon nasabah.<sup>10</sup> Sejalan dengan itu, untuk mendorong minat masyarakat hanya mengetahui dan memahami perilaku masyarakat sebagai konsumen, untuk memperoleh gambaran umum tentang lembaga serta produk seperti apa yang sebenarnya diinginkan oleh masyarakat sebagai konsumen. Perilaku konsumen reaksi respon psikologis yang kompleks yang muncul dalam bentuk perilaku/aktivitas yang khususnya bagi orang-orang yang secara langsung terlibat dalam memperoleh, menggunakan

---

<sup>9</sup> Aris Zulianto, dkk, "Implementasi Strategi Promosi di BMT Bina Insan Cendikia Sumber Rejo," *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah* vol. 1 no. 1 (2021): 3, diakses pada 13 Januari, 2022, <http://ejournal.stajattanwir.ac.id/index.php/jes/article/view/65/105>

<sup>10</sup> Akhmad Darmawan, dkk, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jareng Syariah," *Jurnal Fokus Bisnis* vol. 18, no. 1 (2019): 45, diakses pada 10 November, 2021, <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/fokbis/article/download/296/213>



produk, dan memutuskan pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk, termasuk pembelian ulang.

Pencapaian dalam bisnis terletak pada kepastian untuk membuat dan mempertahankan pelanggan dengan menciptakan dan menyampaikan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan dan perilaku pelanggan dengan harga yang masuk akal. Oleh karenanya, setiap marketer harus berusaha memahami perilaku pelanggan. Karena daya tahan perusahaan umumnya ditentukan oleh konsumen atau pelanggan. Melalui pemahaman perilaku pelanggan yang secara mendalam, marketer dapat merencanakan metodologi dan promosi yang tepat untuk memanfaatkan setiap peluang yang tersedia secara optimal untuk menciptakan keuntungan atas para pesaingnya.<sup>11</sup>

Mempelajari minat nasabah juga sangat mendukung manajer dalam menyusun strategi untuk menghadapi persaingan. Dengan menetapkan langkah awal yang tepat, karena pada dasarnya minat adalah peningkatan prinsip perilaku konsumen yang dapat terus diantisipasi.<sup>12</sup> Manajer di bidang jasa perlu fokus pada perbaikan dan kesulitan yang harus dihadapi, seperti penemuan baru dalam bidang teknologi, perubahan di arena masyarakat, skala ekonomi, tingkat ekonomi, dan lain sebagainya.<sup>13</sup>

Salah satu BMT yang sedang berkembang adalah BMT Muamalat Limpung yang terletak berada dipusat kota Batang yang lokasinya sangat strategis dan dekat dengan nasabah. BMT Muamalat masih familiar bagi sebagian besar masyarakat di wilayah Limpung. Sehingga minat nasabah terhadap produk-produk yang dihadirkan BMT belum begitu tinggi. Khususnya dalam produk pembiayaan yang masih belum mereka kenal.

Berdasarkan uraian di atas, BMT Muamalat sebenarnya dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan berfokus pada aspek penting seperti perilaku nasabah sebagai

---

<sup>11</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 14.

<sup>12</sup> Paul C. Cozby, *Method In Behavioral Research* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 136.

<sup>13</sup> Farida Jafar, *Manajemen Jasa (Pendekatan Terpadu)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 9.

konsumen. Dengan tujuan agar angka pertumbuhan minat nasabah terhadap pembiayaan di BMT diharapkan bisa mengalami kenaikan secara signifikan. Untuk itu peneliti menganggap perlu diadakannya penelitian untuk menjawab permasalahan tersebut dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Kabupaten Batang”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang?
2. Faktor manakah yang paling dominan diantara beberapa faktor tersebut yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Menurut Sugiono tujuan metode penelitian kualitatif adalah untuk menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif, menemukan teori, menggambarkan faktor nyata yang kompleks, dan mendapatkan pemahaman yang penting. Berkaitan dengan rumusan masalah yang dikemukakan di atas penelitian ini bertujuan:<sup>14</sup>

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang
2. Untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan diantara beberapa faktor tersebut yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang

---

<sup>14</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 13.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat dilakukan dan permasalahan dapat terjawab dengan baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah:

##### **a. Manfaat teoritis**

Pada hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah dan wawasan tentang produk pembiayaan.

##### **b. Manfaat praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi para pembaca dan peneliti sendiri serta dapat membantu lembaga keuangan syariah untuk menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap pembiayaan di BMT Muamalat Limpung Batang

#### **E. Sistematika Penulisan**

##### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan bagian yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

##### **BAB II: KERANGKA TEORI**

Bab ini membahas tentang teori yang digunakan dalam penulisan penelitian seperti sejarah pengertian ciri dan tujuan pengertian tentang BMT, pengertian jenis dan prinsip tentang pembiayaan, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

##### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas jenis dan pendekatan, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.

##### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis menguraikan hasil penelitian dan pembahasan merupakan bagian yang mencakup deskripsi objek penelitian, hasil analisa



serta pembahasan secara mendalam tentang hasil penemuan dan penjelasan secara menyeluruh.

**BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini merupakan bab penutupan dari penelitian yang mencakup kesimpulan beserta saran.

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

