

## ANALISIS PREFERENSI NASABAH TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH DAN MUDHARABAH DI BAITUL MAL WA TAMWIL (BMT) IKHLASUL UMMAH, KABUPATEN BOGOR

Neneng Nurhasanah<sup>1</sup>, Rully Trihantana<sup>2</sup>, Ria Kusumaningrum<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor,

<sup>1</sup>neneng.nurhasanah32@yahoo.com, <sup>2</sup>rully.trihantana@febi-inais.ac.id,

<sup>3</sup>ria.kusumaningrum@febi-inais.ac.id.

### ABSTRACT

*Baitul Mal wa Tamwil or abbreviated as BMT is an Islamic financial institution based on the Al-Qur'an and Al-Hadith which refers to the principle of muamalah. One of the products that customers are most interested in is murabaha and mudharabah financing products. In deciding to choose and use a financing product, it is influenced by customer preferences through several factors such as psychological factors, personal factors, and social factors. The purpose of this study was to determine the factors that influence customer preferences for financing murabahah and mudharabah contracts at BMT Ikhlasul Ummah Bogor Regency, and to analyze customer preferences for financing murabahah and mudharabah contracts at BMT Ikhlasul Ummah Bogor Regency. This research is a qualitative research that uses a descriptive analysis approach with an inductive mindset that takes specific statements and then draws general conclusions. Thus, it can be known the customer preferences in using murabahah and mudharabah contract financing at BMT Ikhlasul Ummah, Bogor Regency.*

*Key Words: Preference, Murabahah, Mudharabah, BMT Ikhlasul Ummah Bogor Regency.*

### ABSTRAK

Baitul Mal wa Tamwil atau disingkat menjadi BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang berlandaskan Al-Qur'an dan Al-Hadits yang mengacu pada prinsip muamalah. Salah satu produk yang paling diminati nasabah adalah murabahah dan produk pembiayaan mudharabah. Dalam memutuskan memilih dan menggunakan suatu produk pembiayaan, dipengaruhi oleh preferensi nasabah melalui beberapa faktor seperti faktor psikologis, faktor personal, dan faktor sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah terhadap pembiayaan akad murabahah dan mudharabah pada BMT Ikhlasul Ummah Kabupaten Bogor, dan menganalisis preferensi nasabah terhadap pembiayaan akad pembiayaan murabahah dan mudharabah pada BMT Ikhlasul Ummah Kabupaten Bogor. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan analisis deskriptif dengan pola pikir induktif yang mengambil pernyataan khusus kemudian menarik kesimpulan umum. Dengan demikian dapat diketahui preferensi nasabah dalam menggunakan pembiayaan akad murabahah dan mudharabah di BMT Ikhlasul Ummah Kabupaten Bogor.

Kata-kata Kunci: Preferensi, Murabahah, Mudharabah, BMT Ikhlasul Ummah Kabupaten Bogor.

## I. PENDAHULUAN.

Setiap makhluk hidup memiliki kebutuhan tanpa terkecuali manusia sebagai makhluk sosial. Manusia memiliki kebutuhan yang begitu beragam dalam kehidupan, namun pada hakikatnya manusia memiliki kebutuhan yang sama. Kebutuhan dasar tersebut bersifat manusiawi dan menjadi syarat berlangsungnya hidup manusia, kebutuhan dasar tersebut diantaranya yaitu kebutuhan materil maupun non materil. Seiring dengan berkembangnya sektor perbankan di Indonesia saat ini, perbankan senantiasa berusaha meningkatkan kualitas maupun kuantitas guna mempertahankan loyalitas nasabah eksistis. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan, untuk “bekerja”.

Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah Subhanahu Wa Ta’ala melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki. Aktifitas bisnis bahkan sudah dilakukan sejak zaman Rasulullah Sholallahu Alaihi Wasalam dan para sahabat, Rasulullah Sholallahu Alaihi Wasalam sebagaimana dijelaskan dalam riwayat Urwah Bin Abi Ja’d Al-bariqi, dia berkata, Rasulullah Sholallahu Alaihi Wasalam memberinya satu dinar untuk membelikan hewan kurban seekor kambing lalu dia membeli 2 ekor kambing, salah satunya dijual dengan harga 1 dinar, lalu dia memberi beliau seekor kambing dan 1 dinar. Maka beliau mendo’akan semoga dia mendapatkan barokah dalam jual belinya. Maka sejak itu, seandainya membeli debu, niscaya dia mendapatkan keuntungan. (HR. Tirmidzi, Nomor 1258, Abu Daud, Nomor 3384, Ibnu Majah, Nomor 2420, dinyatakan shahih oleh Al-albany dalam shahihTirmidzi), dan saat ini masih terus dilakukan oleh manusia dalam berbagai sektor salah satunya dalam sektor perbankan (Subagyo, 2005: 125).

Bank Syariah merupakan *Islamic Financial Institution* dan lebih dari sekedar bank (beyond banking) yang berdasarkan Al-Qur’an dan Al-Hadist (tuntunan Rasulullah Sholallahu Alaihi Wasalam), yang mengacu pada prinsip muamalah, yakni sesuatu yang boleh untuk dilakukan kecuali terdapat larangannya. Al-Qur’an dan Al-Hadist mengatur hubungan antar manusia terkait ekonomi, sosial dan politik. Prinsip syariah merupakan suatu aturan dasar yang menggunakan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan dalam bentuk bagi hasil (mudharabah), jual beli dalam memperoleh keuntungan (murabahah), pembiayaan dengan prinsip penyertaan modal (musyarakah), pembiayaan barang modal dengan prinsip sewa (ijarah), atau adanya pilihan pindahan atas kepemilikan barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah muntahia bi-tamlik), pembiayaan (qard) yang didasarkan pada barang jaminan (rahn), semua pembiayaan tersebut haruslah sesuai dengan prinsip syariah (Usman, 2012: 33).

Berdasarkan observasi peneliti salah satu produk yang paling diminati nasabah pada sektor perbankan syariah yakni produk pembiayaan yang diantaranya adalah pembiayaan murabahah dan pembiayaan mudharabah. Bank syariah menjadi salah satu lembaga yang paling diminati masyarakat dalam berbagai transaksi keuangan sampai saat ini, namun dalam lembaga keuangan yang juga diminati oleh masyarakat adalah lembaga mikro syariah diantaranya yaitu Baitul Maal Wa Tammwil (BMT), salah satunya yaitu BMT Ikhlashul Ummah Kabupaten Bogor. Salah satu keunggulan BMT Ikhlashul Ummah Kabupaten Bogor yakni merupakan Unit Usaha Pembiayaan syariah yang terfokus pada sektor usaha mikro kecil dan menengah guna meningkatkan pemberdayaan dan mensejahterakan masyarakat. Sesuai dengan visi BMT membantu dan Meningkatkan

Kesejahteraan khususnya Anggota dan Masyarakat, maka akan diikuti dengan bertambahnya jumlah preferensi nasabah pembiayaan, sehingga perlu adanya pengawasan yang ketat agar tidak ada terjadinya penyimpangan pada sistem yang nantinya akan merusak citra baik lembaga di masyarakat. Dalam mengambil keputusan pembiayaan murabahah dan mudharabah di BMT Ikhlasul Ummah terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi timbulnya preferensi nasabah dalam memutuskan memilih dan menggunakan produk pembiayaan.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti diketahui bahwa murabahah dan mudharabah di BMT Ikhlasul Ummah yang selalu mengalami peningkatan ini, faktor preferensi nasabah juga ikut mengalami peningkatan, sehingga perlu untuk digali lebih dalam mengenai faktor-faktor preferensi nasabah. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan diantaranya adalah faktor-faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, serta faktor psikologi. Adapun pada umumnya beberapa faktor yang menimbulkan tingkat preferensi nasabah pada pembiayaan murabahah dan mudharabah terlintas diantaranya adalah faktor-faktor syariah, faktor produk, faktor pelayanan, faktor tempat, faktor promosi, faktor sosialisasi, dan merek, dan banyak faktor lainnya.

## II. TINJAUAN PUSTAKA.

### II.1. Preferensi.

Preferensi (*Preference*) konsumen dapat diartikan sebagai sikap seorang konsumen terhadap produk dan jasa sebagai evaluasi dan sikap kognitif, peranan emosional, dan kecenderungan bertindak melalui objek atau ide (Kotler, 2000: 154). Preferensi juga dapat diartikan sebagai rasa suka terhadap sesuatu dibandingkan dengan yang lainnya (Ma'ruf, 2006: 57).

Dapat disimpulkan bahwa preferensi merupakan suatu pilihan yang diambil dan dipilih dari berbagai macam pilihan yang tersedia di pasaran yang dapat mempengaruhi tingkat kegunaan, kepuasan dan nilai relatif penting dari setiap atribut yang terdapat pada suatu barang atau jasa.

### II.2. Perilaku Konsumen.

Perilaku yang menghasilkan sikap dalam artian perilaku sifat yang ada dalam diri kita yang didorong oleh motif tertentu. Perilaku merupakan sekumpulan perilaku yang dimiliki dan dipengaruhi oleh adat, sikap, emosi, nilai, etika, kekuasaan, persuasi, dan genetika (Kertamukti 2015: 34). Menurut Kotler, perilaku konsumen didefinisikan sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Schiffman dan Kanuk dalam Prasetyo dan Ihalauw (2000: 122), mengungkapkan bahwa perilaku konsumen merupakan proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca melakukan konsumsi suatu produk, jasa maupun ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya.

### II.3. Murabahah.

Secara terminologi murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati (Antonio, 2001: 101). Jual beli murabahah adalah pembelian oleh satu pihak untuk kemudian dijual kepada pihak lain yang telah mengajukan permohonan pembelian terhadap suatu barang dengan keuntungan atau tambahan harga yang transparan (Dewi, 2005: 111).

Bank dalam pengadaan barang yang dibutuhkan nasabah beserta tambahan biaya yang akan menjadi imbalan bagi bank telah dirundingkan dimuka oleh kedua belah pihak sesuai dengan kesepakatan bersama

yang kemudian keseluruhan harga perolehan akan dibayarkan oleh nasabah secara angsuran (cicilan). Pembiayaan berpola jual beli merupakan pola tukar menukar harta antara dua belah pihak atas dasar saling ridha (rela) atau memindahkan kepemilikan dengan imbalan pada sesuatu yang diizinkan (Darsono, 2017: 65). Dalam sistem perbankan juga diperkenankan untuk meminta agunan tambahan dari nasabah yang bersangkutan, namun pada dasarnya agunan yang disertakan bukanlah satu rukun atau syarat mutlak yang harus dipenuhi dalam bai' murabahah dikarenakan barang yang diminta sebagai jaminan dimaksud untuk menjaga agar si pemesan tidak main-main dengan pesanan (Antonio, 2001: 103).

Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) nomor: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang murabahah yang salah satunya berisi memperbolehkan jual-beli murabahah dengan menimbang bahwa dalam rangka membantu masyarakat guna melangsungkan dan meningkatkan kesejahteraan dan berbagai kegiatan, bank syariah perlu memiliki fasilitas murabahah bagi yang memerlukannya, yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli, dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba (Mardani, 2013: 141 ). Dasar hukum murabahah terdapat di bawah ini:

#### 1. Al-Qur'an.

Firman Allah Subhanahu Wa Ta'ala QS. Al-Baqarah (2 : 275)

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

Artinya: “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.” (QS. Al-Baqarah/2 : 275).

Firman Allah Subhanahu Wa Ta'ala QS. An-Nisa (4 : 29)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا  
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ  
اللَّهُ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan Janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa (4): 29).

#### 2. Al Hadits.

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرْكَةُ  
: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمَقْرَضَةُ، وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ  
(رواه ابن ماجه عن صهيب)

Dari Suhaib ar-Rumi r.a. bahwa Rasulullah SAW bersabda, Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhadh (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual. (HR. Ibnu Majah).

#### II.4. Mudharabah.

Mudharabah berasal dari kata dharb, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya ialah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha.

Secara teknis pembiayaan mudharabah merupakan akad pembiayaan antara bank syariah sebagai shahibul maal dan nasabah sebagai mudharib untuk melaksanakan kegiatan usaha, di mana bank syariah memberikan modal sebanyak 100% dan nasabah menjalankan usahanya. Hasil usaha atas pembiayaan mudharabah akan di bagi antara bank syariah dan nasabah dengan nisbah bagi hasil yang telah di sepakati pada saat akad. Dalam pembiayaan mudharabah, terdapat dua pihak yang melaksanakan

perjanjian kerja sama yaitu: (Antonio, 2001: 95).

1. Bank syariah adalah bank yang menyediakan dana untuk membiayai proyek atau suatu usaha yang memerlukan pembiayaan. Bank syariah menyediakan dan 100% di sebut dengan shahibul maal.
2. Nasabah/pengusaha yaitu nasabah yang memerlukan modal dan menjalankan proyek yang di biayai oleh bank syariah. Nasabah pengelola nasabah yang di biayai 100% oleh bank syariah dalam akad mudharabah di sebut dengan mudharib.

Bank syariah memberikan pembiayaan mudharabah kepada nasabah atas dasar kepercayaan. Bank syariah percaya penuh kepada nasabah untuk menjalankan usaha. Kepercayaan merupakan unsur terpenting dalam transaksi pembiayaan mudharabah, karena dalam pembiayaan mudharabah, bank syariah hanya dapat memberikan saran tertentu kepada mudharib dalam menjalankan usahanya untuk memperoleh hasil usaha yang optimal. Dasar hukum mudharabah terdapat di bawah ini.

1. Al-Qur'an.

Al-Qur'an Surat Al-Muzzammil (73 : 20).

... وَءَاخِرُونَ يُفْتَلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ...

Artinya: "...Dan dari orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT..." (Q.S Al-Muzzammil : 20).

Al-Qur'an Surat Al-Jumu'ah (62 : 10).

فَإِذَا فُضِّيتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: "Apabila telah ditunaikan shalat maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia

Allah SWT" (Q.S Al-Jumu'ah : 10).

2. Al-Hadits.

Dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW bersabda: "Sesungguhnya Allah Azza wa Jalla berfirman, Aku pihak ketiga dari dua orang berserikat selama salah satunya tidak mengkhianati yang lainnya." (HR. Abu Dawud dalam kitab Al-Bu-Yu' dan Al Hakim) dalam Antonio (2001 : 96).

3. Ijma'.

Imam Zailai telah menyatakan bahwa para sahabat telah berkonsus terhadap legitimasi pengolahan harta yatim secara mudharabah. Kesempatan para sahabat ini sejalan dengan spirit hadits yang di kutip Abu Ubaid. (Antonio, 2001 : 96).

### III. METODE PENELITIAN.

#### III.1. Metode Pengumpulan Data.

Dalam penelitian ini, digunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang menggambarkan fenomena-fenomena sosial. Penelitian ini memusatkan perhatian pada aspek-aspek tertentu dan sering menunjukkan hubungan variabel yang satu dengan variabel lainnya (Nasution, 2001: 24). Menurut Sugiyono (2008:13), metode penelitian kualitatif disebut sebagai metode artistik, karena proses penelitiannya lebih bersifat seni dan disebut metode interpretif, karena data hasil penelitian lebih berkenan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian yang obyeknya mengenai pembiayaan pada produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada BMT Ikhlasul Ummah dan dipadukan dengan kepustakaan yang mana penelitian ini dilakukan di BMT

Ikhlahsul Ummah, kemudian dapat mengetahui bagaimana persepsi nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah dan mudharabah pada BMT Ikhlahsul Ummah Kabupaten Bogor.

Data atau informasi dalam penelitian ini adalah data primer sebagai data utama dan sekunder sebagai data penunjang atau sebagai pelengkap data primer. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

### **III.2. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di BMT Ikhlahsul Ummah pada bulan Januari sampai bulan Februari 2020 dengan pertemuan sebanyak delapan kali.

### **III.3. Pengolahan dan Analisis Data**

Pada penelitian kualitatif ini, pengolahan data tidak harus dilakukan setelah data terkumpul atau pengolahan data selesai. Dalam hal ini, data sementara yang terkumpulkan, data yang sudah ada dapat diolah dan dilakukan analisis data secara bersamaan. Suyanto dan Sutinah (2006: 173), mengatakan bahwa pengolahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara mengklasifikasikan atau mengkategorikan data menurut beberapa tema sesuai fokus penelitannya.

## **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.**

Berdasarkan hasil analisis faktor-faktor preferensi nasabah pembiayaan murabahah dan mudharabah di BMT Ikhlahsul Ummah, maka didapatkan bahasan hasil penelitian sebagai berikut.

### **IV.1. Analisis Faktor-Faktor Preferensi Nasabah Pembiayaan Murabahah.**

#### **IV.1.1. Faktor Psikologi.**

##### **IV.1.1.1. Persyaratan Mudah.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 Nasabah murabahah yang menyatakan

persyaratan mudah sebanyak 64 persen. Menurut penuturan salah satu nasabah ia melakukan pembiayaan murabahah dikarenakan persyaratannya yang sangat mudah seperti hanya melampirkan KTP suami istri, kartu keluarga dan agunan hanya BPKB motor sebagai jaminan sehingga ia tertarik untuk melakukan pembiayaan murabahah di BMT Ikhlahsul Ummah.

##### **IV.1.1.2. Realisasi Cepat.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 nasabah murabahah yang menyatakan realisasi cepat sebanyak 24 persen. Menurut penuturan salah satu nasabah pembiayaan murabahah ia melakukan pembiayaan murabahah di karnakan realisasinya cepat terbukti dengan pencariannya hanya membutuhkan waktu kurang dari satu hari.

##### **IV.1.1.3. Akses Terjangkau.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 nasabah murabahah yang menyatakan akses dekat sebanyak 4 persen. Menurut penuturan salah satu nasabah pembiayaan murabahah alasan ia mengambil pembiayaan murabahah di BMT ikhlahsul Ummah karna jarak yang ia tempuh dari rumah ke kantor BMT Ikhlahsul Ummah hanya membutuhkan waktu sekitar 10 menit perjalanan dengan menggunakan sepeda motor.

#### **IV.1.2. Faktor Pribadi.**

##### **IV.1.2.1. Kebutuhan Mendesak.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 nasabah murabahah yang menyatakan kebutuhan mendesak sebanyak 24 persen. Menurut salah satu nasabah pembiayaan murabahah alasan ia mengambil pembiayaan murabahah karna keadaan mendesak saat ia ingin merenovasi rumahnya ia kekurangan dana sehingga ia mengajukan pembiayaan murabahah ke BMT Ikhlahsul Ummah untuk membeli bahan bangunan.

##### **IV.1.2.2. Tidak Ada Denda.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 nasabah murabahah yang menyatakan tidak

ada denda sebanyak 16 persen. Menurut nasabah pembiayaan murabahah salah satu alasan mengapa ia mengambil pembiayaan murabahah di BMT Ikhlahul Ummah adalah karena tidak ada dendaan terbukti pada saat ia membayar cicilannya tidak tepat waktu pihak BMT Ikhlahul Ummah tidak mendendanya.

#### **IV.1.2.3. Layanan Jemputan Angsuran.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 nasabah pembiayaan murabahah yang menyatakan ada layanan jemput angsuran sebanyak 4 persen. Menurut salah satu nasabah pembiayaan murabahah karena adanya sistem layanan jemput cicilan angsuran ia tidak perlu repot-repot datang ke kantor BMT Ikhlahul Ummah itu salah satu faktor yang membuatnya tertarik untuk melakukan pembiayaan di BMT Ikhlahul Ummah.

#### **IV.1.3. Faktor Sosial.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 nasabah pembiayaan murabahah menyatakan dari faktor keluarga sebanyak 8 persen. Menurut salah satu nasabah alasan ia mengambil pembiayaan murabahah di BMT ikhlahul ummah karna mendapat informasi dari temannya yang sudah terlebih dahulu menjadi nasabah BMT Ikhlahul Ummah serta adanya dukungan dari pihak keluarga.

### **IV.2. Analisis Faktor-Faktor Preferensi Nasabah Pembiayaan Mudharabah.**

#### **IV.2.1. Faktor Psikologi.**

##### **IV.2.1.1. Persyaratan Mudah.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 Nasabah pembiayaan mudharabah yang menyatakan persyaratan mudah sebanyak 48 persen. Menurut salah satu nasabah alasan ia melakukan pembiayaan mudharabah di BMT Ikhlahul Ummah karena persyaratan mudah hanya menyertakan agunan berupa BPKB motor, bukti usaha seperti foto, kemudian bukti usaha tersebut di survei ke lokasi oleh salah satu staf pembiayaan maka setelah itu

pembiayaan mudharabah bisa segera di realisasikan.

##### **IV.2.1.2. Realisasi Cepat.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 nasabah pembiayaan mudharabah yang menyatakan realisasi cepat sebanyak 36 persen. Menurut salah satu nasabah alasan mengambil pembiayaan mudharabah karna realisasinya cepat atau pencairannya cepat terbukti dengan setelah dilakukan survei pembiayaan maka dalam jangka waktu 1-2 hari dana sudah dapat dicairkan.

##### **IV.2.1.3. Akses Terjangkau.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 nasabah pembiayaan mudharabah yang menyatakan akses dekat sebanyak 28 persen. Menurut salah satu nasabah alasan mengambil produk pembiayaan Mudharabah di BMT ikhlahul Ummah karna akses dekat antara rumah dengan kantor BMT Ikhlahul Ummah hanya membutuhkan waktu 15 menit dengan menggunakan sepeda motor.

#### **IV.2.2. Faktor Pribadi.**

##### **IV.2.2.1. Kebutuhan Mendesak.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 Nasabah pembiayaan mudharabah yang menyatakan faktor kebutuhan mendesak sebanyak 36 persen. Menurut salah satu pembiayaan mudharabah alasan mengambil produk pembiayaan mudharabah karna sangat membutuhkan modal besar mengingat bisnis yang ia jalani lebih dari satu bisnis yaitu berternak kambing, ayam dan ikan.

##### **IV.2.2.2. Tempo.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 nasabah pembiayaan mudharabah yang menyatakan faktor tempo sebanyak 16 persen. Menurut salah satu nasabah yang melakukan pembiayaan mudharabah tempo pembiayaan cukup memudahkan nasabah dalam mengembalikan dana pembiayaan dan

nominal bagi hasilnya tidak harus besar. Selain itu nasabah pembiayaan mudharabah boleh membayar di akhir periode waktu sesuai kesepakatan.

#### **IV.2.2.3. Layanan Jemput Angsuran.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 nasabah pembiayaan mudharabah yang menyatakan layanan jemput angsuran sebanyak 12 persen. Menurut salah satu nasabah pembiayaan mudharabah adanya jemput angsuran cicilan yang di tawarkan oleh pihak BMT Ikhlasul Ummah sangat membantu nasabah yang tidak memiliki waktu luang dan jarak tempuh yang cukup jauh untuk pergi ke kantor BMT Ikhlasul Ummah sehingga layanan tersebut memunculkan rasa aman bagi nasabah dan memberikan efek positif terhadap BMT Ikhlasul Ummah itu sendiri. Itu yang membuatnya tertarik untuk melakukan pembiayaan mudharabah di BMT Ikhlasul Ummah.

#### **IV.2.3. Faktor Sosial.**

Berdasarkan hasil wawancara dari 25 nasabah yang menyatakan faktor keluarga sebanyak 20 persen. Menurut salah satu nasabah ia mengajukan pembiayaan mudharabah di sarankan oleh temannya yang kebetulan adalah salah satu karyawan BMT Ikhlasul Ummah selain itu terdapat rasa kepercayaan tersendiri karena menurutnya tidak mungkin temannya memasukan ia ke pembiayaan yang tidak sesuai dengan usahanya.

### **V. SIMPULAN.**

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai “Analisis Preferensi Nasabah Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah di BMT Ikhlasul Ummah Kabupaten Bogor”, dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut.

Faktor-faktor Preferensi nasabah untuk pembiayaan murabahah yaitu persyaratan mudah sebesar 64 persen,

realisasi cepat sebesar 24 persen, keluarga sebesar 8 persen, kebutuhan mendesak sebesar 24 persen, akses jarak sebesar 4 persen, tidak ada denda sebesar 16 persen, dan layanan jemput angsuran sebesar 4 persen. Sedangkan faktor-faktor preferensi nasabah pada pembiayaan mudharabah yaitu persyaratan mudah sebesar 48 persen, realisasi cepat sebesar 36 persen, keluarga sebesar 20 persen, kebutuhan mendesak sebesar 36 persen, layanan jemput angsuran sebesar 12 persen, akses jarak sebesar 28 persen, dan tempo sebesar 16 persen.

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam menggunakan pembiayaan murabahah ialah yang pertama, faktor psikologi yang memuat persepsi nasabah pada persyaratan produk, realisasi cepat dan akses dekat. Faktor kemudahan persyaratan produk dan realisasi cepat akan lebih menjadi pertimbangan nasabah pembiayaan murabahah, karena kebanyakan nasabah tidak suka dengan persyaratan yang berbelit-belit dan realisasi yang lama atau bahkan berminggu-minggu. Ini yang menjadi nilai plus bagi BMT Ikhlasul Ummah untuk senantiasa meningkatkan pelayanan prima. Yang kedua, faktor sosial yang memuat kelompok preferensi (acuan) yaitu pekerjaan, teman, kebiasaan atau gaya hidup, karena yang mengajukan pembiayaan murabahah rata-rata semuanya adalah pedagang atau masyarakat menengah. Karena BMT Ikhlasul Ummah lebih memfokuskan pembiayaan untuk nasabah kelas menengah seperti pedagang, wiraswasta dan karyawan dengan kemudahan syarat dalam mengajukan pembiayaan. Yang ketiga faktor pribadi yang memuat kebutuhan yang mendesak, tidak ada denda dan layanan jemput angsuran, seperti yang kita ketahui adanya kebutuhan yang mendesak memicu nasabah melakukan keputusan pembelian produk.

Pada nasabah pembiayaan mudharabah faktor yang paling dominan mempengaruhi ialah: yang pertama, faktor pribadi yang memuat persyaratan yang sangat mudah, angsuran dapat dilakukan



musiman, meningkatkan omzet dan perekonomian keluarga, layanan prima perbankan dan layanan jemput angsuran. Secara tidak langsung dengan melakukan pembiayaan di BMT Ikhlahsul Ummah ini berusaha untuk meningkatkan keadaan ekonomi keluarganya juga sebagai tambahan modal kerja untuk membuka lapangan pekerjaan baru. Yang kedua faktor psikologi yaitu memuat persyaratan mudah, realisasi cepat dan akses dekat dengan ini pastinya nasabah bisa mempertimbangkan untuk melakukan pembiayaan di BMT Ikhlahsul Ummah. Yang ketiga faktor sosial yaitu kelompok preferensi yang memuat teman/keluarga, dan kelompok pedagang atau pengusaha. Dengan keunggulan bahwa pembayarannya yaitu musiman artinya nasabah dapat melakukan pembayaran ke BMT dalam tahapan satu kali panen atau omzet satu bulan atau tempo maka banyak nasabah pengusaha yang menggunakan pembiayaan di BMT Ikhlahsul Ummah.

#### DAFTAR PUSTAKA.

- Ahmad, Gousul. (Manajer). *Wawancara*. File Profile BMT Ikhlahsul Ummah. Bogor, 20 Januari 2020
- Anam, Samsul. Dkk., *Manajemen Pemasaran*, Surabaya: IAIN Sunan Ampel 2013.
- Antonio, Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Darsono, dkk. *Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta : Rajawali Pers, 2017.
- Dewi, Gemala. *Hukum Perikatan Islam Indonesia*. Jakarta: Kencana 2005.
- Karim, Adiwarmarman A. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta IIT-Indonesia, 2002.
- Kertamukti, Rama. *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: PT Grafindo, 2015.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1*, Alih Bahasa Jaka Wasana. Jakarta: Prehalindo, 1997.
- Ma'ruf, Hendri. *Pemasaran Retel*. Jakarta: Gramedia, 2006.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Miller, Roger Leroy dan Roger E. Meiners, *Teori Mikro Ekonomi Intermediate*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- Miles, Michael. *Analisis data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP, 1992.
- Nasution, *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara, 2001.
- Ningsih, Ekawati rahayu. *Prilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.
- Prasetijo, Ristiyanti dan Jhon JOI Ihalauw. *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Alfabeta, 2000.
- Subagyo. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Yogyakarta: STIE YKPN, 2005.
- Sudarman, Ari. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta. 2003.
- Sugiono, Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D), Bandung: CV Alfabeth. 2008.
- Suyanto, Sutinah. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media Grup. 2006.
- Sugiono. *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2010.
- Usman, Rachmadi. *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2012.