

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap manusia memiliki kebutuhan hidup yang beragam jenisnya baik yang bersifat fisik maupun rohani. Sebagaimana diketahui bahwa Allah SWT telah menjadikan manusia dengan berbagai naluri, di antaranya naluri hidup bermasyarakat. Naluri ini memberi dorongan kepada manusia untuk membutuhkan orang lain dalam memenuhi keperluan hidup sehari-hari mereka, dan pada dasarnya kebutuhan ini berhubungan dengan kemasyarakatan. Oleh sebab itu manusia tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan dan pertolongan orang lain.

Para ahli ekonomi dan ahli hukum muslim setuju bahwa *mudharabah* harus merupakan dasar yang utama sebagai pengganti dari transaksi kredit yang berbunga dalam hal penyediaan dana bagi pengusaha.¹ *Mudharabah* adalah model *profit sharing* (bagi hasil) yang lebih disukai dalam hukum Islam, *mudharabah* merupakan metode PLS (*profit and loss sharing*/ bagi untung dan bagi rugi) yang paling umum digunakan (paling tidak dari segi peningkatan dana). *Mudharabah* tidak murni *loss sharing* (bagi rugi) dilihat dari sudut pandang ekonomi, karena si pemilik modal adalah mitra yang kehilangan modal sementara yang lain hanya kehilangan usahanya.²

¹ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam Dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, cet. III, Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 2007, hlm. 112.

² Mervyn K. Lewis dan Latifa M. Algaoud, *Perbankan Syariah*, alih bahasa Burhan Wirasubrata, cet. II, Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta, 2004, hlm. 65.

Di Indonesia, pembicaraan mengenai bank syariah sudah dimulai sejak tahun 1980-an. Namun prakarsa lebih khusus baru dimulai pada tahun 1990. Di mulai dari adanya lokarya Bunga Bank dan Perbankan yang diselenggarakan pada tanggal 18-20 Agustus 1990 oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Hasil lokarya tersebut dilanjutkan dan dibahas lebih lanjut dalam musyawarah Nasional IV (MUNAS IV) MUI tanggal 22-25 Agustus 1990 di Hotel Sahid Jaya Jakarta. Hasil Munas membentuk Tim Perbankan MUI yang bertugas mensosialisasi rencana pendirian bank syariah Indonesia. Hasil kerja tim ini membuahkan hasil yang cukup menggembirakan, yakni berhasil mendirikan Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tanggal 1 November 1991 dan mulai beroperasi pada September 1992.³

Pada waktu itu Bank Muamalat Indonesia mempunyai 30 gerai, namun hal tersebut bukan suatu jumlah yang banyak untuk penduduk Indonesia yang mencapai 200 juta jiwa. Sebagian kekosongan itu diisi oleh *Baitul Mal Wat-Tamwil* (BMT) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). BMT merupakan organisasi koperasi yang memfokuskan pada unit-unit usaha kecil, seperti warung-warung dan pedagang kaki lima. Pada tahun 1998, terdapat 898 BMT di Indonesia.⁴

Secara konsep operasional Lembaga Keuangan Syariah, baik Bank Umum Syariah (BUS), Kantor cabang Syariah bank konvensional / Unit Usaha Syariah (UUS), Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), *Baitul Mal Wat-Tamwil* (BMT) dari alur operasional dan konsep syariahnya tidaklah berbeda. Yang membedakan

³ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, Yogyakarta: UII Press, 2004, hlm. 71.

⁴ Mervyn K. Lewis dan Latifa M. Algaoud. *op. cit.* hlm. 27.

Bank Umum Syariah (BUS), Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), *Baitul Mal Wat-Tamwil* (BMT) adalah pada skalanya saja.⁵ Misalnya dalam menghimpun dana dan menyalurkan dana dalam jumlah yang besar-besar, BPRS pada jumlah yang sedang-sedang saja, serta BMT pada jumlah-jumlah yang kecil dan mikro, di mana jumlah-jumlah tersebut sangat tergantung pada besaran risiko yang ditanggung oleh Lembaga Keuangan Syariah tersebut.

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Peran sosial BMT akan terlihat pada definisi *baitul maal*, sedangkan peran bisnis BMT terlihat dari definisi *baitul tamwil*. Sebagai lembaga sosial *baitul maal* memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan Lembaga Amil Zakat (LAZ), oleh karenanya, *baitul maal* ini harus didorong agar mampu berperan secara profesional menjadi LAZ yang mapan. Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan-pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan dana calon anggota (nasabah) serta menyalurkannya kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Namun demikian, terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank. Karena BMT bukan bank, maka ia tidak tunduk pada aturan perbankan.⁶

Sebagaimana diketahui, bahwa BMT memiliki dua fungsi utama yakni *funding* atau penghimpunan dana dan *financing* atau pembiayaan. Dua fungsi ini memiliki keterkaitan yang sangat erat. Aktivitas yang tidak kalah penting dalam

⁵ Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: PT Grasindo, 2005, hlm. 11-12.

⁶ Muhammad Ridwan, *op. cit.*, hlm. 126.

manajemen dana BMT adalah pelemparan dana atau pembiayaan yang sering juga disebut dengan *lending-financing*.⁷

Dalam memperoleh pendapatan yang semaksimal mungkin, aktivitas pembiayaan BMT, juga menganut azas Syariah, yakni dapat berupa bagi hasil, keuntungan maupun jasa manajemen. Sistem pembiayaan prinsip kerjasama bagi hasil ini dapat diterapkan dalam bentuk pembiayaan *akad mudharabah*. Karena BMT yang memberikan modal, maka BMT bertindak selaku *shahibul maal* dan anggota atau nasabah sebagai *mudharib*. Sesungguhnya sistem pembiayaan dengan prinsip kerjasama bagi hasil adalah inti dari LKS.⁸

Sebagai salah satu alternatif lembaga keuangan mikro, BMT Muamalat Limpung mampu melayani usaha kecil yang tidak ingin berhubungan dengan lembaga perbankan, yaitu dengan menyalurkan pembiayaan *akad mudharabah* kepada para anggotanya. Tercatat dari data pembiayaan dengan *akad mudharabah* dari tahun 2010 sampai dengan 2013 adalah sebagai berikut:⁹

Tabel 1.1 Daftar Jumlah Nasabah Periode Tahun 2010 – 2013

Keterangan	Nasabah			
	2010	2011	2012	2013
Pembiayaan Mudharabah	327	825	655	741
Pembiayaan Murabahah	196	412	547	472
Pembiayaan Qordul Hasan	132	138	133	135
Jumlah Nasabah	655	1375	1335	1348

Sumber : RAT KJKS BMT Muamalat Limpung

⁷ Muhammad Ridwan. op. cit. hlm. 149.

⁸ Muhammad Ridwan. op. cit. hlm. 170.

⁹ Laporan RAT KJKS BMT Muamalat Limpung, tahun 2010 sampai 2013.

Tabel 1.2 Pencapaian Pembiayaan Periode Tahun 2010 – 2013 (dalam Rupiah)

Keterangan	Pembiayaan			
	2010	2011	2012	2013
Pembiayaan Mudharabah	759.448.651	883.607.098	784795835	834.430.144
Pembiayaan Murabahah	483.285.505	441.803.549	656665905	531.001.001
Pembiayaan Qordul Hasan	138.081.573	147.267.850	160162415	151.714.572
Jumlah Pembiayaan	1.380.815.729	1.472.678.497	1.601.624.155	1.517.145.717

Sumber : RAT KJKS BMT Muamalat Limpung

Pada tahun 2010 pembiayaan *akad mudharabah* berjumlah 327 nasabah dengan total pembiayaan sebesar Rp. 759.448.651. Sementara di tahun 2011 pembiayaan *akad mudharabah* berjumlah 825 nasabah dengan total pembiayaan sebesar Rp. 883.607.098. Pada tahun 2012 yang melakukan pembiayaan *akad mudharabah* mengalami penurunan menjadi 655 nasabah dengan total pembiayaan sebesar Rp. 784795835. Sedangkan pada tahun 2013 yang melakukan pembiayaan dengan *akad mudharabah* mengalami pertumbuhan dari tahun sebelumnya yaitu menjadi 741 nasabah dengan total pembiayaan sebesar Rp. 834.430.144.

Dari data di atas terlihat jelas bahwa penyaluran pembiayaan dengan *akad mudharabah* lebih unggul dari pada pembiayaan dengan *akad Qordul Hasan* dan *akad Murabahah*, baik dari segi jumlah nasabah maupun jumlah pembiayaan. Melihat perubahan dari jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan dan pencapaian pembiayaan dengan *akad Mudharabah* di atas menjadi penting untuk melakukan penelitian mengenai preferensi nasabah.

Supaya tujuan pemasaran dapat tercapai, para pemasar diharapkan dapat lebih mengenal nasabah meskipun hal itu tidak mudah. Mengetahui nasabah di sini adalah mempelajari preferensi dan perilaku belanja serta perilaku pembelian nasabah sasaran. Para pemasar juga harus mendalami berbagai pengaruh terhadap pembeli dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya para konsumen membuat keputusan dalam pembelian, jenis keputusan pembelian dan langkah-langkah dalam proses pembelian. Menurut Etta Mamang Sangadji dan Sopiha dalam bukunya yang berjudul *Perilaku Konsumen* menyebutkan ada tiga faktor utama yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan, yaitu: faktor psikologis, faktor situasional dan faktor sosial.¹⁰ Preferensi nasabah dalam penelitian ini dapat digambarkan berdasarkan variabel psikologis, sosial dan situasional.

Sementara itu dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Inilah yang tidak kita dapati dalam ilmu perilaku konsumen konvensional. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah.¹¹ Dengan demikian ia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat baik di dunia maupun di akhirat.

Adapun pemilihan lokasi penelitian dilakukan pada BMT Muamalat Limpung atas dasar pada uraian di atas dan pertimbangan bahwa BMT Muamalat

¹⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, ed. I, Yogyakarta: ANDI, 2013, hlm. 24.

¹¹ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 4.

Limpung adalah salah satu BMT yang menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan *akad mudharabah* kepada para anggotanya. Sebenarnya di Limpung juga banyak lembaga keuangan yang menyalurkan pembiayaan. Namun, tidak semua lembaga keuangan tersebut menggunakan *akad mudharabah* dan berani memberikan penawaran yang menarik dengan persyaratan yang mudah, proses cepat dan menetapkan bagi hasil yang lebih adil.

Berangkat dari uraian di atas, dalam penelitian ini peneliti menetapkan judul: **“Pengaruh Preferensi Nasabah Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Produk Pembiayaan *Akad Mudharabah* Di BMT Muamalat Limpung”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang menjadi fokus dalam bahasan ini, yaitu :

1. Adakah pengaruh preferensi psikologis (X_1) nasabah terhadap pengambilan keputusan memilih produk pembiayaan *akad mudharabah* di BMT Muamalat Limpung?
2. Adakah pengaruh preferensi sosial (X_2) nasabah terhadap pengambilan keputusan memilih produk pembiayaan *akad mudharabah* di BMT Muamalat Limpung?
3. Adakah pengaruh preferensi situasional (X_3) nasabah terhadap pengambilan keputusan memilih produk pembiayaan *akad mudharabah* di BMT Muamalat Limpung?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh preferensi psikologis (X_1) nasabah terhadap pengambilan keputusan memilih produk pembiayaan *akad mudharabah* di BMT Muamalat Limpung.
- b. Untuk mengetahui pengaruh preferensi sosial (X_2) nasabah terhadap pengambilan keputusan memilih produk pembiayaan *akad mudharabah* di BMT Muamalat Limpung.
- c. Untuk mengetahui pengaruh preferensi situasional (X_3) nasabah terhadap pengambilan keputusan memilih produk pembiayaan *akad mudharabah* di BMT Muamalat Limpung.

2. Manfaat Penelitian

Berikut beberapa manfaat dari penelitian ini:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para praktisi lembaga keuangan syariah dan masyarakat luas dalam mengembangkan pembiayaan dengan *akad mudharabah* dimasa yang akan datang.
- b. Mengetahui alasan yang melatar belakangi nasabah BMT Muamalat Limpung dalam melakukan transaksi pembiayaan *akad mudharabah*, sehingga nantinya BMT Muamalat Limpung diharapkan lebih peka

terhadap apa yang disukai atau kecenderungan dari pembiayaan *akad mudharabah*.

- c. Memberikan alternatif pilihan bagi masyarakat dalam menentukan lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam.

1.4 Sistematika Penulisan

Secara umum skripsi ini, disusun dalam tiga bagian utama, yaitu pendahuluan isi dan penutup. Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis serta mudah dipahami, maka pembahasan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, dan masing-masing bab terdiri dari sub bab yang saling berkaitan antara satu dengan bab lainnya. Adapun uraian dari dari masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Terdiri dari halaman judul, nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar dan halaman daftar lampiran.

2. Bagian Isi

Terdiri dari beberapa bab antara lain:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis akan menguraikan mengenai teori-teori yang relevan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III. METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode penelitian yang memiliki beberapa sub bab yaitu: Jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel penelitian dan metode penelitian serta metode analisis data.

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan membahas mengenai obyek penelitian perusahaan, pengujian dan hasil analisis data, pembuktian hipotesis dan pembahasan hasil analisis data.

BAB V. PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan yang berupa hasil rangkuman dari hasil analisis dan pembahasan penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan yang berhubungan dengan obyek dan tujuan penelitian.

3. Bagian Akhir

Bagian ini terdiri dari daftar kepustakaan dan lampiran-lampiran.