

## **Analisis Minat Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah Usaha Mikro**

**A.Muslimin, Ambariyani, Roro**

Dosen Institut Agama Islam Maarif NU (IAIM NU)

Metro Lampung

E-mail: a.muslimin.iaim@gmail.com, [ambariyani3@gmail.com](mailto:ambariyani3@gmail.com), roroiaimnu@gmail.com

### **Abstrak**

Didalam kegiatan ekonomi maka yang menjadi persoalan yang dihadapi adalah persoalan modal usaha. Persoalan semacam ini paling sering dijadikan sebagai alasan ketika usaha yang dijalankan seseorang tidak berkembang atau meningkat. Oleh karena itu BMT Assyafi'iyah membantu masyarakat untuk melangsungkan usahanya dengan memberikan usaha modal dalam bentuk pembiayaan murabahah untuk membantu peningkatan usaha dan kesejahteraan masyarakat.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana minat nasabah terhadap pembiayaan murabahah usaha mikro di BMT Assyafi'iyah Pekalongan tahun 2017. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui minat nasabah terhadap pembiayaan murabahah usaha mikro di BMT Assyafi'iyah pekalongan. Manfaat penelitian ini ada dua yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, sifat penelitian ini adalah deskriptif, Metode pendekatan peneliti ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, sumber data yang digunakan yaitu : sumber data primer, sumber data sekunder dan sumber data tersier. Alat pengumpul data yang peneliti lakukan yaitu, observasi, wawancara, dokumentasi dan angket. Analisis data yang peneliti gunakan yaitu analisis berfikir induktif.

Hasil penelitian yang telah penelitian lakukan adalah faktor pelayanan yang paling banyak diminati oleh nasabah dalam pembiayaan *murabahah* (jual beli). Dimana nasabah lebih tertarik atau berminat untuk melakukan pembiayaan *murabahah* (jual beli) karna atas dasar faktor pelayanan yang baik.

**Kata Kunci:** *Minat Nasabah, Pembiayaan Murabahah.*

## PENDAHULUAN

*Baitul mal* yang artinya sebagai rumah dana ,dan *baitul tamwil* berarti suatu rumah tempat usaha. *baitul mal* berfungsi untuk pengumpulan dana untuk mentasyaruf kan sebagai kepentingan sosial, sedangkan *baitul tamwil* suatu tempat lembaga bisnis untuk mencari keuntungan (laba).

Didalam *BMT* ada dua jenis kegiatan diantaranya *Baitul Tamwil* dan *Baitul Mal*. *Baitul Tamwil* tempat untuk mengembangkan usaha-usaha produktif dalam bentuk investasi untuk meningkatkan kualitas para pengusaha kecil kebawah dengan memotifasi dan mendorong dalam kegiatan menabung serta peminjaman pembiayaan ekonomi.

Fungsi *BMT* yaitu mengembangkan suatu usaha dan mengembangkan potensi kemampuan ekonomi masyarakat guna meningkatkan kualitas sdm yang lebih tanggh dan profesional.

Ibnu Qudamah dalam bukunya muhni 4/280 mendefinisikan *murabahah* yaitu suatu tempat menjual dengan harga asal dengan perolehan tambahan keuntungan yang telah disepakati dengan kedua belah pihak.<sup>1</sup>

Fatwa DSN MUI tentang *murabahah* bahwa masyarakat memerlukan penyaluran dana dari berbagai sumber seperti bank yang didalamnya berprinsip jual beli, dengan rangka membantu masyarakat untuk melangsungkan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan fasilitas *murabahah* yang memerlukannya, dengan menjual beberapa barang serta menegaskan harga beli asal kepada pembeli dan pembeli tersebut membayarkannya dengan harga memperoleh keuntungan lebih sebagai laba.<sup>2</sup>

Al-Qur'an surat an-nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya:wahai orang-orang yang beriman!janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil(tidak benar),kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu.dan janganlah kamu membunuh dirimu.sungguh,allah maha penyayang kepadamu.(Qs.An-nisa:29).<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Muhammad,Sistem Dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah,(Yogyakarta:UIN Pres,2000),hlm.22

<sup>2</sup> Mardani,Fiqh Ekonomi Syari'ah Fiqh Muamalah, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), hlm.141

<sup>3</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an Dan Terjemahannya, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2006), hlm.65

عن عبد الله بن عمر رضي الله عنهما عن رسول الله صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ قَالَ إِذَا تَبَاعَعَ الرَّجُلَانِ فَكُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا وَكَانَا جَمِيعًا أَوْ يَخِيرُ أَحَدُهُمَا الْأُخْرَ فَتَبَاعَعَا عَلَيَّ ذَلِكَ فَقَدْ وَجِبَ الْبَيْعُ وَإِنْ تَفَرَّقَا بَعْدَ أَنْ يَتَبَاعَعَا وَلَمْ يَتْرُكْ وَاحِدٌ مِنْهُمَا الْبَيْعَ فَقَدْ وَجِبَ الْبَيْعُ.

Artinya: *Dari abdullah bin umar radhiyallahu anhuma, dari rosulullah shalallahu alaihi wa sallam, beliau bersabda, jika dua orang saling jual beli, maka masing-masing diantara keduanya mempunyai hak pilih selagi keduanya belum berpisah, dan keduanya sama-sama mempunyai hak, atau salah diantara keduanya memberi pilihan kepada orang lain, beliau bersabda, jika salah seorang diantara keduanya memberi pilihan kepada orang lain, lalu keduanya menetapkan jual beli atas dasar pilihan itu, maka jual beli menjadi wajib. (HR.Bukhari-Muslim).<sup>4</sup>*

Dengan ayat dan hadits dapat disimpulkan bahwa hal-hal yang menyebabkan terjadinya suatu kecelakaan. Dan bagaimanapun juga dengan cara demikian dapat menyebabkan gejala-gejalanya yang baik di dunia maupun diakhirat. Sesungguhnya Allah selalu menyayangi setiap hambannya sehingga hal seperti itu dilarang kita untuk berbuat demikian. Penetapan dengan hak pilih dengan adanya tempat bagi penjual dan pembeli, dapat dilakukan pengesahan jual beli atau pembatalannya.

Nasabah yang melakukan pembiayaan di BMT Assyafi'iyah pekalongan kebanyakan adalah para pedagang. Karena mereka mengajukan pembiayaan di BMT Assyafi'iyah pekalongan untuk memenuhi kebutuhan dagang dan sebagai tambahan modal mereka guna untuk meningkatkan lebih usaha yang mereka jalankan.

DiIndonesia sudah banyak berkembang lembaga keuangan yang basicnya bukan bank dengan melakukan kegiatan usahanya dibidang keuangan dengan banyak membantu masyarakat. lembaga-lembaga seperti ini perlu dikembangkan kelembagaan, legalitasnya yang telah banyak membantu untuk peningkatan dalam perekonomian masyarakat, khususnya dengan masyarakat miskin dengan penghasilan rendah.

Perkembangan lembaga keuangan yang selalu menyediakan dana untuk kebutuhan modal bagi usaha skala mikro dan usaha skala kecil sangatlah penting.<sup>5</sup> Usaha mikro suatu wujud komitmen dengan membantu para pengusaha kecil dan menengah dalam memberikan fasilitas pembiayaan mikro yang sudah dikelola secara syari'ah. usaha mikro ialah suatu usaha yang dimana terdiri orang perorangan dengan skala kecil dan menengah tersebut sudah

<sup>4</sup> Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 103-104

<sup>5</sup> Eni Suharti, *Undang-Undang Lembaga Keuangan Mikro (UU RI No.1 Tahun 2013)*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hlm. 24-25

memiliki usaha sendiri serta mempunyai tempat usaha yang menetap dan tidak berpindah-pindah.<sup>6</sup>

Berdasarkan fenomena tersebut, maka diperlukan suatu kajian yang mendalam untuk mengetahui minat nasabah yang ada di BMT, karena itu penulis melakukan penelitian dengan judul “Analisis Minat Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah Usaha Mikro di BMT Assyafi’iyah Pekalongan Tahun 2017”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : ”Bagaimana Minat Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah Usaha Mikro di BMT Assyafi’iyah Pekalongan Tahun 2017?

### **Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui minat nasabah terhadap pembiayaan murabahah di BMT Assyafi’iyah Pekalongan tahun 2017.

## **KAJIAN TEORITIK**

### **1. Minat Nasabah**

#### **a. Klasifikasi Minat**

Minat yaitu segala pemusatan perhatian yang telah tidak disengaja yang sudah terlahir dengan penuh rasa kemauan yang dapat tergantung dari bakat dan lingkungan sekitarnya.<sup>7</sup>

Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan suatu rasa ketertarikan kepada suatu hal-hal aktivitas, tanpa ada orang lain yang menyuruh. Minat pada hakikatnya yaitu suatu penerimaan akan hubungan-hubungan antara diri sendiri dengan seseorang diluar dari diri sendiri semakin kuat atau semakin dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Crow and Crow dia mengatakan minat yaitu hubungan yang berkaitan dengan gaya gerak yang selalu mendorong seseorang untuk melakukan dan menghadapi segala sesuatu berurusan dengan orang lain, dan benda, serta kegiatan-kegiatan, pengalaman yang dapat dirangsang oleh suatu kegiatan itu sendiri.

---

<sup>6</sup>Wawancara Dengan Bapak Johan Efendi (Accoun Officer) BMT Assyafi’iyah Pekalongan, 1-Maret 2018

<sup>7</sup>Agus Sujanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm.92

Jadi, minat itu dapat diekspresikan dengan melalui pernyataan yang telah menunjukkan bahwa diri lebih menyukai sesuatu hal dari pada hal-hal yang lainnya, dapat juga dimanifestasikan dengan melalui partisipasi kedalam suatu aktivitas. minat itu tidak dibawa sejak kita lahir, yaitu diperoleh kemudian hari.<sup>8</sup>

Minat nasabah terhadap suatu produk yang bisa ditawarkan oleh suatu kelembagaan dapat dipengaruhi oleh banyak beberapa faktor yang mempengaruhinya. oleh karena itu, minat adalah aspek psikis yang sudah dimiliki oleh seseorang yang bisa menimbulkan suatu rasa suka dengan ketertarikan terhadap segala sesuatu yang dapat mempengaruhi akan tindakan orang-orang tersebut. seseorang yang berminat terhadap suatu objek jika objek tersebut bisa memberikan kepuasan tersendiri bagi orang tersebut dan memberikan suatu rasa kesenangan bila berkecimpung kedalam objek tersebut sehingga akan muncul cenderung, memperhatikan perhatian yang sangat besar terhadap suatu obyek. oleh karena itu, kesan pertama yang dapat dilihat oleh nasabah dalam suatu penawaran yang dapat dilakukan oleh pihak-pihak lembaga sangat berpengaruh terhadap suatu keputusan nasabah dalam menentukan pemilihan objek, yang didalam hal ini adalah pemilihan suatu produk pembiayaan.

## **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat**

### **1) Faktor Produk**

suatu produk pembiayaan yaitu suatu hal sangat penting guna untuk menarik seseorang untuk dapat menggunakannya. adapun indikator-indikator yang dapat digunakannya adalah produk-produk yang bervariasi, dan kesesuaian dengan tujuan serta kebutuhan, persyaratan yang sangat ringan, dengan biaya administrasi yang sangat murah, dan jasa-jasa pembiayaan yang lebih rendah dibandingkan dengan bunga kredit.

### **2) Faktor Promosi**

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dapat ditujukan untuk mempengaruhi nasabah supaya mereka dapat lebih mengenal produk-produk yang akan ditawarkan oleh pihak-pihak *BMT* tersebut kepada para

---

<sup>8</sup>Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 121

nasabah yang dikemudian hari diharapkan nasabah menjadi senang selalu menggunakannya. adapun suatu indikator yang digunakan diantaranya yaitu publisitas, tersedianya suatu media informasi, dan diadakannya undian dan *doorprice*

### **3) Faktor Pelayanan**

Pelayanan merupakan segala suatu tindakan langsung yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah demi terciptanya suatu loyalitas dan kepuasan terhadap nasabah. Suatu kualitas pelayanan yang dapat diberikan oleh BMT sangat berperan penting didalam mempengaruhi seseorang untuk terus menggunakan produk-produk pembiayaan yang dimiliki oleh BMT. adapun indikator-indikator yang selalu digunakan yaitu keramahan pelayanan, dan keefisiensi serta kecepatan dalam pelayanan, kejelasan terhadap informasi, pelayanan yang sesuai dengan keinginan serta kebutuhan, serta pelayanan yang merata tidak membedakan terhadap status sosial lainnya.

### **4) Faktor Fasilitas Pelayanan**

Fasilitas pelayanan pun tidak jauh berbeda dengan kualitas pelayanan yang sangat berpengaruh pula terhadap seseorang untuk dapat menggunakan suatu pembiayaan yang dimiliki *BMT* tersebut. adapun indikator-indikator yang dapat digunakan adalah tersedianya fasilitas yang sangat memadai, kenyamanan suatu ruangan kantor *BMT*, serta tampilan gedung yang sangat menarik. sehingga nasabah tersebut dapat merasa kenyamanan ketika berada didalam kantor guna untuk melakukan suatu transaksi.

### **5) Faktor Kebutuhan**

Kebutuhan yaitu sifat alamiah dimiliki seseorang sehingga dapat dijadikan sebagai suatu motivasi didalam berperilaku, yaitu dengan memanfaatkan suatu fasilitas pembiayaan yang ada di *BMT* tersebut. Adapun indikator-indikator yang telah digunakan adalah dengan adanya suatu kebutuhan yang mendesak, dan untuk modal usaha, serta kondisi-kondisi keuangan yang terlalu minim.

## 6) Faktor Referensi

Referensi adalah suatu kelompok-kelompok sosial yang dapat digunakan sebagai tolak ukuran seseorang didalam membentuk suatu kepribadian dan perilakunya. adapun indikator-indikator yang dapat digunakan adalah telah mengenal secara baik dengan salah satu atau lebih karyawan *BMT* tersebut, pengaruh teman-teman atau saudara-saudara, ketertarikannya muncul setelah melihat kelompok referensi lain mendapatkan dana-dana pembiayaan, serta adanya anjuran-anjuran dari kelompok-kelompok referensi lain untuk mengajukan suatu permohonan pembiayaan.<sup>9</sup>

## 7) Faktor Kemudahan

Khususnya kemudahan didalam mendapatkan jasa dimana turut ikut berperan penting untuk menarik seseorang menggunakan jasa-jasa pembiayaan yang telah disediakan oleh pihak *BMT* tersebut. adapun indikator-indikator yang dapat digunakan yaitu lokasi strategis yang dengan mudah dijangkau, dengan pelayanan sistem “jemput bola”, dan kemudahan didalam prosedur-prosedur untuk mendapatkan dana pembiayaan yang dekat dengan tempat tinggalnya.

## 8) Faktor Keyakinan

Keyakinan yakni pemahaman keagamaan yang seseorang memiliki peran tersendiri didalam membentuk perilaku dari orang-orang tersebut, yaitu dengan memilih suatu produk yang baik juga terbebas dari larangan-larangan agama. adapun indikator-indikator yang dapat digunakan adalah kesesuaian produk-produknya dengan syari’ah islam, serta terbebas dari bunga, akadnya didalam melakukan suatu transaksi, serta keyakinan akan adanya keharaman bank konvensional.

Dari beberapa faktor diatas, dapat diharapkan nantinya menghasilkan suatu gambaran yang akan dijadikan suatu kesimpulan tersendiri dari minat nasabah didalam mengambil suatu keputusan untuk menentukan suatu produk, yang didalam hal ini adalah produk murabahah, usaha mikro di *BMT Assyafi'iyah* Pekalongan.

---

<sup>9</sup> Ujjianto, “ Analisis Faktor-Faktor Yang Menimbulkan Kecenderungan Minat”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*, Jawa Timur: Stikes , Volume 6, Nomor 1, Mei, 2004, Hlm. 53

## 2. Pembiayaan

### a. Definisi pembiayaan

Pembiayaan yaitu suatu aktivitas bank syari'ah didalam menyalurkan dananya kepada pihak lain serta selain bank berdasarkan dengan prinsip syari'ah.<sup>10</sup> Menurut perUndang-Undangan Pokok Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Pembiayaan yaitu:

Pembiayaan yaitu suatu lembaga penyediaan uang atau tagihan yang bisa dipersamakan dengan hal itu, berdasarkan dengan persetujuan-persetujuan, kesepakatan yang didalamnya terdapat hal pinjam meminjam antara suatu bank dengan pihak lainnya yang dapat mewajibkan pihak-pihak yang dibiayai untuk dapat mengembalikan uang atau tagihannya tersebut setelah jangka waktu tertentu yang telah ditetapkan dengan suatu imbalan atau bagi hasil.<sup>11</sup>

Pembiayaan merupakan *I Believe, I Trust*, saya percaya, saya menaruh suatu kepercayaan. Perkataan pembiayaan artinya kepercayaan (*trust*), yaitu suatu lembaga pembiayaan disini selaku shahibul mal menaruh suatu kepercayaan terhadap seseorang untuk dapat melaksanakan amanah yang telah diberikan.<sup>12</sup>

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan yaitu suatu kepercayaan nasabah yang telah diberikan kepada pihak lembaga keuangan dalam suatu aktifitas kegiatan penyaluran dana terhadap pihak yang sedang membutuhkan, untuk bisa dipergunakan didalam aktifitas yang secara produktif sehingga anggota tersebut dapat melunasi pembiayaan-pembiayaan tersebut.

#### 1) Dasar Hukum Pembiayaan

##### (a) *Al Qur'an*

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

<sup>10</sup>Ismail, *Perbankan Syari'ah*, hlm.105

<sup>11</sup>Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada,2008), hlm. 274

<sup>12</sup>Veithzal Rivai, Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 3



Artinya: “...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (Q.S. Al-Baqoroh: 275).<sup>13</sup>

**(b) Al-Hadits**

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرْكََةُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمُقَارَضَةُ، وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ.  
(رواه ابن ماجه)

Artinya: “Tiga hal perkara yang didalamnya terdapat suatu keberkatan: yang menjual dengan pembayaran secara tangguh, muqaradhah (nama lain dari mudharabah), dan mencampurkan gandum dengan tepung untuk keperluan rumah serta tidak untuk dijual” (HR. Ibnu Majah).

Berdasarkan keterangan ayat dan hadits diatas bahwa Allah selalu membolehkan hambanya untuk berbuat jual beli dan cara melakukan suatu pembayaran secara tangguh yang sesuai dengan kesepakatan diantara kedua belah pihak dengan bertujuan untuk mendapatkan segala suatu jalan yang sah.

### 3. Murabahah

#### a. Definisi Murabahah

*Murabahah* merupakan suatu akad jual beli barang dengan menyatakan suatu harga perolehan asal serta keuntungan (*margin*) yang telah disepakati oeh para penjual dan para pembeli.<sup>14</sup>

*Murabahah* merupakan suatu akad jual beli dengan barang tertentu, dimana sipenjual menyebutkan harga asal dengan sipembelian barang kepada pembeli lalu kemudian menjualnya kepada pihak sipembeli dengan mensyaratkan perolehan keuntungan dengan harapan sesuai pada jumlah yang telah ditentukan.<sup>15</sup>

Menurut Veithzal Rivai, jual beli *murabahah* merupakan suatu akad jual beli atas suatu barang tertentu dengan harga yang telah disepakati antara sipenjual dan sipembeli, yang sebelumnya sipenjual telah menyebutkan dengan harga sebenarnya yang perolehannya atas suatu barang tersebut dan besarnya keuntungan yang telah diperoleh.

<sup>13</sup> Departemen Agama RI, *Al Quran dan Terjemahnya*, hlm. 43

<sup>14</sup> Adiwarman Karim, *Bank Islam*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2010),hlm.113

<sup>15</sup> Ismail, *Perbankan Syari'ah*, hlm.138

## b. Dasar Hukum *Murabahah*

### 1) *Al-Qur'an*

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: Allah telah menghalalkan suatu jual beli dan mengharamkannya riba. (QS. Al-Baqarah: 275).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ...

Artinya: wahai orang-orang beriman! Apabila kamu telah melakukan suatu utang piutang dalam waktu yang telah ditentukan, maka hendaklah kamu menuliskannya. (Qs. al-baqarah: 282).<sup>16</sup>

### 2) *Al-Hadits*

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ  
الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا أَوْ قَالَ حَتَّىٰ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيْنَا بَوْرَكَ كَهَمَا فِي  
بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا\* (صحيح البخاري)

Dari hakim bin hizam beliau berkata, bersabda rosullah saw: "dua orang berjual beli itu berhak untuk memilih selama keduanya belum terpisah", atau beliau juga bersabda: "sehingga keduanya telah berpisah." jika keduanya sama-sama jujur dan terus terang, maka keduanya telah mendapatkan berkah dalam bentuk jual belinya. jika diantara keduanya berani menyembunyikan dan saling berdusta maka dihapuslah berkah untuk jual belinya tersebut." (HR. Bukhari, kitab al buyu').<sup>17</sup>

Berdasarkan kedua hadits diatas bahwa suatu akad jual beli *Murabahah* yang dilakukan harus dengan suka sama suka, serta jujur untuk hal terus terang diantaranya masing-masing pihak yang sedang melakukan transaksi. dan dari segala bentuk ketentuan itu yang selalu terdapat didalam yaitu jual beli *Murabahah*, harus dengan mendapat persetujuan dan rasa kerelaan diantara pihak nasabah dan pihak *BMT*, serta tidak bisa ditentukan secara sepihak.

<sup>16</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2006). hlm. 36-37

<sup>17</sup> Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadits Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2012), hlm. 104

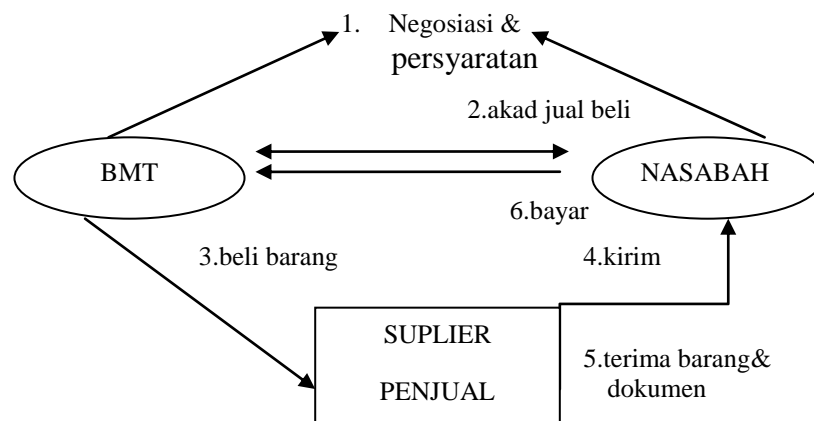
### c. Rukun Dan Syarat *Murabahah*

Rukun akad jual beli untuk *Murabahah* sama halnya dengan akad jual beli pada umumnya yaitu:

- 1) Adanya penjual
- 2) Adanya pembeli
- 3) Barang yang perjualkan
- 4) Adanya Akad atau ijab kabul.

### d. Syarat-Syarat Jual Beli *Murabahah* Yaitu:

- 1) Pihak berakad harus yang cakap hukum tidak dalam keadaan yang terpaksa.
- 2) Barang yang menjadi suatu objek transaksi merupakan suatu barang yang halal serta harus jelas ukuran, jenis serta jumlahnya.
- 3) Harga barang dinyatakan dengan cara transparan (harga pokok dengan komponen keuntungan) dengan mekanisme pembayarannya harus disebutkan dengan jelas.
- 4) Penyertaan serah terima didalam ijab kabul harus diperjelas serta menyebutkan secara spesifik kepada pihak-pihak yang terlibat dalam akad tersebut.<sup>18</sup>



Gambar.1 Skema Murabahah

### Keterangan:

Dari skema aplikasi perbankan diatas bahwa murabahah dapat dijelaskan diantara nasabah dan *BMT* melakukan negosiasi atas barang apa yang akan dibeli atau dipesan. disana terjadi suatu akad jual beli diantara *BMT* dan nasabah, *BMT* langsung menyebutkan atas suatu keuntungan (*margin*) yang akan diambil. *BMT* membelikan suatu barang yang sudah dipesan oleh nasabah kepada sipenjual atau dengan sipembuat barang dan *BMT* menyuruh

<sup>18</sup>Imam Mustafa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, hlm.60-62

sipenjual untuk mengirim barang kepada nasabah yang telah memesan barang tersebut. dan nasabah menerima barang tersebut disertakan dokumen-dokumen yang akan dibayarkannya kepada pihak *BMT*.

Dengan demikian telah terjadi suatu transaksi *Murabahah*, transaksi *Murabahah* merupakan suatu akad penyediaan barang yang berdasarkan atas akad jual beli, dimana sipenjual (*BMT*) menyerahkan barangnya yang dibutuhkan pembeli (nasabah) dengan suatu tambahan keuntungan yang telah disepakati pada saat terjadinya akad.

#### **4. Usaha Mikro,Kecil Dan Menengah (UMKM)**

##### **a. Definisi Usaha Mikro,Kecil Dan Menengah (Umkm)**

Usaha mikro, kecil maupun menengah ( *UMKM*) memiliki suatu definisi yang berbeda-beda pada setiap literatur menurut beberapa insani atau lembaga-lembaga bahkan undang-undang. sesuai pada undang-undang nomor 20 tahun 2008 yang mengenai tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, *UMKM* didefinisikan sebagai berikut:<sup>19</sup>

- 1) Usaha mikro merupakan suatu usaha produktif yang dimiliki orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang telah memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana telah diatur dalam undang-undang ini.
- 2) Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang telah berdiri sendiri, yang dilakukan oleh beberapa orang perorangan atau badan usaha yang disini bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang telah dimiliki, dan dikuasai, atau bahkan menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari suatu usaha menengah atau pun usaha besar yang memenuhi beberapa kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksudkan didalam undang-undang ini.
- 3) Usaha menengah merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang telah berdiri sendiri, yang dilakukan oleh beberapa orang perorangan atau bahkan badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan tersebut atau cabang

---

<sup>19</sup> Lies Indriyatni, Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Semarang: STIE Semarang, Volume 5, Nomor 1, Februari, 2013 Hlm. 58

perusahaan yang telah dimiliki, dan dikuasai, atau bahkan menjadi bagian baik langsung maupun secara tidak langsung.<sup>20</sup>

#### **b. Dasar Hukum Usaha Mikro**

Berdasarkan pada undang-undang republik indonesia nomor 20 tahun 2008 yang berkaitan tentang usaha mikro, kecil maupun menengah. Pada BAB II asas-asas dan tujuan dalam pasal 2 Usaha mikro, kecil maupun menengah berasaskan. Pada kekeluargaan, dan demokrasi ekonomi, serta kebersamaan, dan efisiensi keadilan, berkelanjutan, dan berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan serta kesatuan ekonomi nasional.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan ( field research) yaitu penelitian kualitatif, suatu data yang dapat diungkapkan kedalam bentuk kalimat yang terdapat beberapa uraian-uraian.<sup>21</sup> Penelitian lapangan yang dilakukan penulis ialah dengan melakukan research secara langsung di BMT Assyafi'iyah pekalongan.

#### **Metode Pendekatan**

Metode pendekatan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif ialah penelitian secara alamiah yang menekankan kepada kealamiahannya yang ada pada sumber data.<sup>22</sup> Sedangkan pendekatan deskriptif yaitu pendekatan yang dibuat untuk suatu pencandraan (deskriptif) mengenai keadaan situasi-situasi serta kejadian-kejadian.<sup>23</sup>

#### **Sumber Data**

##### **Sumber data primer**

Data primer yaitu suatu data yang dapat diambil dari sumber pertama yang terdapat dilapangan.<sup>24</sup> sumber data primer dalam penelitian ini adalah BMT Assyafi'iyah Pekalongan dan Usaha Mikro.

---

<sup>20</sup> Dani Danuar Tri U, *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif*, Semarang, 2013.

<sup>21</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 124

<sup>22</sup> Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), Hlm.2

<sup>23</sup> Sumadi Surya Subrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2010), hlm.76

<sup>24</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2013, hlm. 128

## **Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah suatu data yang dapat diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.<sup>25</sup> sumber data sekunder yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen resmi di BMT. Data sekunder umumnya berupa bukti catatan laporan-laporan yang telah tersusun rapi didalam arsip (data documenter) yang dipublikasikan dan data yang tidak dipublikasikan antara lain brosur, file sejarah, visi misi dan laporan usaha mikro di BMT.

## **Sumber data tersier**

Sumber data tersier adalah suatu perkumpulan serta informasi dari sumber primer dan sekunder.<sup>26</sup> Data tersier berupa bahan bacaan lain berupa karya ilmiah, literatur-literatur, hasil penelitian yang akan berkaitan dengan masalah yang akan dibahas atau diteliti dalam skripsi ini.

## **Teknik pengumpulan data**

### **Observasi**

Observasi ialah pengamatan menurut burhan bungin yaitu suatu kegiatan sehari-hari manusia yang selalu menggunakan pancaindranya yaitu mata sebagai alat bantu untuk melihat dan telinga untuk mendengar, penciuman untuk mencium, mulut untuk berbicara, dan kulit untuk merasakan perabaan.<sup>27</sup>

### **Wawancara**

Wawancara yaitu suatu proses untuk memperoleh keterangan- keterangan dengan tujuan penelitian untuk bertatap muka langsung antara pewawancara dan responden atau sumber orang yang akan diwawancarai.<sup>28</sup>

### **Dokumentasi**

Metode dokumentasi yaitu suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk pengumpulan data-data yang berupa data-data tertulis yang didalamnya mengandung unsur keterangan-keterangan serta penjelasan dengan pemikiran tentang kejadian yang masih aktual sesuai

---

<sup>25</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, hlm 128

<sup>26</sup> Arif Syahrul Tiro “ Sumber Primer, Sekunder, Dan Tersier” Dalam, [Http://Ariefsyahrultiro.Blogspot.Com/2012/10/Sumber-Primer-Sekunder](http://Ariefsyahrultiro.Blogspot.Com/2012/10/Sumber-Primer-Sekunder). Html, Diunduh Pada Tanggal 23 Maret 2018

<sup>27</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, hlm. 142

<sup>28</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, hlm. 133

dengan masalah penelitian.<sup>29</sup> data yang dibutuhkan dalam penelitian ini antara lain. dokumen-dokumen mengenai sejarah, visi dan misi BMT dan jenis usaha mikro yang diterapkan di BMT.

### **Populasi Dan Sampel**

Populasi yaitu suatu wilayah yang terdiri dengan suatu objek atau subjek yang mempunyai suatu kualitas dengan karakter tertentu yang dapat ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari kemudian dapat ditarik suatu kesimpulannya.<sup>30</sup> Berdasarkan keterangan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa populasi yaitu semua jumlah individu yang menjadi sasaran penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 10 anggota.

Menurut sugiyono sampel merupakan “ suatu bagian dari jumlah yang telah dimiliki oleh populasi tersebut”. bila populasi besar, dan penelit tidak mungkin dapat mempelajari seluruhnya yang terdapat pada populasi.<sup>31</sup> didalam kestandaran umum pengambilan suatu sampel apabila subjek kurang dari 100, lebih baik diambil semua, selanjutnya jika jumlah subjeknya lebih dari dapat diambil 10-15% atau lebih.

### **Teknik analisis data**

Analisis data yaitu suatu proses penyederhanaan data-data ke dalam bentuk yang dapat mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan.<sup>32</sup> teknik yang digunakan dalam menyusun penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. metode deskriptif kualitatif yaitu suatu metode penelitian yang didalamnya menggambarkan variabel yang ada dilapangan tidak memerlukan skala hipotesis yang sifatnya hanya menggambarkan dengan menjabarkan temuan-temuan yang ada dilapangan.

### **Paparan Data Hasil Penelitian**

#### **1. Deskripsi Responden**

Responden dalam penelitian ini mengambil sampel berjumlah 10 anggota BMT Assyafi'iyah pekalongan yang melakukan pembiayaan jual beli/*murabahah*. Responden diklasifikasikan berdasarkan karakter jenis kelamin, usia, pekerjaan. Deskripsi responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

---

<sup>29</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm.152

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, ( Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 118

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, hlm 118

<sup>32</sup> Masri Singarimbun Dan Sofyan Effendi, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: LP3ES, 1989), hlm.263

No	Jenis kelamin	Jumlah
1	Pria	132
2	Wanita	115
Total		247

**Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin<sup>33</sup>**

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dari responden jenis kelamin, pria lebih banyak dari pada wanita. Karena dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa memang responden yang banyak ditemui dan merupakan anggota BMT Assyafi'iyah pekalongan adalah pria.

No	Umur	Jumlah
1	20-30 tahun	35
2	$\geq 35$ tahun	97
3	35-45 tahun	85
4	45-60 tahun	30
Total		247

**Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Rentang Usia<sup>34</sup>**

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang paling banyak yaitu berasal dari usia  $\geq 35$  tahun. Dari hasil data diatas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini merupakan responden didalam usia produktif/aktif.

No	Pekerjaan	Jumlah
1	Pedagang	127
2	Petani	119
3	Pegawai negeri	1

<sup>33</sup> Wawancara Dengan Bapak Maryadi ( Marketing BMT Assyafi'iyah Pekalongan), Pada Tanggal 17 Mei 2018

<sup>34</sup> Wawancara Dengan Bapak Maryadi (Marketing BMT Assyafi'iyah Pekalongan), Pada Tanggal 17 Mei 2018



<b>Total</b>	<b>247</b>
--------------	------------

**Tabel 5.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang paling banyak terdiri dari segi pekerjaan yaitu pedagang. Sedangkan pekerjaan kedua adalah jenis petani. Dengan hal demikian bahwa dapat dijelaskan bahwa responden kebanyakan adalah pedagang.

## 2. Minat Nasabah

Minat merupakan suatu kesadaran yang ada dalam jiwa seseorang untuk mendorong pergerakan hati yang dapat menimbulkan suatu ketertarikan akan suatu hal. Minat juga bisa dikatakan sebagai kecenderungan seseorang untuk memilih dan melakukan aktivitas yang menimbulkan sikap perhatian, rasa senang dan pengalaman.<sup>35</sup>

Minat suatu daya tarik yang dapat memberikan perhatian terhadap keinginan akan suatu hal untuk menentukan sesuatu yang akan dimiliki oleh hati seseorang. Kemudian dapat memberikan rasa ketertarikan yang membuat rasa senang menaruh perhatian terhadap seseorang.<sup>36</sup>

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu rasa ketertarikan atau kecenderungan seseorang akan suatu hal yang dapat menimbulkan daya tarik tersendiri untuk memilih dan melakukan aktivitas dan rasa senang, perhatikan yang dari hal ini tidak ada paksaan dari orang lain, melainkan rasa itu timbul sendiri dari hati.

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>PEKERJAAN</b>	<b>ALAMAT</b>
1	Arif	Pedagang	Gondang rejo
2	Samsul	Pedagang	Gondang rejo
3	Subandi	Pedagang	Sidodadi
4	Turmin	Pedagang	Sidodadi
5	Sukino	Pedagang	Pekalongan

<sup>35</sup>Wawancara Dengan Bapak Maryadi (Marketing Bmt Assyafi'iyah Pekalongan) Pada Tanggal 22 Mei 2018

<sup>36</sup>Wawancara Dengan Bapak Maryadi (Marketing BMT Assyafi'iyah Pekalongan) Pada Tanggal 22 Mei 2018

6	Martadi	Pedagang	Pekalongan
7	Yatno	Pedagang	Gondang rejo
8	Abdullah	Pedagang	Gondang rejo
9	Suharsimin	Pedagang	Sidodadi
10	Annisa	Pedagang	Gondang rejo

**Tabel 7.7 Sampel Data Responden**

NO	Faktor Minat	Minat pembiayaan murabahah di BMT Assyafi'iyah Pekalongan		TOTAL
		TIDAK	YA	
1	Produk	8	2	10
2	Promosi	5	5	10
3	Pelayanan	1	9	10
4	Fas. Pelayanan	10	-	10
5	Kebutuhan	6	4	10
6	Referensi	2	8	10
7	Kemudahan	3	7	10
8	Keyakinan	7	3	10

**Tabel 8.8 Minat Responden**

Berdasarkan tabel diatas dari hasil wawancara terhadap responden dalam hal ini adalah nasabah BMT Assyafi'iyah pekalongan diketahui bahwa secara keseluruhan responden dalam melakukan pembiayaan di BMT Assyafi'iyah pekalongan untuk modal tambahan usaha anggota. Dari hasil wawancara dengan 10 responden mengatakan bahwa anggota ada ketertarikan untuk melakukan pembiayaan di BMT Assyafi'iyah pekalongan didasari atas beberapa faktor yaitu produk, promosi, pelayanan, fasilitas pelayanan, kebutuhan, referensi, kemudahan, keyakinan.

No	Faktor Minat	Minat Pembiayaan Murabahah Di BMT Assyafi'iyah Pekalongan		TOTAL
		TIDAK	YA	
1	produk	8	2	10

**Tabel 9.9 Minat Responden**

Berdasarkan tabel diatas bahwa secara keseluruhan dari 10 responden, 8 responden yang mengatakan **TIDAK** mengetahui akan arti produk-produk pembiayaan jual beli, Dan 2 responden yang mengatakan **YA** mengetahui akan arti produk-produk pembiayaan jual beli. Jadi, dari seluruh responden tidak semuanya mengetahui secara mendalam akan arti produk-produk jual beli atau murabahah.

Dari paparan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa minat responden untuk melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan bukan atas dasar faktor produk-produk dalam pembiayaan jual beli, karena dari 10 responden, 8 responden diantaranya mengatakan **TIDAK** untuk faktor produk dan 2 responden mengatakan **YA** untuk faktor produk-produk pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan.

No	Faktor Minat	Minat Pembiayaan Murabahah Di BMT Assyafi'iyah Pekalongan		TOTAL
		TIDAK	YA	
1	Promosi	5	5	10

**Tabel. 10 Minat Responden**

Berdasarkan tabel diatas bahwa secara keseluruhan dari 10 responden, 5 responden melakukan pembiayaan jual beli bukan atas dasar promosi dan 5 responden melakukan pembiayaan jual beli atas dasar promosi. Jadi, Responden yang mengatakan **YA** dalam ketertarikan untuk melakukan pembiayaan jual beli karena karyawan BMT Assyafi'iyah pekalongan melakukan promosi dengan cara memberikan selang pandang (brosur) kepada responden yang melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan.

Dari paparan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa minat responden untuk melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan bukan atas dasar faktor promosi dalam pembiayaan jual beli, karena dari 10 responden, 5 responden diantaranya mengatakan **TIDAK** untuk faktor promosi dan 5 responden mengatakan **YA** untuk faktor promosi dalam melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan.

No	Faktor Minat	Minat pembiayaan murabahah di BMT Assyafi'iyah pekalongan	TOTAL
----	--------------	---	-------

		TIDAK	YA	
1	pelayanan	1	9	10

**Tabel. 11 Minat Responden**

Berdasarkan tabel diatas secara keseluruhan dari 10 responden, 1 responden mengatakan **TIDAK** untuk faktor pelayanan dan 9 responden mengatakan **YA** untuk faktor pelayanan dalam pembiayaan jual beli, karena pelayan yang diberikan BMT Assyafi'iyah pekalongan untuk pembiayaan jual beli sangat mudah, tidak perlu menunggu lama dan proses sangat cepat. Hanya dengan menjaminkan BPKB motor responden bisa mengajukan pembiayaan. Asalkan nilai jual kendaraan tersebut setara dengan peminjaman yang diajukan.

Dari paparan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa minat responden untuk melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan didasari atas faktor pelayanan dalam pembiayaan jual beli. Oleh karena itu dari 10 responden, 1 responden mengatakan **TIDAK** untuk faktor pelayanan dan 9 responden mengatakan **YA** untuk faktor pelayanan dalam pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan.

No	Faktor Minat	Minat Pembiayaan Murabahah Di Bmt Assyafi'iyah Pekalongan		TOTAL
		TIDAK	YA	
1	Fas.Pelayanan	10	-	10

**Tabel .12 Minat Responden**

Berdasarkan tabel diatas bahwa secara keseluruhan dari 10 responden semuanya mengatakan melakukan pembiayaan jual beli bukan atas dasar faktor fasilitas pelayanan.

Dari paparan keterangan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa minat responden dalam melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan bukan atas dasar faktor fasilitas pelayanan. karena fasilitas pelayanan dalam pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah kurang memadai untuk tempat duduk, ketika ada 3 anggota nasabah yang melakukan transaksi di BMT Assyafi'iyah pekalongan dan ada anggota lagi yang ingin melakukan transaksi di BMT Assyafi'iyah maka anggota tersebut harus berdiri selama transaksi berlangsung. Oleh karena itu, dari 10 anggota mengatakan **TIDAK** atas faktor fasilitas pelayanan dalam

pembiayaan jual beli untuk ketertarikan anggota dalam melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan.

No	Faktor Minat	Minat Pembiayaan Murabahah Di BMT Assyafi'iyah Pekalongan		TOTAL
		TIDAK	YA	
1	Kebutuhan	6	4	10

**Tabel 13 Minat Responden**

Berdasarkan tabel diatas bahwa secara keseluruhan dari 10 responden 6 mengatakan **TIDAK** untuk faktor kebutuhan dan 4 responden mengatakan **YA** dalam melakukan pembiayaan jual beli karena faktor kebutuhan dengan sebagian untuk tambahan modal usaha.

Dari paparan keterangan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa minat responden untuk melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan bukan atas dasar faktor kebutuhan dalam pembiayaan jual beli, dari 10 responden, 6 mengatakan **TIDAK** dan 4 mengatakan **YA** untuk faktor kebutuhan dalam pembiayaan jual beli.

No	Faktor Minat	Minat pembiayaan murabahah di BMT Assyafi'iyah pekalongan		TOTAL
		TIDAK	YA	
1	Refereansi	2	8	10

**Tabel 14 Minat Responden**

Berdasarkan tabel diatas bahwa secara keseluruhan dari 10 responden, 2 responden mengatakan **TIDAK** untuk faktor referensi dan 8 responden mengatakan **YA** dalam melakukan pembiayaan jual beli atas dasar faktor referensi, karena ada salah satu anggota keluarga atau saudara yang terlebih dahulu melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan.

Dari paparan keterangan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa minat responden untuk melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan tidak keseluruhannya mengatakan **YA** atas dasar faktor referensi, oleh karena itu dari 10 responden, 2 responden diantaranya mengatakan **TIDAK** untuk faktor referensi dalam pembiayaan jual beli dan 8 responden mengatakan **YA** dalam melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan atas dasar faktor referensi.

No	Faktor Minat	Minat pembiayaan	TOTAL
----	--------------	------------------	-------

		murabahah di BMT Assyafi'iyah pekalongan		
		tidak	Ya	
1	Kemudahan	3	7	10

**Tabel 15 Minat Nasabah**

Berdasarkan tabel diatas bahwa secara keseluruhan dari 10 responden, 4 responden melakukan pembiayaan jual beli bukan atas dasar kemudahan dan 6 responden melakukan pembiayaan jual beli atas dasar kemudahan. karena faktor kemudahan dalam melakukan pembiayaan jual beli diantaranya tidak perlu datang ke BMT Assyafi'iyah pekalongan, pihak BMT sendiri lah yang datang kerumah responden tanpa perantara yang dalam hal ini bisa disebut dengan sistim "***Jemput Bola***".

Dari paparan keterangan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa minat responden dalam melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan bukan atas dasar faktor kemudahan dalam pembiayaan jual beli, karena dari 10 responden 4 mengatakan **TIDAK** atas dasar faktor kemudahan dan 6 responden mengatakan **YA** atas dasar faktor kemudahan dalam melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan.

No	Faktor Minat	Minat Pembiayaan Murabahah Di BMT Assyafi'iyah Pekalongan		TOTAL
		TIDAK	YA	
1	Keyakinan	7	3	10

**Tabel 16 Minat Responden**

Berdasarkan tabel diatas bahwa secara keseluruhan dari 10 responden, 7 responden mengatakan **TIDAK** untuk faktor keyakinan dan 3 responden mengatakan **YA** untuk faktor keyakinan. Didalam melakukan pembiayaan jual beli responden yang mengatakan **YA** atas dasar keyakinan karena responden telah berkali-kali melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan, dan responden yang mengatakan **TIDAK** atas dasar keyakinan karena responden melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan untu yang pertama kalinya.

Dari paparan keterangan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa minat responden untuk melakukan pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan bukan atas dasar faktor keyakinan dalam pembiayaan jual beli karena dari 10 responden, 7 responden mengatakan **TIDAK** atas dasar faktor keyakinan

dan 3 responden mengatakan **YA** untuk faktor keyakinan dalam pembiayaan jual beli di BMT Assyafi'iyah pekalongan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan faktor yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah dalam melakukan pembiayaan *murabahah* (jual beli) adalah faktor pelayanan dalam pembiayaan *murabahah* ( jual beli). Dimana nasabah lebih tertarik atau berminat untuk melakukan pembiayaan *murabahah* (jual beli) karna atas dasar faktor pelayanan yang baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Mardani, *Fiqih Ekonomi Syari'ah Fiqh Muamalah*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2012
- Syafi'i Antonio Muhammad, *Bank Syari'ah Dari Teori Dan Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001
- Muhammad, *Sistem Dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UII Pres, 2000
- Suharti Eni, *Undang-Undang Lembaga Keuangan Mikro*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013
- Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syari'ah Di Indonesia*, Jakarta: Prenadamedia, 2015
- Sadrah Engkos, *BMT Bank Islam Instrumen Lembaga Keuangan Islam*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004
- Soemita Andri, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Jakarta: Kencana, 2009
- Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syari'ah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007
- Hestanto, *Sejarah Dan Badan Hukum Baitul Mal Wat Tamwil(BMT)*, [Http: //Www.Hestanto.Web.Id/Sejarah-Dan-Badan-Hukum-Baitul-Mal-Wat-Tamwil](http://Www.Hestanto.Web.Id/Sejarah-Dan-Badan-Hukum-Baitul-Mal-Wat-Tamwil), Html di unduh pada 17 Maret 2018
- Sujanto Agus, *Psikologi Umum*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006
- Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011
- Karim Adiwarmarman, *Bank Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010
- Ismail, *Perbankan Syari'ah*, Jakarta: Kencana, 2011
- Mustafa Imam, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, Metro: Kaukaba, 2014
- Erwin, *Usaha Mikro*, [Http: //Mybusinessblogging.Com/Entrepreneur/2018/01/05/Smk-Dan-Usaha-Mikro/](http://Mybusinessblogging.Com/Entrepreneur/2018/01/05/Smk-Dan-Usaha-Mikro/), Html.Di Unduh Pada 05 Maret 2018

- Saiman Leonardus, *Kewirausahaan Teori, Praktek Dan Kasus-Kasus*, Jakarta: Salemba Empat, 2015
- J Moeleong Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004
- Surya Subrata Sumadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pres, 2010
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008
- Singarimbun Masri, Effendi Sofyan, *Metodologi Penelitian Survey*, Jakarta:LP3ES, 1989
- Rahardi Kunjana, *Penyuntingan Bahasa Indonesia Untuk Karang Mengarang*, Jakarta: Pt Gelora Aksara Pratama, 2009
- Manan Abdul, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, Jakarta:Kencana,2012
- Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008
- Rivai Veithzal,Arifin Arvian, *Islamic Banking*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010
- Rivai Veithzal,Permata Veithzal Andrian, *Islamic Financial Manajemen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syari'ah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Bandung: Cv Penerbit Diponegoro, 2006
- Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syari'ah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012
- Fatwa Dewan Syari'ah Nasional NO.:04/DSN-MUI/IV/2000
- Muhammad Iwad,Murabahah, [muhammad-iwad.blogspot.co.id/2014/05/murabahah.d.html](http://muhammad-iwad.blogspot.co.id/2014/05/murabahah.d.html)
- Amalia Fadilah, Bai' Al-Murabahah, [amaliafadilah.blogspot.co.id/2012/03/bai-al-murabahah.html](http://amaliafadilah.blogspot.co.id/2012/03/bai-al-murabahah.html)
- Fadli,Bai' Jual Beli Salam, [gudangilmusyariah.blogspot.co.id/2014/05/pengertian-bai-salam.html](http://gudangilmusyariah.blogspot.co.id/2014/05/pengertian-bai-salam.html)
- Kholid Syamsudin, Jual Beli Salam Dan Syaratnya, <https://almanhaj.or.id/3029-jual-beli-salam-dan-syaratnya>, html
- Ahmad Ifham, Definisi Salam Paralel, <https://sharianomics.wordpress.com/2010/11/20/definisi-salam-paralel/>, html



Novrianda, Salam Dan Isthisna', <https://www.scribd.com/doc/183810696/salam-dan-isthisna-docx343r534> , html

Zamharir Juniansyah, Isthisna', [zamsmancunian.blogspot.co.id/2014/02/makalah-isthisna.html](http://zamsmancunian.blogspot.co.id/2014/02/makalah-isthisna.html)

[www.bmtassyafi'iyah.co.id](http://www.bmtassyafi'iyah.co.id)

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2010

Maharsi, “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah”, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Semarang, Fakultas Stie, Volume 9, Nomor 1, Maret, 2007

Setiyawan, “Analisis Karakter Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, Dan Akses Terhadap Minat Menabung Nasabah Nank Danamon”, *Strategi Jurnal Pemasaran*, Surabaya: Fakultas Brawijaya, Volume 2, Nomor 1, Desember, 2013

Sartika Sri Ayu, “Pengaruh Kepercayaan , Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Pengguna Sistem Internet Banking”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, Malang: Universitas Brawijaya, Volume 1, Nomor 1, Februari 2013

Lies Indriyatni, “Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil”, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Semarang: STIE Semarang, Volume 5, Nomor 1, Februari, 2013

Ujiyanto, “ Analisis Faktor-Faktor Yang Menimbulkan Kecenderungan Minat”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*, Jawa Timur: Stikes , Volume 6, Nomor 1, Mei, 2004,

Arif Syahrul Tiro “ Sumber Primer, Sekunder, Dan Tersier” Dalam, [Http://Ariefsyahrultiro.Blogspot.Com/2012/10/Sumber-Primer-Sekunder](http://Ariefsyahrultiro.Blogspot.Com/2012/10/Sumber-Primer-Sekunder). Html

Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, Jakarta: Kencana, 2013

Aan Suhendri, Ahmad Mukhlisin, “Dimensi Ekonomi Islam Dalam Sistem Pembiayaan Bank Syari'ah”, *Jurnal Iqtisaduna*, Metro, Volume 4, Nomor 1 Ed, Juni, 2018