

# ANALISIS ASPEK-ASPEK PENENTU DALAM PERTIMBANGAN NASABAH MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN DI BMT NU CABANG BUNGATAN SITUBONDO

**Siti Nur Aini**

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
[nura140299@gmail.com](mailto:nura140299@gmail.com)

**Masyhuri**

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
[Masyhuri.machfudz@unisma.ac.id](mailto:Masyhuri.machfudz@unisma.ac.id)

**Umratul Khasanah**

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
[um\\_amana@pbs.uin-malang.ac.id](mailto:um_amana@pbs.uin-malang.ac.id)

**Abstract:** The development of the Islamic economy and financial institutions in Indonesia appears to be showing significant progress, one of which is Baitul Maal Wal Tamwil (BMT) NU Bungatan Situbondo Branch. This institution has an important role because it can help and fulfill the wishes of some people, especially Muslims who want the services of Islamic financial institutions to manage their economy in accordance with Shari'a. But behind that, there are inhibiting factors as well as supporting factors that have made BMT NU able to survive amidst the many financial institutions that exist today. To collect the data, the researcher used several methods, namely observation, interviews and documentation, then the data were analyzed using qualitative

descriptive analysis techniques. Based on this research, it can be concluded that there are several determinant aspects for customers in choosing financing products, one of which is customer satisfaction and trust. The development of a product is very much based on the trust of customers when the payment of installments increases sharply, indirectly the fear of consumers has haunted the large installments paid per month. Consumers or customers will pay attention to the quality of a bank, especially from the services and products offered. This motivates customers to use it carefully so as to create a sense of satisfaction for customers.

**Keywords:** Key Aspects of Customers, Financing Products.

## Pendahuluan

Perbankan syariah atau lembaga yang berkaitan dengan Bank Syariah baik itu dari usaha, lembaga, kegiatan, cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha lainnya meskipun masih dalam tahap pengembangan itu tetap merujuk pada prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip ini berasaskan pada nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan dan keuniversalan (rahmatil lil alamin). Di negara kita lembaga keuangan islam mengalami kemajuan yang cukup signifikan, hal ini dapat dibuktikan dengan munculnya lembaga-lembaga keuangan dengan prinsip syariah dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu contoh lembaga keuangan ini adalah Baitul Maal Wal Tamwil (BMT). BMT NU merupakan singkatan dari Baitul Mal Wal Tamwil atau bisa juga ditulis Baitul Maal Wa Baitul Tanwil.<sup>1</sup>

Secara bahasa baitul maal berasal dari bahasa Arab (bait) ialah tempat tinggal serta (al-mal) ialah harta. Jadi baitul mal merupakan tempat tinggal untuk mengumpulkan atau menyimpan harta. Baitul mal adalah suatu lembaga atau pihak (al jihat) yang memiliki tugas khusus menangani segala macam harta umat, baik berupa pendapatan atau pengeluaran Negara. Sedangkan baitul tamwil, secara bahasa (bait) adalah rumah dan (at-Tamwil) adalah pengembangan harta. Jadi, baitul tamwil ialah suatu lembaga yang mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para pengusaha khususnya usaha mikro melalui kegiatan pembiayaan dan menabung (investasi).

---

<sup>1</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), 126.

BMT NU sangat berperan penting karena dapat membantu memenuhi keinginan sebagian kalangan masyarakat khususnya umat muslim yang menginginkan jasa layanan lembaga keuangan dalam mengelola perekonomiannya sesuai dengan ketentuan syariah. Berdirinya lembaga ini untuk memberikan fasilitas masyarakat bawah yang tidak atau jarang terjangkau oleh pelayanan bank Islam (BPR Islam). Prinsip operasional BMT NU didasarkan pada prinsip bagi hasil (profit and loss sharing), serta tidak menggunakan bunga sebagai akses mendapatkan pendapatan karena bunga merupakan riba yang diharamkan. Selain itu dalam mengembangkan produk dan pengoperasionalnya BMT NU mengambil dasar pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW.<sup>2</sup>

BMT NU termasuk dalam kategori lembaga keuangan mikro non bank yang informal, alasannya keberadaan BMT NU tidak membutuhkan legitimasi formal dari Bank Indonesia serta sebagai rumah usaha mandiri tersistem yang merupakan *bayt al-mal wa at-tammil*, yaitu lembaga yang mengembangkan beberapa usaha produktif dan investasi untuk meningkatkan kualitas usaha parapengusaha kecil dan mendorong beberapa investasi dengan tujuan pemberdayaan usaha duniawi dan ukhrawi melalui infak, zakat, sedekah. BMT NU sudah mempunyai pangsa pasar tersendiri, yakni masyarakat kecil yang belum terjangkau oleh layanan perbankan juga bagi para pelaku usaha kecil yang mempunyai berbagai hambatan, sehingga mereka membutuhkan tambahan dana. Jika kalangan pelaku usaha kecil mengalami kesulitan modal/ dana untuk usahanya, bisa meminjam modal/ dana kepada pihak BMT NU.<sup>3</sup>

BMT NU Cabang Bungatan Situbondo mempunyai beberapa produk dan jasa yang siap bersaing dengan produk dan jasa pada bank Islam/ BMT yang lain. Produk tersebut antara lain Tabungan yang meliputi SIAGA (Simpanan Anggota), SIDIK Fathonah (Simpanan Pendidikan Fathonah), SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadi'ah Berhadiah), SIBERKAH (Simpanan Berjangka Mudharabah), SAHARA (Simpanan Haji dan Umrah), SABAR (Simpanan Lebaran), TABAH (Tabungan Mudharabah), TARAWI (Tabungan Ukhrawi), serta produk Pembiayaan yaitu meliputi Mudharabah (Bagi Hasil), Murabahah (Jual Beli), dan Qardul Hasan sehingga masyarakat yang membutuhkan dana dapat memilih akad yang sesuai.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam* (Jakarta: Kencana, 2010), 362.

<sup>3</sup> Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tammil*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 23-24.

<sup>4</sup> Brosur BMT NU Cabang Bungatan Situbondo

Pengembangan suatu produk sangat didasari oleh kepercayaan para nasabah bila mana dalam pembayaran cicilan angsuran meningkat tajam, hal ini secara tidak langsung rasa ketakutan konsumen telah menghantui pada besarnya angsuran yang di bayarkan perbulan. Konsumen atau nasabah akan memperhatikan kualitas dari suatu perbankan seperti pelayanan dan produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakan dan mempertimbangkan dalam mencari kepuasan. **“Analisis Aspek-Aspek Penentu Dalam Pertimbangan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Di BMT NU Cabang Bungatan Situbondo”**

### **Produk Pembiayaan**

Produk merupakan kumpulan dari beberapa ciri fisik atau abstrak yang dapat diterima oleh pembeli untuk memenuhi kebutuhannya. Sedangkan menurut Kotler produk merupakan tiap-tiap tawaran yang bisa memuaskan kebutuhan serta ambisi, baik produk berupa barang maupun jasa.<sup>5</sup> Sedangkan pembiayaan ialah salah satu kegiatan yang harus ada pada sebuah lembaga/ bank, seperti mempersiapkan dana yang dipakai untuk memenuhi kebutuhan beberapa pihak yang termasuk defisit unit.<sup>6</sup> Dalam UU No 10 tahun 1998 perihal perbankan menyebutkan: “Pembiayaan berlandaskan standart syariah ialah menyediakan dana atau tagihan dengan berdasarkan suka sama suka (*‘an taradhin*) antara pihak pemberi kewajiban/bank dengan orang yang menerima kewajiban/nasabah untuk memberikan kembali dana atau tagihan tersebut dalam waktu yang ditentukan dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>7</sup>

Dalam unsur syariah Pembiayaan merupakan point utama karena dengan pembiayaan dapat diperoleh sumber pendapatan utama sehingga menjadi penopang dalam kelangsungan usaha bank. Sebaliknya jika pengelolaannya belum baik maka akan timbul pertimbangan dan berhentinya usaha bank. Landasan syariah tentang pembiayaan dan mendukung upaya restrukturisasi pembiayaan terdapat pada Al- Qur’an ( Surat Al-Baqarah ayat 280) dan Hadist. Dari segi penggunaan, pembiayaan terbagi menjadi dua yakni; *Pertama*, Pembiayaan produktif artinya pembiayaan bertujuan buat memenuhi kepentingan produksi dalam artian pada meningkatkan perjuangan, baik perjuangan produksi,

---

<sup>5</sup> Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran 1. Milenium ed*, (jakarta: PT. Prenhallindo, 2020), 13.

<sup>6</sup> Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001, 160.

<sup>7</sup> Moh. Idil Ghufroon, “*produser dan strategi pemasaran produk pembiayaan dan talangan haji*”. jurnal unuja, Vol 2, No 1 (2011), 2.

perdagangan, maupun investasi. Sedangkan menurut keperluannya, pembiayaan produktif terbagi menjadi dua (pembiayaan modal kerja dan pembiayaan investasi), dan *Kedua*, Pembiayaan konsumtif yakni pembiayaan yang dipakai untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan dalam kebutuhan hidupnya.<sup>8</sup>

Pada dasarnya pembiayaan dipersembahkan oleh dasar kepercayaan. Maka dari itu pembiayaan merupakan persembahan rasa kepercayaan. Dalam artian prestasi yang dilakukan betul-betul harus diyakini akan dikembalikan oleh penerima pembiayaan sinkron dengan kesepakatan bersama. Sesuai hal ini unsur-unsur dalam pembiayaan yaitu meliputi: *Pertama*, Lembaga keuangan, adalah suatu badan usaha yang membiayai pihak lain yang membutuhkan dana. *Kedua*, Kepercayaan, merupakan rasa yakin yang dari pemberi terhadap peminjam bahwa dia akan mengembalikan pinjaman yg diterima sesuai dengan kontrak yang disepakati bersama. *Ketiga*, Akad, adalah suatu perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan antara lembaga keuangan dan pihak nasabah/mitra. *Keempat*, Rentang waktu, artinya masa pengembalian pinjaman yang sudah disepakati. *Kelima*, Akibat, artinya adanya suatu batas waktu saat pengembalian yang menyebabkan suatu risiko tidak tertagihnya pembiayaan (*non performing loan*) dan *Keenam*, Balas jasa, merupakan laba atas pemberian suatu jaminan, jasa tersebut yang biasa kita kenal dengan bagi akibat atau margin.

### **Perilaku Konsumen (Pengambilan Keputusan)**

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang langsung berpartisipasi untuk mendapatkan, memakai, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusulkan tindakan ini. Menurut kamus besar ilmu pengetahuan pengambilan keputusan diartikan sebagai penetapan dalam strategi menurut kriteria tertentu. Penetapan ini bisa 2 atau lebih karena jika hanya terdapat satu jalan, tidak akan ada satu keputusan yang akan diambil.<sup>9</sup>

Pengambilan keputusan bisa diklaim sesuatu yang akan terjadi (output) asal proses mental yang menjadikan kita memilih satu jalur tindakan yang pasti diantara beberapa jalur lain. Dalam proses pengambilan keputusan jelas menghasilkan satu pilihan pasti. Terdapat 2 karakter dalam tujuan pengambilan keputusan yakni bersifat satu (hanya

---

<sup>8</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), Cetakan I, 160-161.

<sup>9</sup> Dangun M. Save. 2006. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta : Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (L.PKN), 185.

satu masalah, tidak berhubungan dengan problem lain) dan tujuan yang bersifat double (persoalan saling berkaitan).

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller<sup>10</sup> ada beberapa aspek dalam pengambilan keputusan yakni: *Satu*, Menemukan masalah adalah langkah untuk membangun tujuan yang tertata, menjelaskan masalah secara tepat, bertindak dengan berfikir dalam suatu tujuan, menerangkan dan menanyakan serta mengerti bahwa membuat pilihan adalah langkah yang intelektual. *Kedua*, Mendeskripsikan beberapa pilihan merupakan usaha dalam memilih pilihan, memilah informasi, mengkaji pilihan, menjabarkan ketepatan sumber informasi serta memodifikasikan beberapa pilihan. *Ketiga*, Meninjau konsekuensi merupakan bagian yang kuarsal buat menggambarkan laba dan resiko dari keputusan yang akan diambil, mengkombinasikan pilihan bila pilihan ini kurang menguntungkan tapi layak buat dipilih, memastikan kecocokan pilihan menggunakan tujuan dan beberapa nilai pula mempertinggi pilihan buat menemukan solusi yang mungkin ada. *Keempat*, Menentukan jalan keluar adalah tahapan dalam membuat pilihan dari jalan yang terangkum, merencanakan pelaksanaan keputusan dan menyertakan kesungguhan dalam jalan yang dipilih dan *Kelima*, Evaluasi adalah tahapan pada menghasilkan pilihan asal jalan keluar yang sudah diperoleh, merencanakan pelaksanaan keputusan dan menyatakan komitmen untuk alternatif yang dipilih.

Dapat kita ketahui bahwa dalam membeli barang, proses untuk mengambil keputusan menjadi point utama. Berikut tahapan yang dapat kita uraikan; *Satu*, Mengenal masalah, proses awal dalam pengambilan keputusan saat pembelian ialah sadar akan adanya kebutuhan. Menyadari bahwa terdapat pro kontra antara keadaan yang sebenarnya dengan keinginan. *Kedua*, Menggali informasi, pembeli sudah pasti mencari informasi sebanyak-banyaknya saat dia ingin membeli sesuatu. Proses ini secara spontan mencari bacaan atau melakukan kegiatan untuk dipelajari. *Ketiga*, Mengevaluasi suatu alternative, pembeli atau nasabah mengetahui seperti apa proses dalam mencari informasi akan produk yang diputuskan. Bagaimana hal ini tidaklah mudah bagi pembeli. *Keempat*, Keputusan yang diambil, pada tahap sebelumnya, nasabah memiliki referensi pada beberapa produk yang ada di tahap pilihan. Terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli, yakni sikap orang lain dan tujuan pembelian, dan *Kelima*, Tahap setelah pembelian, setelah membeli suatu produk pembeli akan

---

<sup>10</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2008), 179.

mengalami beberapa tingkatan keputusan atau ketidakpuasan. Namun pembeli akan tetap melanjutkan jika ada keputusan setelah pembelian.

Pada evaluasi konsumen memberikan peringkat penilaian paling bagus dan membentuk niat pembelian. Berikut yang membuktikan bahwa nasabah melampaui kelima proses seluruhnya pada pembelian. Namun untuk mengambil keputusan nasabah berulang kali melompati bahkan membalik beberapa tingkatan ini. Misalnya, seorang wanita membeli baju ini sudah berada di tahap kebutuhan namun langsung ke keputusan pembelian tanpa melewati pencarian informasi dan evaluasi. Contoh ini menunjukkan semua pertimbangan

### **Aspek-Aspek Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Produk Keuangan Syariah**

Ada dua aspek yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam memilih produk maupun jasa perbankan syariah bagi nasabah ialah aspek internal yang dapat dikelompokkan dalam: *Satu*, Variabel sosial/kualitas keagamaan, terbentuknya pribadi dengan kualitas yang baik pasti dalam memahami agama serta penerapannya dalam ibadah juga mengikuti, contoh konkretnya bermuamalah yang kita lakukan setiap hari dan hal ini tidak bisa terpisahkan dengan Islam, maka bermuamalah juga ibadah. Sedangkan penerapan riba dalam agama islam termasuk dosa, karena ketetapannga sudah sangat jelas di dalam dasar agama kita. Muslim sejati yang faham mengenai hukum riba akan condong memilih jasa perbankan syariah.

Maka dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwa bertambahnya tingkat kualitas keagamaan seseorang, maka mereka semakin terdorong untuk menjadi dan memilih nasabah bank syariah. Metawa dan Almosawi menyebutkan bahwa untuk menemukan sikap nasabah bank syariah untuk memilih bank syariah dapat dilihat dan didorong oleh faktor agama serta bentuk ketaatannya akan hukum Islam,<sup>11</sup> *Kedua*, Variable ekonomi/pendapatan, variabel ini merupakan salah satu faktor yang menentukan dalam mengambil keputusan, memilih serta menggunakan jasa lembaga syariah. Semakin besar pendapatan orang islam maka semakin besar juga peluang untuk menggunakan lembaga ini, *Ketiga*, Variabel Tingkat Pendidikan/demografi, latar belakang tingkat pendidikan orang islam adalah salah satu faktor yang mendorong masyarakat untuk mencari referensi perihal penggunaan produk atau jasa yang akan dia pilih. Semakin berkualitas pendidikan seseorang maka

---

<sup>11</sup> Metawa and Almosawi, “ *Banking Behaviour of Islamic Bank Customer Perspectives and Implications*”, *The International Journal of Bank Marketing*. Vol 16 Issue 7. (Europe: MCB University Press, 1998), 61.

semakin luas wawasan yang dimilikinya sehingga mudah baginya untuk menyerap dan menerima berbagai informasi tentang perbankan syariah. Jadi semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin mendorong mereka untuk menjadi nasabah bank syariah. Latar belakang tingkat pendidikan muslimin adalah suatu faktor yang mendorong masyarakat untuk mereferensi dalam menggunakan produk dan jasa perbankan syariah.

Serta aspek eksternal yakni Jarak antara rumah dan bank syariah. Aspek ini kondisional (tergantung pada kemampuan nasabah) ada yang hanya beberapa meter dengan berjalan kaki karena jaraknya yang sangat dekat atau menggunakan kendaraan umum atau pribadi karena jarak yang ditempuh mencapai puluhan kilometer. Namun perlu digaris bawahi bahwa semakin terkikis jarak yang ditempuh dari rumah ke bank syariah menjadi point penting karena memudahkan masyarakat untuk pergi ke bank syariah sehingga akan mendorong masyarakat buat menggunakan bank syariah.

### **Metode Penelitian**

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, alasannya informasi yang dikumpulkan oleh peneliti bukan berupa beberapa angka melainkan sekumpulan keterangan atau penjelasan dengan maksud memahami situasi sosial peristiwa dan interaksi. Tempat yang dipilih berada di BMT NU Cabang Bungatan dimana sebelumnya peneliti telah melaksanakan praktikum tersebut sehingga mengidentifikasi beberapa kejanggalan yang ada dilapangan. Data yang dipakai berupa data primer serta sekunder, sedangkan teknik pengumpulan berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Uji keabsahan data yang dipakai ialah teknik Trianggulasi (menggabungkan data yang dikumpulkan dari sumber data yang ada).<sup>12</sup> Serta untuk analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif yaitu kata, istilah dan gambar yang diperoleh dari teks wawancara. pengumpulan data berupa kata-istilah, gambar, yang mana data tersebut berasal naskah wawancara, catatan lapangan, gambar, foto dan sejenisnya.

### **KSSP Syari'ah BMT NU Cabang Bungatan**

Secara histori KSSP Syari'ah BMT NU Cabang Bungatan lahir pada tanggal 12 Januari 2015, melihat kondisi masyarakat pada saat itu yang menimbulkan rasa empati akhirnya Pengurus MWC NU Bungatan berdiskusi tentang rancangan Program Penguatan Ekonomi Masyarakat. MWC NU Bungatan dapat tawaran kerjasama dari Pengurus Direksi KSSP Syari'ah BMT NU Jawa Timur untuk membuka Kantor Cabang

---

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung, Alfabeta : 2017), 125

di Kecamatan Bungatan. Kemudian disepakati kerjasama antara MWC NU Bungatan dan pengurus Direksi KSPP Syari'ah BMT NU Jawa Timur. Setelah melewati bermacam kegiatan seperti mencari Lokasi, Survei tingkat potensi masyarakat, Pembangunan Kantor, seleksi Pengelola, Proses Perijinan Dinas Koperasi dan Diklat Pengelola finally Tanggal 16 Mei 2016 KSPP Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan diresmikan untuk menjadi lembaga keuangan syari'ah dan mulai melayani untuk mengelola keuangan Masyarakat Bungatan pada khususnya dan Masyarakat Situbondo pada umumnya.<sup>13</sup>

Produk-produk tabungan BMT NU Cabang Bungatan Situbondo: *Satu*, SIAGA (Simpanan Anggota), Disedikan untuk mereka yang mau menjadi anggota sekaligus pemilik BMT NU dengan bagi hasil yang menguntungkan yakni 70% dari SHU dengan memakai akad musyarakah. Simpanan anggota ini terdiri dari: simpanan anggota pokok dibayar satu kali sebesar Rp. 100.000,- simpanan anggota Rp. 20.000,- wajib dibayar perbulan dan simpanan anggota (khusus) minimal Rp. 100.000,- di bayar kapan saja serta simpanan anggota pokok dan wajib hanya bisa diambil ketika sudah berhenti dari keanggotaan sedangkan simpanan anggota (khusus) bisa diambil setiap bulan Januari.<sup>14</sup>

*Kedua*, Tabungan Mudharabah (TABAH) Simpanan yang dapat memberikan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan setoran awal Rp. 10.000,- dan kemudian dilanjutkan setor Rp. 25.000,- (minimal) dengan menggunakan akad mudharabah muthlaqah dan mendapatkan margin bagi hasil 40%. Tabungan ini memakai akad mudharabah muthlaqah. Setoran awal Rp. 10.000 dan selanjutnya minimal Rp. 2.500. *Ketiga*, SAHARA (Simpanan Haji Dan Umrah) Simpanan yang bisa memudahkan menunaikan ibadah haji dan umrah dengan mendapatkan keuntungan yang melimpah berdasarkan bagi hasil 65% untuk cadangan tambahan biaya haji dan umrah. Simpanan ini menggunakan akad mudharabah muthlaqah. Setoran awalnya RP. 1.000.000,- (minimal) dan setoran berikutnya sesuai kemampuan. Simpanan ini boleh ditarik sampai saat melakukan ibadah haji dan umrah selain ada udzur Syar'i. *Keempat*, SABAR (Simpanan Lebaran) Produk yang memberikan kemudahan dalam mencukupi kebutuhan lebaran serta mendapatkan laba dari bagi hasil sebesar 55% serta memakai akad Mudharabah Muthlaqah dengan setoran awal Rp. 25.000,- dan selanjutnya Rp. 5.000,- (minimal). Penarikan hanya bisa dilakukan setiap

---

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan manager BMT NU Cabang Bungatan Bapak Syaifullah M. kom. 15 juni 2020

<sup>14</sup> Ibid.

bulan ramadhan saja. Dan *Kelima*, SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadi'ah Berhadiah) Simpanan dengan laba yang bias dinikmati diawal dengan mendapatkan hadiah secara langsung tanpa diundi. Simpanan ini memakai akad wadiah yad l-dhamaanah dan dapat ditarik pada waktu berdasarkan ketentuan yang berlaku.

Produk – produk Pembiayaan Syariah diantaranya: *Satu*, Al-Qardlul Hasan, Pembiayaan dengan pelayanan seikhlasnya (tanpa bagi hasil dan keuntungan) serta rentang waktu 36 bulan (maksimal) dengan angsuran setiap minggu, setiap bulan dan cash tempo. *Kedua*, Murabahah dan Bai' Bitsamanil Ajil, Pembiayaan dengan metode jual beli barang serta harga pokok sudah saling diketahui. Selisih harga pokok dengan harga jual merupakan keuntungan atau margin KSSP Syariah BMT NU. Jangka maksimal 36 bulan dengan angsuran setiap bulan (*Bai' Bitsamanil Ajil*) atau dengan cara cash tempo (*Murobahah*). *Ketiga*, Mudharabah dan Musyarakah, Pembiayaan semua modal kerja yang di butuhkan (Mudharabah) atau sebagai modal kerja (Musyarakah) dalam bentuk bagi hasil. Bagi hasil dihitung berdasarkan kesepakatan (Mudharabah) atau sesuai dengan perbandingan modal (Musyarakah). Tenggang waktu maksimal 36 bulan serta angsurannya bulanan atau cash tempo.

*Keempat*, Rahn atau Gadai, Pembiayaan dengan memberikan barang dan dengan bukti kepemilikan barang untuk kewajiban pinjaman dengan taksiran pinjaman 80 % dari harga barang (maksimal). Dengan jangka waktu maksimal 4 bulan bisa di perpanjang maksimal 3 kali. Barang yang diberikan berbentuk barang berharga contoh perhiasan emas dan sejenisnya. Biaya penaksiran dan uji barang merupakan kewajiban pemilik barang. BMT NU Cabang Bungatan menerima ujhroh atau ongkos penitipan barang setiap sebesar RP. 6,- untuk setiap kelipatan Rp. 10.000,- dari harga barang. *Kelima*, Pembiayaan Tanpa Jaminan, Layanan berdasarkan jamaah (*Lazizma*) adalah layanan pinjaman atau pembiayaan tanpa jaminan untuk anggota yang memiliki pendapatan rendah yang menjadi kelompok sendiri. *Keenam*, Pembiayaan Hidup Sehati, Pembiayaan hidup sehati islami (Hidup Sehati) disiapkan bagi anggota yang belum memiliki jamban tau toilet dan sarana air bersih yang sehat dengan menggunakan akad murabahah. Dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti di BMT NU Cabang Bungatan Situbondo, karena tidak semua data yang diperoleh oleh peneliti layak untuk dicantumkan, maka peneliti akan menganalisis data yang telah diperoleh dengan tetap mengacupada rumusan masalah, yaitu:

**Aspek-aspek pertimbangan nasabah dalam memilih produk pembiayaan di BMT NU Cabang Bungatan Situbondo.**

Seorang nasabah dalam suatu komunitas bank atau di dalam organisasi keuangan atau yang bisa disebut koperasi, tentunya mempunyai pertimbangan-pertimbangan dalam memilih suatu produk yang sesuai kebutuhannya. Termasuk salah satu pertimbangan nasabah dalam memilih produk pembiayaan di BMT NU Cabang Bungatan Situbondo. Kualitas produk yang ditawarkan BMT NU sesuai yang dibutuhkan masyarakat sekitar, sehingga banyak dari masyarakat tertarik untuk menjadi nasabah di BMT NU. Dalam hal ini, tidak hanya kualitas produk saja yang diunggulkan melainkan juga pada kuantitas produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Diantara produk yang banyak diminati oleh masyarakat ialah; *Satu*, Pembiayaan Murobahah bai Bistamanil 'Ajil yaitu pembiayaan yang mana harga pokok dan jual beli barang sama-sama diketahui. Dengan rumus selisih antara harga pokok dengan harga jual adalah keuntungan atau margin KSSP Syariah BMT NU dengan masa maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan (*Bai' Bitsamanil Ajil*) atau dengan cara cash tempo (*Murobahah*). *Kedua*, Pembiayaan Mudhorobah Musyarakah yaitu pembiayaan dengan semua modal kerja yang diperlukan (*mudharabah*) atau modal kerja (*musyarakah*) menggunakan bentuk bagi hasil. Bagi hasil dihitung menurut kesepakatan (*mudharabah*) atau sesuai dengan nisbah modal (*musyarakah*). Rentang waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan atau cash tempo. *Ketiga*, Pembiayaan Rahn atau gadai yakni pembiayaan yang mana nasabah menyerahkan barang dan bukti kepemilikan barang untuk tanggungan pinjaman maksimal 4 bulan dengan di perpanjang maksimal 3 kali. Barang tersebut merupakan barang berharga seperti perhiasan emas dan lainnya. Sedangkan untuk biaya taksiran dan uji barang di tanggung pemilik barang. BMT NU Cabang Bungatan mendapatkan upah atau ongkos penitipan barang setiap barang Rp.6,- untuk setiap kelipatan Rp. 10.000,- dari harga barang dan *Keempat*, Pembiayaan tanpa jaminan (*Lazisma*) adalah layanan pinjaman atau pembiayaan tanpa jaminan bagi anggota yang berpenghasilan rendah dengan membentuk kelompok/jama'ah.

Produk yang ditawarkan BMT NU sesuai dengan ukuran ekonomi atau pendapatan masyarakat sekitar. Hal ini juga didukung adanya unsur-unsur keunggulan produk, misalnya keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan harus dilihat dari persepektif pelanggan yang didasarkan pada pemahaman atas kebutuhan dan keinginan pelanggan dan juga dari faktor subjektif mereka (*suka dan tidak suka*).

Akses jarak yang ditempuh masyarakat sangat terjangkau sehingga memudahkan masyarakat untuk bekerjasama dengan BMT NU. Akses lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat sangat memudahkan sebagian masyarakat dapat bekerjasama dengan BMT NU. Namun aspek

yang paling penting adalah segi pelayanan, pelayanan yang diberikan oleh BMT NU cabang Bungatan ini dapat dikatakan sangat bagus dikarenakan mereka lebih mengedepankan kepercayaan serta kepuasan nasabah. Jika kita persentasekan (pelayanan) adalah 90%.<sup>15</sup>

Dengan adanya aspek-aspek pertimbangan nasabah dalam memilih produk pembiayaan di BMT NU Cabang Bungatan Situbondo maka BMT NU sangat berperan penting karena dapat membantu memenuhi keinginan sebagian kalangan masyarakat khususnya umat muslim yang menginginkan jasa layanan lembaga keuangan untuk mengelola perekonomiannya sesuai dengan ketentuan syariah. Dan hal ini pulalah yang dapat menjadi daya tarik bagi kalangan masyarakat luas sehingga masyarakat lebih banyak mempercayai BMT NU sebagai wadah kesejahteraan masyarakat. Hal ini pulalah yang juga mendorong masyarakat lebih dominan memilih BMT NU karena pelayanan yang begitu memuaskan bagi nasabah dan masyarakat.

### **Faktor Pendukung dan penghambat pertimbangan nasabah dalam memilih produk pembiayaan di BMT NU Cabang Bungatan Situbondo**

Secara umum, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dan menyebabkan terjadinya pembiayaan sebagai berikut: A adanya kerjasama yang baik dengan tokoh masyarakat atau MWCNU setempat hal ini dapat dibuktikan dengan timbulnya rasa saling percaya antara nasabah dan petugas, kemandirian dalam mengakses modal/meningkatkan funding dalam artian BMT NU memilih upaya sendiri dalam mengembangkan dan mengoperasionalkan, meningkatkan kualitas sumber daya terlebih sumber daya manusia serta dapat mengatasi pembiayaan bermasalah atau dapat dilakukan kunjungan bersahabat dan interaksi dengan menggunakan bahasa daerah sehingga nasabah mudah mengerti.

Siswanto Sutojo<sup>16</sup> menyebutkan selain faktor pendukung juga terdapat beberapa faktor penghambat diantaranya sebagai berikut: *Satu*, Faktor dari Debitur, Semua debitur pada saat mengajukan pembiayaan ada beberapa yang mempunyai niat tidak baik ataupun pada saat pembiayaan yang diberikan sedang berjalan. Untuk mengetahui dan menganalisis yang dilakukan oleh pihak bank mempunyai kesulitan, karena hal ini termasuk nilai sosial seperti nilai moral ataupun akhlak dari

---

<sup>15</sup> Wawancara bersama ibu Husnur Riayah selaku kepala BMT NU Bungatan situbondo, pada tanggal 20 Juni 2020

<sup>16</sup> Siswanto Sutojo, *Menangani Kredit Bermasalah Konsep, Teknik dan Kasus*, (Jakarta : Damar Mulia Pustaka, 2016), 19.

debitur. Saat mengajukan pembiayaan nasabah bisa melakukan hal-hal yang membuat nama baik bagi mereka agar pembiayaan yang mereka ajukan bisa diberikan. *Kedua*, Faktor dari Kreditur, Dalam aturan perundang-undangan sudah ditegaskan bahwa terdapat beberapa batasan untuk bank dalam melaksanakan usaha penyaluran dana. Seperti halnya pembatasan pemberian kredit atau BMPK, rasio pemberian kredit dilihat dari nilai jaminan yang diberikan dan berbagai aturan lainnya. Tetapi juga ada petugas dan pengambil keputusan pencairan pembiayaan tidak memperhatikan aturan yang telah ditegaskan dimana dalam pemenuhan target, bank sangat antusias untuk mencairkan dananya tanpa mempertimbangkan faktor resiko yang bisa muncul kapan saja.

Menurut sumber lain Sebab-sebab pembiayaan bermasalah dapat berasal dari beberapa pihak yaitu dari pihak internal bank dan pihak eksternal bank, diantaranya sebagai berikut:<sup>17</sup> *Satu*, Faktor dari dalam (minimnya pemahaman bagi nasabah atas bisnisnya, kurang evaluasi dalam keuangan nasabah, kurang efektif dalam mengatur fasilitas pembiayaan sehingga berpotensi terjadinya side streaming, modal kerja yang tidak dianggarkan pada dasar bisnis nasabah, perkiraan penjualan yang terlalu tinggi, perkiraan penjualan dengan tanpa menganggarkan kebiasaan serta kurang memperhatikan para kompetitor, tidak memperhitungkan perihal jaminan dalam marketable, supervisi dan controlling yang lemah serta mental yang sudah menurun: keadaan ini terjadi karena adanya feedback antara nasabah dan pejabat bank yang membuat tidak sehatnya kinerja perbankan dan *Kedua*, faktor dari luar (tidak amanahnya nasabah/kurangnya sifat kejujuran dengan menyampaikan informasi dan kondisi perihal pekerjaannya), sidestreaming dalam menggunakan dana, kurang memadai dalam mengelola sehingga kalah bersaing dengan usaha lain, usaha yang dikerjakan masih baru, nasabah merasa bosan dengan usahanya, kurang mampu dalam memikul masalah/minim dalam menguasai bisnis, key person yang ditinggalkan, support sistem antar direksi kurang baik, adanya bencana alam, juga terdapat kebijakan baru dari pemerintah: aturan untuk suatu produk/bagian ekonomi/industri bisa berpengaruh baik atau buruk bagi perusahaan yang berhubungan dengan industri itu.

## **PENUTUP**

Berdasarkan yang telah peneliti tulis pada paparan data diatas maka dapat disimpulkan bahwa beberapa aspek pertimbangan nasabah dalam

---

<sup>17</sup> Trisadini P. Usanti, dan Abd.Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 101.

memilih produk di BMT NU Cabang Bungatan Situbondo ialah *Satu*, Kualitas produk yang ditawarkan BMT NU sesuai yang dibutuhkan masyarakat sekitar, sehingga banyak dari masyarakat tertarik untuk menjadi nasabah di BMT NU *Kedua*, Produk yang ditawarkan BMT NU sesuai dengan ukuran ekonomi atau pendapatan masyarakat sekitar dan *Ketiga*, Akses jarak yang ditempuh masyarakat sangat terjangkau sehingga memudahkan masyarakat untuk bekerjasama dengan BMT NU. Faktor pendukung, *Satu*, Adanya kerjasama yang baik dengan tokoh masyarakat atau MWCNU setempat. *Kedua*, kemandirian dalam mengakses modal/meningkatkan funding. *Ketiga*, meningkatkan kualitas sumber daya dan *Keempat*, Dapat mengatasi pembiayaan bermasalah atau dapat dilakukan kunjungan bersahabat dan interaksi dengan menggunakan bahasa daerah. Faktor penghambat, *Satu*, Banyaknya kompetitor. *Kedua*, Kurangnya dukungan dari pemerintah dan *Ketiga*, Adanya mitra bermasalah atau kesalahan akuisisi. Ada beberapa saran yang bisa kami berikan, *Pertama*, bagi KSPPS BMT NU Cabang Bungatan Situbondo dari hasil penelitian ini di harapkan untuk di jadikan sebagai bahan masukan, pertimbangan dalam pengambilan keputusan khususnya terkait dengan pemilihan produk-produk yang terdapat di BMT NU Cabang Bungatan Situbondo dan *Kedua*, Bagi nasabah diharapkan tidak salah dalam memilih produk sesuai dengan keperluan dan kebutuhan yang terjadi pada diri nasabah

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafii. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Brosur BMT NU Cabang Bungatan Situbondo. Situbondo, 2022.
- Ghufron, Moh. Idil, “*produser dan strategi pemasaran produk pembiayaan dan talangan haji*”. Jurnal unuja, Vol 2, No 1, 2011.
- Huda, Nurul dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga, 2008.
- Metawa and Almossawi, “ *Banking Behaviour of Islamic Bank Customer Perspectives and Implications*”,The International Journal of Bank Marketing. Vol 16 Issue 7. Europe: MCB University Press, 1998.
- Philip, Kotler, *Manajemen Pemasaran 1. Milenium ed.* Jakarta: PT. Prenhallindo, 2020.

- Ridwan, Ahmad Hasan. *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Save, Dagun M. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta : Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN), 2006.
- Ridwan, Muhammad. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, Yogyakarta: UII Press, 2004.
- Standar operasional prosedur BMT NU Cabang Bungatan Situbondo.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, Alfabeta, 2017.
- Sutojo, Siswanto. *Menangani Kredit Bermasalah Konsep, Teknik dan Kasus*. Jakarta : Damar Mulia Pustaka, 2016.