BAB I

PENDAHULUAN

a. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari kata *kredit* bukan merupakan kata yang asing lagi bagi masyarakat kita. Perkataan *kredit* tidak saja dikenal oleh masyarakat di kota-kota besar, tetapi sampai ke pedesaan kata *kredit* tersebut sudah sangat populer.

Kredit selalu didambakan oleh masyarakat luas. Bank juga akan selalu berusaha memperbesar penghimpunan dana agar dapat memberikan *kredit* yang lebih besar. Pemberian *kredit* merupakan tulang punggung kegiatan perbankan.

Istilah *kredit* berasal dari bahasa Yunani *credere* yang berarti kepercayaan (*truth* dan *faith*). Oleh karena itu, dasar dari *kredit* adalah kepercayaan. Seseorang atau suatu badan yang memberikan kredit (*kreditor*) percaya bahwa penerima kredit (*debitur*) pada masa yang akan datang akan sanggup memenuhi segala sesuatu yang telah dijanjikan.[1]

Dengan demikian, *kredit* itu dapat berarti bahwa pihak kesatu memberikan prestasi baik berupa barang, uang atau jasa kepada pihak lain, sedangkan *kontraprestasi* akan diterima kemudian (dalam jangka waktu tertentu).[2]

[1] Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Bank dan Lembaga Keuangan*,(Jakarta: Rajawali,Ed.1-Cet.3,2014),hlm.162
[2] Ibid,,..hlm.163

Pemasaran telah berkembang demikian pesatnya dan telah menjadi ujung tombak bagi setiap perusahaan dalam rangka mencapai tujuan. Hal ini disebabkan karena ruang lingkup pemasaran sangat luas yakni berhubungan secara langsung dalam kegiatan ekonomi mulai dari persiapan, penyediaan, bahan baku, proses produksi, sampai pada saat akhir, yakni produk yang siap di konsumsi oleh konsumen. Dengan demikian maka dikatakan bahwa pemasaran melibatkan dua pihak yang saling berkaitan yaitu produsen dan konsumen.

Pemasaran merupakan faktor penting karena menyangkut kegiatan menentukan pasar, menghasilkan produk atau jasa, menetapkan harga penjualan dan pada akhirnya konsumen siap untuk mengkonsumsinya.[3]

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan atau aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan dan internal perusahaan melalui analisa keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisa kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.[4]

---

[3]Kotler, Philips., *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium*, (Jakarta: PT.Prenhallindo, 2002),hlm.112-114

[4] Armstrong dan Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan*. (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia,2003),Hlm.40

Istilah koperasi berasal dari kata (*co* = bersama, *operation* = usaha) yang secara bahasa berarti bekerja bersama dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. **Menurut Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1967 tentang pokok-pokok perkoperasian**, koperasi Indonesia adalah organisasi ekonomi rakyat berwatak sosial, beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang merupakan tata susunan ekonomi sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan. Sedangkan menurut **Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian**, menyatakan bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

Koperasi merupakan kumpulan orang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi melalui usaha yang dijalankan anggota sebagai pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi. Koperasi adalah perusahaan yang berorientasi pada tercapainya kemandirian pengguna jasa (*user oriented firm*) bukan kumpulan modal seperti halnya badan usaha lainnya yang berorientasi kepada investor (*investor oriented firm*). Meskipun modal merupakan unsur penting dalam menjalankan usaha, tetapi modal bukan satu-satunya jalan untuk mencapai tujuan koperasi. Jika koperasi

menggunakan cara seperti badan usaha lainnya, maka koperasi akan menghadapi pergulatan tanpa akhir untuk mecapai tujuannya.[5]

Keberadaan lembaga keuangan pada saat ini cukup membantu kebutuhan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini terbukti, sampai saat ini pun masyarakat masih menggunakan jasa dan produk-produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan tersebut. Selain itu lembaga keuangan ini juga dapat membantu perekonomian negara seperti menambah pendapatan negara dan mengurangi angka pengangguran. Karena dengan terpenuhinya modal masyarakat bisa mendirikan suatu usaha (membuka lapangan pekerjaan baru), apabila usaha tersebut bisa berjalan dengan lancar maka otomatis akan menambah lapangan pekerjaan serta akan menambah penghasilan dari negara.[6]

Untuk mengatasi masalah-masalah tersebut, maka munculnya sebuah lembaga keuangan yang berbasis koperasi yaitu *Baitul Tamwil Muhammadiyah* (BTM). Pada umumnya *Baitul Tamwil Muhammadiyah* (BTM) tidak jauh beda dengan *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT), BMT lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dana dan penyaluran dana *non profit*, seperti *zakat, infaq* dan *shodaqoh* sedangkan Baitul Tamwil Muhammadiyah sebagai usaha pengumpulan dana dan penyaluran dana komersial.[7]

---

[5] Burhanuddin S, *Koperasi syariah dan pengaturannya di Indonesia*, Cetakan II, (Malang: UIN-Maliki Press,2013),hlm.1-2

[6] Ibid,hlm.66

[7] Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah Deskripsi dan Ilustrasi*, Edisi I, (Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII, Cet. Ke-1, 2003), hlm.96

Koperasi Syariah *Baitul Tamwil Muhammadiyah* Surya Madinah adalah salah satu koperasi syariah yang berkembang di kabupaten Tulungagung. Dalam menghadapi persaingan dari perbankan dan lembaga keuangan syariah lainnya, koperasi *syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah* Surya Madinah menciptakan dan meluncurkan produk-produk guna menarik minat masyarakat. Peranan umum *Baitul Tamwil Muhammadiyah* adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarakan prinsip *syari'ah*. Prinsip *syari'ah* adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dilakukan sesuai dengan *syari'ah* seperti Pembiayaan *Murabahah* yaitu prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan.

Bank-bank Islam mengambil *murabahah* untuk memberikan pembiayaan jangka pendek kepada kliennya untuk membeli barang walaupun klien tersebut mungkin tidak memiliki uang tunai untuk membayar. *Murabahah*, sebagaimana digunakan dalam perbankan Islam, ditemukan berdasarkan dua unsur: harga membeli dan biaya yang terkait, dan kesepakatan berdasarkan *mark-up* (keuntungan). Bank-bank Islam pada umumnya menggunakan *murabahah* sebagai metode utama pembiayaan, yang merupakann hampir tujuh puluh lima persen dari asetnya.[8]

[8] Abdullah Saeed, *Bank Islam dan Bunga*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar,2008),Hlm.138

Dalam lembaga keuangan syariah, Khususnya perbankan syariah *Bai' Al-Murabahah* diterapkan sebagai produk pembiayaan untuk membiayai pembelian barang-barang konsumen,kebutuhan modal kerja, dan kebutuhan investasi. pembiayaan dalam bentuk konsumer seperti pembelian kendaraan,rumah,dan barang-barang multiguna (barang elektronik, perlengkapan rumah tangga, renovasi rumah dan barang-barang kebutuhan konsumer lainnya).[9]

Pembiayaan *murabahah* terdiri dari dua suku kata, yaitu pembiayaan dan *murabahah*. Pembiayaan merupakan pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *defisit unit.* Menurut undang-undang perbankan No 10 Tahun 1998 ayat 12 adalah pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.[10]

Murabahah atau disebut juga *ba'i bitsamanil ajil*. Kata *murabahah* berasal dari kata *ribhu* (keuntungan). Sehingga *murabahah* berarti saling menguntungkan. Secara sederhana *murabahah* berarti jual beli barang ditambah keuntungan yang disepakati.[11]

---

[9] Prof. Dr. Fathurrahman Djamil,M.A, *Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta : Sinar Grafika ,2013 ,hlm 119

[10] *Undang-Undang Perbankan* No. 10 Tahun 1998

[11] Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana,2012),Hlm.136

Mekanisme penerapan *murabahah* di Lembaga Keuangan Syari'ah, didasarkan pada asumsi bahwa anggota membutuhkan barang/objek tertentu, tetapi kemampuan finansial tidak mencukupi untuk melakukan pembayaran secara tunai. Untuk itulah anggota berhubungan dengan Lembaga Keuangan Syariah, namun karena Lembaga Keuangan Syariah tidak memilik investory terhadap barang/objek yang dibutuhkan nasabah,maka Lembaga Keuangan Syariah melakukan pembelian barang yang dinginkan nasabah kepada pihak lainnya seperti barang supplier/pemasok, dealer, developer, atau penyedia barang lainnya, dengan demikian,Lembaga Keuangan Syariah bertindak selaku penjual di satu sisi lain bertindak selaku pembeli,yang kemudian akan dijual kembali kepada nasabah pemesan dengan harga jual yang disepakati.

Adapun jumlah penyaluran dana yang telah dilakukan *Baitut Tamwil Muhammadiyah* Surya Madinah dan *Baitul Maal Wa Tamwil* Pahlawan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1

Jurnal Anggota dan Penyaluran Pembiayaan di BTM Surya Madinah

NO.	Jenis Pembiayaan	2014		2015		2016	
		∑ anggota	∑ dana	∑ anggota	∑ dana	∑ anggota	∑ dana
1.	Murabbahah	85	326	88	435	61	418

2.	Mudharabah	1.420	5.058	1.227	5.619	358	1.987
3.	Musyarakah	2.057	6.210	2.200	10.620	593	4.071
4.	Qardhul Hasan	42	43	34	44	37	81
5.	Ijarah	121	2.374	114	4.152	2.576	15.698
Total		3.725	14.011	3.663	20.870	3.625	22.255

Sumber: Laporan Keuangan *Baitut Tamwil Muhammadiyah* Surya Madinah tahun 2014-2016.[12]

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pembiayaan di *Baitut Tamwil Muhammadiyah* Surya Madinah produk pembiayaan yang lebih banyak diminati oleh masyarakat yaitu pada pembiayaan *musyarakah.*Selain itu terdapat juga pembiayaan *murabbahah* yang mana dari tahun 2014-2016 mengalami peningkatan dan penurunan. Sedangkan, pada pembiayan *murabbahah* pada tahun 2014 total jumlah anggota pembiayaan *murabbahah* sebesar 325.691.444, kemudian pada tahun 2015 mengalami kenaikan menjadi 434.686.293 dan pada tahun 2016 jumlah anggota pembiayaan *murabbahah* mengalami penurunan lagi menjadi 418.270.148. Inti permasalahan dari perkembangan jumlah anggota pembiayaan *murabbahah* disebabkan oleh kondisi ekonomi masyarakat dan perkembangan usaha yang dijalankan oleh masyarakat tersebut. Semakin banyak masyarakat yang membuka atau mengembangkan usaha maka

[12] Buku Laporan Rapat Anggota Tahunan (RAT) BTM Surya Madinah Tulungagung Tahun 2014

kemungkinan besar jumlah anggota pembiayaan *murabbahah* pada *Baitut Tamwil Muhammadiyah* Surya Madinah Tulungagung juga semakin meningkat.[13]

Minat adalah keinginan dan perhatian yang mengandung unsur-unsur suatu dorongan untuk berbuat sesuatu.[14] Pengertian minat menurut Muhibbin Syah adalah suatu kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Sedangkan minat menurut Slameto adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.[15]

Faktor timbulnya sebuah minat itu bisa datang dari diri sendiri maupun dari orang lain atau lingkungan sekitar atau bisa disebut faktor internal dan eksternal. *Faktor Internal*, dimana seseorang tersebut mendapat dorongan dari dalam diri sendiri tanpa paksaan orang lain, misal rasa ingin tahu. *Faktor Eksternal* yaitu Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.[16]

Keberadaan lembaga keuangan pada saat ini cukup membantu kebutuhan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini terbukti, sampai saat ini pun masyarakat masih menggunakan jasa dan produk-produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan tersebut. Selain itu lembaga keuangan ini juga dapat membantu perekonomian negara seperti

---

[13] Wawancara dengan Subhan Subhi selaku manager, Tanggal 26 Februari 2018 di kantor BTM Surya Madinah
[14] Sudarsono, *Kamus Filsafat dan Psikologi*, (Jakarta: Anggota IKAPI, 1993), hlm.156
[15] Muhibbin Syah, *Psikologis Belajar*, (Jakarta : PT LOGOS Wacana Ilmu, 1999), hlm.136
[16] Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta : Prenada Media, 2004),hlm.263-268

menambah pendapatan negara dan mengurangi angka pengangguran. Karena dengan terpenuhinya modal masyarakat bisa mendirikan suatu usaha (membuka lapangan pekerjaan baru), apabila usaha tersebut bisa berjalan dengan lancar maka otomatis akan menambah lapangan pekerjaan serta akan menambah penghasilan dari negara.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Anggota Pada Pembiayaan *Murabahah* di BTM Surya Madinah Tulungagung**"

b. Fokus Penelitian

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana mekanisme pengajuan pembiayaan *murabahah* di Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung ?
2. Faktor *internal* dan *eksternal* apa saja yang mempengaruhi minat anggota untuk melakukan/mengajukan pembiayaan *murabahah* di Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung ?
3. Apa keunggulan produk *murabahah* sehingga mempengaruhi minat anggota untuk melakukan pembiayaan *murabahah* ?

c. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut , penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui mekanisme pengajuan pembiayaan *murabahah* di Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah.

2. Untuk mengetahui apa saja faktor *internal* dan *eksternal* yang mempengaruhi anggota berminat melakukan/mengajukan pembiayaan *murabahah* di Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah.
3. Untuk mengetahui keunggulan dari produk *murabahah* yang akhirnya bisa membuat anggota berminat melakukan pembiayaan *murabahah*.

d. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai :

1. Kegunaan Teoretis

   Untuk menginterpretasikan fenomena yang ada di masyarakat serta meningkatkan kemampuan dan memudahkan dalam mencapai tujuan perencanaan dalam kegiatan yang dilakukan oleh lembaga keuangan.

2. Kegunaan Praktis

a. Untuk lembaga KSPPS Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung

   Diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai sumber informasi untuk pengembangan strategi yang diterapkan BTM dan sebagai bahan evaluasi kinerja BTM dalam menghadapi kompetisi di dunia perbankan nasional dan bagi pengembangan kajian Ekonomi Islam dan Lembaga Keuangan Syariah.

b. Untuk Akademik

   Diharapkan penelitian ini berguna sebagai salah satu wujud nyata dari penerapan tugas dan bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau rujukan, tambahan pustaka dan pengembangan

ilmu pengetahuan lembaga keuangan syariah, khususnya IAIN Tulungagung.

c. Untuk Peneliti Lanjutan

Dengan adanya hasil penelitian ini, diharapkan bisa menjadi dan menambah pengetahuan khususnya tentang minat anggota pada pembiayaan *murabahah* serta mengetahui apa itu *murabahah*.

e. Definisi Istilah

Untuk menghindari terjadi kesalah pahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasi judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian ini lebih lanjut, maka penulis membuat penegasan istilah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Minat adalah keinginan dan perhatian yang mengandung unsur-unsur suatu dorongan untuk berbuat sesuatu.[17]

b. Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.[18]

[17] Sudarsono, *Kamus Filsafat dan Psikologi*, (Jakarta: Anggota IKAPI, 1993), hlm.156
[18] H. Faturrahman Djamil, *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di Bank Syariah*,(Jakarta:Sinar Grafika,2012),Hlm.65

c. *Murabahah* adalah akad jual beli antara dua belah pihak, dimana pembeli dan penjual menyepakati harga jual, yang terdiri atas harga beli ditambah ongkos pembelian dan keuntungan bagi penjual.[19]

d. BTM merupakan kependekan dari *Baitul Tamwil Muhammadiyah*. Baitul Tamwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.[20]

2. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran isilah-istilah dalam penelitian ini serta memahami pokok-pokok uraian, maka terlebih dahulu peneliti uraikan pengertian dari judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Anggota Pada Pembiayaan *Murabahah* di BTM Surya Madinah Tulungagung"

Dari penjelasan diatas, dapat diambil pengertian bahwa faktor *eksternal* dan faktor *internal* sangat mempengaruhi minat para anggota memilih pembiayaan *murabahah*.

f. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penyusunan model penelitian kualitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu :

Bagian awal , terdiri dari : halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Bagian utama, terdiri dari :

---

[19] Adrian Sutedi, S.H., M.H, *Perbankan Syariah: Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, (Bogor:Ghalia Indonesia,2009),Hlm.95

[20] Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII, Press,2005),hlm.126

1. Bab I pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, sistematika pembahasan.
2. Bab II kajian pustaka yang meliputi landasan teori yang berisi pemasaran, minat, pembiayaan *murabahah* , mekanisme pembiayaan dan lembaga keuangan, hasil penelitian terdahulu, kerangka berfikir teoritis.
3. Bab III metode penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.
4. Bab IV hasil penelitian yang meliputi paparan data dan temuan penelitian.
5. Bab V pembahasan , berisi tentang analisis denga cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada.
6. Bab VI penutup yang meliputi kesimpulan dan saran/rekomendasi.

Bagian akhir, terdiri dari : daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.