

**MODEL PERILAKU NASABAH NON-MUSLIM DALAM
MEMUTUSKAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN DI KSPPS
BMT DAMAI AMANAH SEJAHTERA PURBALINGGA
MELALUI BAURAN PEMASARAN**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah UIN Prof. KH. Saifuddin
Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

MIFTAKHUL HUDA

NIM. 1817202117

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Miftakhul Huda
NIM : 1817202117
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Model Perilaku Non-Muslim Dalam Memutuskan Pengambilan Pembiayaan di KSPSS Damai Amanah Sejahtera Purbalingga Melalui Bauran Pemasaran

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 04 Juli 2024

Saya yang menyatakan,



Miftakhul Huda

NIM 1817202117

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul


MODEL PERILAKU NASABAH NON-MUSLIM DALAM MEMUTUSKAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN DI KSPPS BMT DAMAI AMANAH SEJAHTERA PURBALINGGA MELALUI BAURAN PEMASARAN

Yang disusun oleh Saudara **Miftakhul Huda** NIM 1817202117 Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa, 09 Juli 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.


Ketua Sidang/Penguji


Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007


Sekretaris Sidang/Penguji


Dr. M. Sulasih, S.E., M.Si.
NIP. 19800119 202321 2 017

Pembimbing/Penguji


H. Kholilur Rahman, Lc., M.A.
NIDN. 2016068203

Purwokerto, 17 Juli 2024

Mengesahkan
Dekan,

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Miftakhul Huda NIM 1817202117 yang berjudul :

MODEL PERILAKU NASABAH NON-MUSLIM DALAM MEMUTUSKAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN DI KSPSS BMT DAMAI AMANAH SEJAHTERA PURBALINGGA MELALUI BAURAN PEMASARAN

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 28 Juni 2024

Pembimbing



H. Kholilur Rahman, Lc., M.A.

NIDN. 2016068203

**MODEL PERILAKU NASABAH NON-MUSLIM DALAM
MEMUTUSKAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN DI KSPPS BMT
DAMAI AMANAH SEJAHTERA PURBALINGGA MELALUI BAURAN
PEMASARAN**

**Miftakhul Huda
Nim. 1817202117**

ABSTRAK

Fenomena global mengharuskan perbankan untuk melakukan *proactive strategic*. Sehingga selain nasabah muslim, saat ini non muslim juga menjadi bagian dari nasabah KSPPS BMT DAS. Penelitian ini meneliti alasan Nasabah Non-Muslim Dalam Memutuskan Pengambilan Pembiayaan di KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera Melalui Bauran Pemasaran.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Sedangkan data primer yang digunakan adalah data yang bersumber dari hasil wawancara dari nasabah non muslim KSPPS BMT DAS. Untuk itu, analisis data yang digunakan yaitu induktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mendorong nasabah non muslim, adalah lokasi yang mudah dijangkau, yang memberikan kenyamanan dan kemudahan akses bagi para nasabah. Selain itu, pelayanan lembaga yang optimal dan mudah diakses oleh semua pihak juga menjadi pertimbangan penting, karena memberikan transparansi dalam proses layanan keuangan. Faktor lain yang signifikan adalah adanya payung hukum yang jelas dan terjamin, sehingga nasabah merasa aman dan terlindungi dalam menggunakan layanan dari lembaga tersebut. Sementara itu model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model keputusan rasional adalah pendekatan atau teori yang digunakan dalam ilmu ekonomi, ilmu manajemen, dan bidang lainnya untuk menjelaskan bagaimana individu atau organisasi membuat keputusan yang paling logis dalam kondisi yang diberikan. Dalam hal ini adalah minat nasabah non Muslim untuk menjadi nasabah di KSPPS BMT DAS Purbalingga tersebut.

Kata Kunci: *Nasabah Non-Muslim, KSPPS BMT DAS, Pembiayaan*

**MODEL PERILAKU NASABAH NON-MUSLIM DALAM
MEMUTUSKAN PENGAMBILAN PEMBIAYAAN DI KSPPS BMT
DAMAI AMANAH SEJAHTERA PURBALINGGA MELALUI BAURAN
PEMASARAN**

**Miftakhul Huda
Nim. 1817202117**

ABSTRACT

This global phenomenon requires banks to carry out proactive strategies. So apart from Muslim customers, currently non-Muslims are also part of the KSPPS BMT DAS customers. This research examines the reasons why non-Muslim customers decide to take out financing at KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera through the marketing mix.

This research is field research with a qualitative approach with descriptive methods. Meanwhile, the primary data used is data sourced from interviews with non-Muslim KSPPS BMT DAS customers. For this reason, the data analysis used is inductive.

The research results show that the factor that encourages non-Muslim customers is an easy-to-reach location, which provides comfort and easy access for customers. Apart from that, optimal institutional services that are easily accessible to all parties are also important considerations, because they provide transparency in the financial service process. Another significant factor is the existence of a clear and guaranteed legal umbrella, so that customers feel safe and protected when using the services of this institution. Meanwhile, the model used in this research, namely the rational decision model, is an approach or theory used in economics, management science, and other fields to explain how individuals or organizations make the most logical decisions under given conditions. In this case, non-Muslim customers are interested in becoming customers at KSPPS BMT DAS Purbalingga.

Keywords: *Non-Muslim Customers, KSPPS BMT DAS, Financing*

MOTTO

“Hidupmu tanggung jawabmu. Hidup akan mudah jika kamu membuatnya mudah, dan hidup akan sulit jika kamu membuatnya sulit”

@mftkhlhd12



PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan syukur kepada Allah SWT, karya skripsi ini Saya persembahkan kepada :

1. Bapak dan Ibu saya tercinta, Ibu Aminah dan Bapak Slamet Muhammad Fadil yang selalu mendoakan, memberikan perhatian, nasihat, motivasi, kasih sayang dan pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun, serta do'a terbaik yang tidak pernah putus.
2. Kakak saya yaitu Miftakhu Rokhmah yang terus memberi semangat, serta memberikan kucuran dananya untuk kebutuhan skripsi ini, semoga selalu dipermudah rezekinya.
3. Dosen pembimbing, Bapak H. Kholilur Rahman, Lc., M.A., yang telah membimbing skripsi saya dari awal hingga akhir dengan penuh kesabaran dan memberi semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi.
4. Teman-teman Zainez Racing Corporation, terimakasih atas dukungannya selama ini dan juga membersamai penulis. Semoga kalian selalu dalam lindungan Allah dan dipermudahkan segalanya.
5. Teman-teman Japari Coffee Squad yang sudah saya anggap lebih dari sekedar teman yang telah menjadi wadah dan menemani saya selama masa perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan tabi'in, semoga kita kelak mendapatkan syafa'atnya di hari akhir.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M, selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Prof. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc, M.Ag., Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si., Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.

9. Dr. Ahmad Dahlan., M.Si., Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah (FEBI) UIN Islam Negeri Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Hastin Tri Utami S.E., M.Si., selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah (FEBI) UIN Islam Negeri Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto
12. H. Kholilur Rahman, Lc., M.A. selaku Dosen Pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan, perlindungan, kebaikannya dibalas oleh Allah SWT.
13. Segenap Dewan dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Para Nasabah Non-Muslim BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga yang sudah membantu dalam proses penulisan skripsi.
15. Bapak saya tercinta, Bapak Slamet Muhammad Fadil. Walaupun beliau tidak merasakan pendidikan hingga bangku perkuliahan, namun dengan segala pengorbanannya dapat menghantarkan penulis mampu menyelesaikan pendidikannya sampe sarjana. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan bapak Slamet selama ini, dan semoga selalu diberikan perlindungan dan kesehatan oleh Allah SWT.
16. Ibu saya tersayang, Ibu Aminah sekaligus sebagai pintu surga saya. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau juga tidak merasakan pendidikan hingga bangku perkuiahn, namun dengan doanya yang tak henti-henti mempermudah jalan penulis selama perkuliahan. Dengan adanya beliau menjadikan motivasi tersendiri bagi penulis hingga mendapatkan gelar sarjana. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan

Ibu Suwati selama ini, dan semoga selalu diberikan perlindungan dan kesehatan oleh Allah SWT

17. Untuk Kakak Saya Miftakhu Rokhmah, semoga selalu diberikan Kesehatan dan kemudahan dalam hal apapun.
18. Keluarga Zainez Racing Corporation yang sedari awal kuliah menemani penulis hingga mendapatkan gelar sarjana. Dengan segala halang rintang yang kita hadapi selama ini, semoga menjadikan kita semakin kuat dan bersabar atas ujian yang kita alami. Percayalah akan ada titik terang seperti apa yang kita inginkan di kemudian hari. Dan semoga tali persaudaraan ini selalu terjaga sampai lanjut di kehidupan yang akan datang. Sekali lagi terimakasih kepada semua keluarga Zainez Racing Corporation.
19. Teman teman Japari Coffee Squad yang telah memberikan tempat yang nyaman dalam proses penulisan skripsi ini. Semoga kita selalu didekatkan dengan hal hal baik aamiin.
20. Kepada Restu Wijianti, Terima kasih karena selalu menyemangati dan menemani penulis dalam proses penyusunan Skripsi.
21. Kepada dia yang pernah mewarnai kisah hidup penulis, semoga sehat selalu dan semoga menjadi keluarga yang sakinnah, mawaddah warahmah.
22. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Penyusun menyadari bahwa penelitian skripsi ini tidak sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penyusun mohon maaf dan mengharapkan kritikan membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih jauh dari kesempurnaan. Pada akhirnya segala drama yang menemani proses penyelesaian skripsi ini dapat dijadikan cerita tersendiri dan kenangan manis untuk dapat diingat sampai hari xi uan anti. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati penulis menyampaikan permohonan maaf apabila penulis memiliki banyak kesalahan dalam hal apapun, saran dan kritik yang diberikan

kepada penulis sangat berharga dan bermanfaat. Semoga ini juga dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Aamiin.

Purwokerto, 18 Juli 2024



Miftakhul Huda

NIM. 1817202117



PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/U/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain ‘....	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

1) Vokal tunggal (monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	ḍamah	U	U

Contoh: كَتَبَ -kataba يَذْهَبُ - yazhabu
 فَعَلَ -fa'ala سُنِيَ - su'ila

2) Vokal rangkap (diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
اِيْ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
اُوْ	Fathah dan wawu	Au	a dan u

Contoh: كَيْفَ - kaifa هَوْلٌ - haula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...	fathah dan alif	Ā	a dan garis di atas
إِ....	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
أُوْ	damah dan wawu	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla قِيلَ - qīla
 رَمَى - ramā يَقُولُ - yaqūlu

4. *Ta Marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1) *Ta marbūṭah* hidup

ta marbūṭah yang hidup atau mendapatkan *ḥarakatfathah*, *kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbūṭah* mati

Ta marbūṭah yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *tamarbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

contoh:

روضۃ الأطفال	<i>Rauḍah al-Atfāl</i>
المدينة المنورة	<i>al-Madīnah al-Munawwarah</i>
طلحة	<i>Ṭalḥah</i>

5. *Syaddah (tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا - *rabbānā*

نَزَّلَ - *nazzala*

6. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata

sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرجل - al-rajulu

القلم - al-qalamu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	اكل	<i>Akala</i>
Hamzah di tengah	تأخذون	<i>ta'khuz ūna</i>
Hamzah di akhir	النوء	<i>an-nau'u</i>

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازقين : *wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqīn*

فاوفوا الكيل والميزان : *fa aufū al-kaila waal-mīzan*

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab huruf kapital tidak dikenal, transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri tersebut, bukan huru fawal kata sandang.

Contoh:

ومحمد الرسول	<i>Wa māMuḥammadun illā rasūl.</i>
ولقد راه بالافق المبين	<i>Wa laqad raāhu bi al-ulfuq al-mubīn</i>

DAFTAR ISI

PERYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-LATIN.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
D. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Kajian Pustaka	12
B. Kerangka Teori	18
C. Kerangka Berpikir	31
D. Landasan Teori.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian	33

C. Subjek dan Objek Penelitian	33
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	33
E. Pengumpulan Data Penelitian	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	38
B. Nasabah Non-Muslim dalam BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga.....	44
C. Analisis Nasabah Non Muslim dalam Memilih Pembiayaan Murabahah dengan Bauran Pemasaran di BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga.....	47
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	63
LAMPIRAN	64
DOKUMENTASI.....	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini dunia usaha dalam berbagai jenis industri selalu berkembang seakan-akan tidak akan ada putusnya, hal demikian disebabkan perubahan zaman. Begitupun perkembangan yang dialami pada sektor perekonomian dalam perbankan yang tentu saja berusaha mengikuti perkembangan pada sektor industri lainnya. Perbankan menyesuaikan perkembangan zaman serta terdorong dari berbagai sisi, seperti masukan masyarakat dan kebutuhan yang memaksa menyesuaikan zaman saat ini.

Secara garis besar perbankan menjadi salah satu lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yakni menerima simpanan uang, meminjamkan uang serta memberikan jasa pengiriman uang. Berdasarkan sejarah perekonomian Islam, muslim juga pada masa lampau telah melakukan kegiatan perekonomian semacam perbankan, pembiayaan yang dilakukan muslim pada masa Rasulullah SAW menggunakan akad berdasarkan syari'ah. Praktik yang saat ini disebut perbankan seperti menerima titipan harta, meminjamkan harta yang dipergunakan sebagai kebutuhan konsumsi sampai kepentingan bisnis bahkan sampai praktik pengiriman uang. Maka dari itu kegiatan perbankan yang saat ini melekat pada sektor perbankan merupakan hal yang tidak terpisahkan dengan kehidupan umat Islam, bahkan sejak zaman Rasulullah SAW (Adiwarman, 2007).

Perkembangan Hukum Islam yang diminati oleh masyarakat luas sedang naik daun, baik kalangan muslim atau non muslim dewasa ini terutama adalah perkembangan di bidang ekonomi. Perkembangan ekonomi Islam menjadi suatu pencerahan bagi masyarakat, karena dengan eksistensi ekonomi Islam diharapkan dapat memberi perubahan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dasarnya di bidang ekonomi. Hal ini disebabkan adanya sistem profit and loss sharing dalam Bank Syariah (bagian dari sistem ekonomi

Islam), yang memberikan rasa keseimbangan dan keadilan kepada para pihak yang melakukan transaksi.(Slamet Akhmadi dan Abu Kholish, 2016)

Menyesuaikan problematika ekonomi yang semakin maju di berbagai penjuru, dari kota-kota bahkan sampai di daerah-daerah kecil. Munculnya perbankan syari'ah bermula dari adanya pengesahan peraturan tentang perbankan pada UU No. 7 tahun 1992 yang kemudian diubah dalam UU No. 10 tahun 1998 serta UU No. 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia. Undang-undang menjadi dasar secara formal dan berlaku yang dikeluarkan oleh BI yang menjamin kelegalan suatu kegiatan perekonomian pada sektor bank syari'ah. Selain itu, munculnya perbankan syari'ah merupakan hasil jawaban masyarakat yang memiliki kesadaran dengan adanya riba yang diklaim sebagai keharaman dan di larang agama Islam. Berkaitan dengan adanya larangan riba dalam Islam sesungguhnya tidak langsung diharamkan oleh agama, akan tetapi dengan 4 tahapan sehingga sampai pada keharaman tersebut.

Tahap pertama, menolak anggapan bahwa pinjaman riba yang pada zahirnya seolah-olah menolong mereka yang memerlukan sebagai suatu perbuatan yang mendekati atau taqarrub kepada Allah SWT.

“Dan, sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar ia menambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan, apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridoan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).”(Ar-Ruum:39).

Tahap kedua, riba digambarkan sebagai suatu yang buruk. Allah SWT mengancam akan memberikan balasan yang keras kepada orang Yahudi yang memakan riba.

“Maka, disebabkan kezaliman orang-orang yahudi, kami haramkan atas mereka (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) dihalalkan bagi mereka, dan karena mereka banyak menghalangi (manusia) dari jalan Allah, dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang darinya, dan karena mereka memakan harta orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir diantara mereka itu siksa yang

pedih.” (An-Nisaa’: 160-161).

Tahap ketiga, riba diharamkan dengan dikaitkan kepada suatu tambahan yang berlipat ganda. Para ahli tafsir berpendapat bahwa pengambilan bunga dengan tingkat yang cukup tinggi merupakan fenomena yang banyak di praktikan pada masa tersebut. Allah berfirman. “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah supaya kamu menda pat keuntungan.” (Ali imran:130)

Ayat ini turun pada tahun ke-3 Hijriah. Secara umum, ayat ini harus di pahami bahwa kriteria berlipat ganda bukanlah merupakan syarat dari terjadinya riba (jikalau bunga berlipat ganda maka riba, tetapi jikalau kecil bukanlah riba), tetapi ini merupakan sifat umum dari praktik pembungaan uang pada saat itu.

Tahap terakhir, Allah SWT dengan jelas dan tegas mengharamkan apapun jenis tambahan yang diambil dari pinjaman. Ini adalah ayat yang terakhir yang diturunkan menyangkut riba. “Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum di pungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan, jika kamu bertobat dari pengambilan riba) maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya.” (Al-Baqarah: 278-279).

Dengan adanya Firman Allah tentang larangan riba tersebutlah sehingga masyarakat mulai beralih menggunakan perbankan syariah untuk tabungan, tabungan haji dan lain-lain. Dengan adanya perbankan syariah praktik riba mulai berkurang dikalangan masyarakat, mengapa demikian? Karena dalam sistem perbankan syariah semua kegiatannya harus melalui akad. Sehingga unsur riba tidak ada lagi.

Lahirnya perbankan syariah di Indonesia dengan beroperasinya Bank Indonesia pada tahun 1992 M yang mempunyai bentuk operasionalisasi jauh berbeda dengan perbankan konvensional diharapkan akan memenuhi

kebutuhan yang sangat urgent bagi umat islam di Indonesia dalam menggunakan jasa perbankan secara syariah. Perbedaan

yang mendasar antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional adalah adanya larangan riba (bunga). Karena riba dalam Al-Qur'an dipersamakan dengan bunga yang hukumnya haram. Keharaman mengacu pada ayat Al-Qur'an : 278-279. Kultur yang dibangun perbankan syariah adalah membangun sistem bagi hasil (*profit and loss sharing system*) yang menjadi prinsip dasar operasional perbankan syariah.

Perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No.10 Tahun 1998. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah. Perkembangan perbankan syariah juga tidak luput dari *roles* nasabah yang mempercayakan penyimpanan aset finansialnya kepada pihak bank (Yoiz Shofwa, 2016).

Perbankan syariah sebagai alternatif dari sistem perbankan konvensional yang diharapkan dapat menggerakkan sektor riil (*moneter based economy*), karena itu perbankan syariah memerlukan pengaturan khusus. Aturan tersebut harus dapat menampung berbagai kepentingan tidak saja umat islam, tetapi juga non muslim karena perbankan syariah bersifat universal. Seperti layaknya sebuah produk barang, perbankan syariah mulai diminati oleh semua kalangan konsumen (baik muslim maupun non muslim) di Indonesia. Konsumen mempunyai alasan-alasan tertentu atau faktor-faktor yang mempengaruhi mereka untuk mengambil keputusan dalam menetapkan pilihan pada bank syariah. Dengan ini bank syariah tidak hanya dilirik oleh masyarakat yang muslim tetapi masyarakat non muslim juga sudah mulai melirik bank syariah. (Komite Nasional Ekonomi, 2019).

Sistem perbankan syariah memiliki kesamaan dengan sistem perbankan konvensional dalam hal mencari keuntungan dan pelayanan masyarakat dalam

bisnis keuangan. Namun keduanya memiliki perbedaan dalam hal sistem balas jasa yang diberikan kepada para nasabah. Dengan berpegang pada prinsip-prinsip balas jasanya masing-masing, kedua sistem perbankan ini bersaing bebas dalam pasar uang dimana jutaan nasabah diperebutkan dengan berbagai strategi bisnis perbankan syariah tidak saja dilakukan oleh bank-bank yang murni berbasis syariah, tetapi hampir seluruh bank konvensional juga membuka bisnis perbankan syariah ini. Dengan banyaknya bisnis perbankan di Purbalingga, masyarakat memiliki lebih banyak pilihan dalam mengelola dananya. Baik bank syariah maupun bank konvensional menawarkan begitu banyak fasilitas pelayanan, promosi dan produk yang sangat memanjakan para nasabahnya. Kondisi persaingan bisnis perbankan ini mendorong setiap bankir untuk mencari berbagai strategi pelayanan terbaik agar dapat menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang telah ada. (Komite Nasional Ekonomi, 2019).

Keterbatasan modal menjadi salah satu hambatan dalam pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Sebagai Lembaga keuangan mikro Syariah yang mandiri dan didirikan atas swadaya masyarakat, Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal war Tamwil (BMT) dapat menjadi salah satu alternatif Lembaga keuangan non bank yang strategis dilingkungan UMKM, selain itu BMT dengan konsep Syariah yang sesuai dengan akar budaya mayoritas bangsa Indonesia dapat menjadi alternatif masyarakat selama alergi dengan system ekonomi ribawi. (Komite Nasional Ekonomi, 2019).

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Damai Amanah Sejahtera Kabupaten Purbalingga beralamat di Jl. Kalikajar No.18 Dusun 5, Kec. Kaligondang, Kab. Purbalingga. Koperasi ini dilandasi semangat untuk menegakkan nilai-nilai ilahiyah khususnya dalam bidang ekonomi, BMT DAS mencoba untuk kiprah aktif dan mengambil bagian dalam kancan pemberdayaan ekonomi umat khususnya masyarakat Purbalingga.

KSPPS BMT DAS memiliki sejumlah strategi dalam meningkatkan produktivitas usaha dan pendapatan mulai dari pelatihan, pengembangan keterampilan dan pengetahuan anggota meningkat dalam mengelola usaha,

serta diversifikasi produk atau jasa. Koperasi juga membangun kemitraan dengan pihak-pihak terkait, seperti Dinas Koperasi dan UKM setempat agar koperasi mendapat dukungan dan bimbingan, bergabung dengan asosiasi koperasi atau perkumpulan bisnis.

Akses pembiayaan dengan tarif bagi hasil yang rendah juga menjadi strategi KSPPS BMT DAS dalam mendukung ekspansi usaha dan meningkatkan pendapatan koperasi, salah satunya melalui akses permodalan dari Lembaga Pengelola Dana Bergulir Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (LPDB-KUMKM). Koperasi yang berdiri pada tahun 2017, mengetahui LPDB-KUMKM sebagai lembaga keuangan bertarif layanan rendah sejak tahun 2022. Informasi didapatkan juga dari berbagai sumber, seperti sosialisasi, informasi dari perkumpulan koperasi atau organisasi sejenis, serta dari laman resmi LPDB-KUMKM di website <https://www.lpdb.go.id/>, serta publikasi dari media-media nasional terkait pembiayaan murah kepada koperasi dan UMKM (KUMKM).

Alasan utama mengakses pembiayaan LPDB-KUMKM adalah penerapan skema bagi hasil yang sangat menguntungkan bagi kedua belah pihak. Di samping itu, kinerja LPDB-KUMKM dikenal sangat baik dan memuaskan, kami merasa dibimbing dan dilayani dengan sepenuh hati. Tercatat, KSPPS BMT DAS telah dua kali mendapatkan fasilitas pembiayaan LPDB-KUMKM. Pertama, pada tahun 2022 sebesar Rp1,1 miliar melalui pencairan bertahap, pembiayaan kedua didapatkan pada tahun 2023 sebesar Rp2 miliar. Kedua pembiayaan LPDB-KUMKM tersebut hingga kini berstatus kolektibilitas pembayaran lancar. KSPPS BMT DAS memiliki rencana pengembangan unit usaha produktif dan mengakses kembali pembiayaan dari LPDB-KUMKM. Rencana lainnya adalah, menambah kantor cabang yang menjadi bagian dari strategi ekspansi usaha koperasi agar mencapai lebih banyak anggota.

BMT DAS beroperasi dengan berlandaskan Pancasila dan Undang-undang dasar 1945 serta tidak bertentangan dengan syariat Islam. Adapun visi : menjadi koperasi Syariah berkelas dunia yang fokus pada penurunan tingkat

kemiskinan, misi dari BMT DAS ialah memberikan solusi bagi kaum muslimin untuk bertransaksi halal bebas riba, menciptakan pengusaha muslim yang tangguh dan berilmu sebagai bekal untuk berusaha dan bermuamalah secara Syariah, pada tahun 2019 dalam jangka 2 tahun sejak berdirinya BMT DAS berhasil lebih dari 700 anggota dan 80% berasal dari generasi milenial dibawah 40 tahun. KPSS BMT DAS sudah memiliki badan hukum dengan No. 012131/BH/M.KUKM.2/II/2019 (KSPPS BMT DAS, 2020).

BMT DAS memiliki rating atau penilaian bintang 5 menurut penilaian yang disediakan oleh *Google Maps*. Rata-rata penilaian tersebut menyampaikan puas akan pelayanan serta produk yang ditawarkan lengkap. Tentunya nasabah pada KSPPS BMT DAS tidak hanya muslim saja namun ada juga yang non muslim. Masyarakat non muslim terbilang minoritas namun memilih menjadi nasabah dengan mengambil pembiayaan modal kerja. Memiliki pembiayaan syariah tidak harus pada Bank Syariah Indonesia, namun dapat dilakukan di BMT Syariah. BMT DAS merupakan BMT pertama yang berbasis digital di kabupaten Purbalingga, di BMT ini ada produk simpanan dan pembiayaan. Pembiayaan yang ada disini ialah : Pembiayaan konsumtif, pembiayaan multi jasa, pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi, dana talangan (jangka waktu 14 hari) serta dasyat (dana Syariah cepat). Jumlah nasabah untuk produk pembiayaan ada 9 nasabah. Adapun 2% non muslim produk pembiayaan modal kerja yang sering diambil.

Fenomena global mengharuskan perbankan untuk melakukan *proactive strategic*. Salah satu cara untuk mengaktualisasikan *proactive strategic* yaitu dengan strategi penentuan lokasi usaha yang tepat, sebab keberhasilan dalam penentuan suatu usaha yang tepat akan meningkatkan operasionalisasi bisnis sehingga akan menekan biaya operasional. Lokasi usaha adalah tempat dan perusahaan melakukan kerja.

Desain teori usaha secara sederhana berbunyi “tempatkanlah pada titik geografis yang paling banyak memberikan kesempatan perusahaan di dalam usaha untuk mencapai tujuannya”. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam

lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Namun tentunya masyarakat non muslim memutuskan untuk menjadi nasabah pembiayaan di BMT DAS Purbalingga tidak hanya karena letak lokasi saja bisa jadi karean faktor minat dan lain sebagainya (Bangun, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu nasabah BMT DAS Kalikajar terkait dengan alasan mengapa memilih BMT DAS Kalikajar sebagai mitra untuk pembiayaan, memberikan penjelasan bahwa:

“Untuk alasan tersebut saya memilih BMT DAS Kalikajar sebagai mitra karena pelayanan dari BMT DAS Kalikajar yang menurut saya baik, produk yang bersaing dengan BMT lain di Kabupaten Purbalingga khususnya, lokasi dari tempat tinggal saya yang tidak terlalu jauh juga merupakan alasan saya memilih BMT DAS Kalikajar” (Wawancara: Patisina, Senin 10 Juli 2023).

Sedangkan di tempat lain peneliti juga melakukan wawancara dengan salah satu nasabah non muslim mengapa memilih BMT DAS sebagai mitra dalam pembiayaan usahanya, nasabah tersebut memberikan penjelasan bahwa:

“Saya adalah seorang non muslim namun saya memilih menjadi nasabah di BMT DAS Kalikajar dikarenakan beberapa pertimbangan, salah satu faktor utama adalah lokasi kantor BMT DAS yang berdekatan dengan tempat tinggal. Apabila saya sewaktu-waktu membutuhkan informasi atau bantuan terkait produk BMT DAS dengan cepat karyawan mendatangi rumah saya, secara tidak langsung saya sangat terbantu akan hal tersebut. Mengingat saya adalah pelaku usaha yang tidak mempunyai banyak waktu untuk bisa sewaktu-waktu datang ke BMT DAS”.

Penelitian terfokus pada apa saja alasan non muslim menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT DAS Purbalingga. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan menjadikan beberapa permasalahan dan fenomena yang telah diuraikan sebagai topik penelitian skripsi dengan judul “Model Perilaku Nasabah Non-Muslim Dalam Memutuskan Pengambilan Pembiayaan di KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera Melalui Bauran Pemasaran”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang ada pada latar belakang masalah, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis nasabah non muslim dalam memutuskan pembiayaan murabahah dengan bauran pemasaran?
2. Bagaimana analisis model keputusan nasabah non muslim dalam pengambilan keputusan?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Mengetahui alasan non muslim menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT DAS Purbalingga.
- b. Mengetahui model keputusan nasabah non muslim dalam pengambilan pembiayaan

2. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap dalam penelitian ini dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis. Kegunaan tersebut dapat diuraikan, antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam hal pengembangan di bidang penelitian khususnya yang terkait dengan model perilaku konsumen non muslim menjadi nasabah pembiayaan.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan referensi atau sebagai bahan rujukan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang yang diteliti.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa kerangka teoritis tentang pembahasan yang berkaitan dengan model perilaku konsumen non muslim menjadi nasabah pembiayaan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya. Selain itu penelitian ini bisa dijadikan bahan ajar ataupun referensi terkait materi perilaku konsumen.

3. Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti yaitu sebagai sarana untuk melatih dan mengembangkan kemampuan dalam bidang penelitian serta sebagai salah satu upaya untuk memperoleh pengalaman dan pengetahuan yang berharga terutama pada bidang yang diteliti.

D. Sistematika Pembahasan

Sarana untuk mempermudah dalam mempelajari dan memahami karya tulis ilmiah ini, akan diuraikan sistematika pembahasan yang akan dibagi menjadi lima bab sebagai berikut:

- BAB I** Berisikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian.
- BAB II** Landasan teori yang berisikan kajian pustaka yang di dalamnya memuat penelitian terdahulu dan kajian teori. Kajian pustaka berisi penelitian terdahulu perlu ada sebagai referensi penelitian dalam menulis karya tulis ilmiah. Kajian teori ada untuk memudahkan pembaca maupun peneliti memahami yang sedang diteliti. Serta landasan teologis.
- BAB III** Berisikan metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian, terdiri dari jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data dan teknik pemeriksaan keabsahan data.
- BAB IV** Merupakan penyajian data dan pembahasan yang berisi tentang pembahasan dan analisis data dalam penelitian yang dilakukan.

BAB V Merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka merupakan hal yang penting dari suatu bagian dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan. Dalam mendukung penelitian, maka dalam penelitian ini akan dikemukakan beberapa penelitian terdahulu sesuai dengan penelitian yang akan dikaji.

Menurut penelitian pertama yang dilakukan oleh Hasib Misno Abdul (2016) jurnal yang berjudul “*Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Fasilitas Pembiayaan Murabahah di BMT Maslahah Cabang Sambikerep Surabaya*”. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi nasabah non muslim terhadap produk pembiayaan murabahah karena sistem yang lebih adil dan menentramkan bagi non muslim, terbukti tidak rentan oleh krisis, memiliki payung hukum undang-undang, dan lokasi strategis.

Menurut penelitian kedua yang dilakukan oleh Zumroah Binti Mentari (2022) Jurnal yang berjudul “*Penerimaan Nasabah Non Muslim di PT. BPRS Kota Mojokerto Cabang Ngoro Jombang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*”. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa PT. BPRS menerapkan sistem universal dimana sistem tersebut merupakan pengaturan khusus yang terdapat pada perbankan Syariah dengan tidak membedakan suku, ras, agama dan golongan dalam masyarakat karena bekerja sama dengan non muslim adalah boleh selama sistem kerja tidak bertentangan dengan Islam namun tetap perlu prinsip kehati-hatian harus diperhatikan.

Menurut penelitian ketiga yang dilakukan oleh Wardani Anjani Resti Widia (2020), Skripsi yang berjudul “*Analisis Persepsi Non Muslim Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Jatim Syariah Cabang Madiun*”. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa persepsi non muslim terhadap keputusannya menjadi nasabah di bank Jatim Syariah cabang Madiun yakni positif karena adanya indikator yang berperan dalam pembentukan persepsi yakni perhatian yang selektif, objek yang dipersepsikan, alat indera dan rangsang, pengalaman

terdahulu dan pengaruh dari luar. Metode yang digunakan ialah kualitatif dengan pengumpulan data triangulasi.

Menurut penelitian keempat yang dilakukan oleh Syafrina Nova (2018) Jurnal yang berjudul “ *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menabung Di Pt. Bank Syariah Mandiri*”. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa Faktor yang paling besar adalah faktor produk bukan faktor fasilitas Hal ini dikarenakan masyarakat non muslim tidak begitu memperlakukan fasilitas atau sarana dan prasarana yang dimiliki bank syariah. Mereka lebih mementingkan produk yang ditawarkan. Metode yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif.

Menurut penelitian kelima yang dilakukan oleh Putri Umami Shofia (2022), Thesis yang berjudul “*Analisa Atribut Produk, Kualitas Layanan Dan Kesadaran Merek, Sebagai Strategi Pemasaran Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Non muslim (Studi Pada Bmt Kum 3 Sorong Papua Barat)*”. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa Atribut produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap nasabah non muslim, kualitas layanan secara positif memberikan pengaruh yang signifikan terhadap sikap nasabah, kesadaran merek secara positif memberikan pengaruh yang signifikan terhadap sikap nasabah nonmuslim, sikap secara positif memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah non muslim, sikap tidak memediasi atribut produk terhadap minat nasabah non muslim, sikap memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah non muslim, dan sikap memediasi pengaruh kesadaran merek terhadap minat nasabah non muslim. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan kolaborasi metode survey, pengumpulan data penelitian menggunakan metode *personality Administrated Questionnaires*, dan teknik penarikan sampel menggunakan *purpose sampling*. Data penelitian dianalisis dengan persamaan permodelan *structural equation model (SEM)* dengan pengukuran pengujian *partial least square*.

Menurut penelitian ke enam yang dilakukan oleh Rina dan Aslikha (2019) dalam “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim untuk Memanfaatkan Produk Lembaga Keuangan Syariah*”. Hasil penelitian

menjelaskan bahwa factor yang mempengaruhi non muslim menjadi nasabah yakni factor keluarga dengan latar belakang memiliki status dan peran yang bagus, factor kondisi dan keadaan ekonomi, serta factor psikologis motivasi dan kepercayaan serta sikap.

Menurut penelitian ke tujuh yang dilakukan oleh Anggraini Rifani (2022). Dalam “Analisis Minat Nasabah Non Muslim untuk melakukan Pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima Medan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa non muslim menjadi nasabah karena faktor internal yakni pekerjaan serta faktor eksternal yakni promosi, pelayanan, lokasi dan tingkat sosial. Faktor sosial salah satu faktor yang dinamik yang memiliki pengaruh sangat signifikan dalam perubahan selera pasar dan kebutuhan masyarakat. Faktor sosial yang mempengaruhi ekstensi sebuah bank sangat luas mencakup kepercayaan, nilai dan sikap sampai pada gerakan keagamaan, faktor selera di era globalisasi seperti saat ini mempengaruhi dunia perbankan. Lokasi, tentunya seorang nasabah menginginkan lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau. Lokasi diduga berpengaruh positif terhadap minat non Muslim menjadi nasabah pada PT. BPRS Gebu Prima Medan.

Menurut penelitian ke delapan yang dilakukan oleh Farid Miftah (2023) dalam “*Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Non Muslim Terhadap Kualitas Pelayanan pada Bank Syariah di Kota Medan*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbankan Syariah diminati oleh semua kalangan termasuk non muslim namun dalam pelayanan harus ditingkatkan lagi.

Menurut penelitian ke Sembilan yang dilakukan oleh Marlina Lina (2020) dalam “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah di Tasikmalaya*”. Hasil menunjukkan bahwa lokasi, pelayanan, religious stimuli, reputasi, profit sharing dan promosi tidak berpengaruh dalam minat non muslim jadi nasabah.

Al Azmi Amaliah (2015) dalam penelitiannya berjudul “*Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Di BNI Syariah KC. Rungkut Surabaya)*” hasil penelitiannya menunjukkan alasan nasabah non muslim memilih pembiayaan murabahah di BNI Syariah adalah Skema pembiayaan yang sederhana, bagi nasabah non muslim

proses yang mudah dan cepat merupakan daya tarik utama mereka memilih pembiayaan murabahah. Promosi pembiayaan mikro yang menyeluruh membuat nasabah non muslim tidak perlu jauh-jauh mendatangi bank, karena marketing bank yang akan mendatangi nasabah. Akad yang saling menguntungkan, bagi pengusaha non muslim asalkan mereka tidak merasa dirugikan maka mereka akan mengambil pembiayaan tersebut tanpa pikir panjang.

Penelitian Nurjanah dan Dewi Laela Hilyatin (2016), dalam penelitiannya yang berjudul “*Strategi Penyelamatan Pembiayaan Bermasalah Pada Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri Cabang Purwokerto*”, hasil penelitiannya menunjukkan naiknya minat para nasabah dalam menyelesaikan masalah keuangan menggunakan Bank Syariah Mandiri. Strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri Purwokerto adalah *stay strategy* yang sangat membantu Masyarakat karena menjalin hubungan bisnis dengan nasabah dengan cara yang halal.

Tabel 1.1.
Persamaan dan Perbedaan Judul Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Hasib Misno Abdul (2016) dalam jurnal “ <i>Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Fasilitas Pembiayaan Murabahah di BMT Masalahah Cabang Sambikerep Surabaya</i> ”	Sama-sama meneliti perilaku nasabah non muslim memilih menjadi nasabah pembiayaan di BMT Syariah	Objek penelitian pembiayaan dan analisis data
2.	Zumroah Binti Mentari, dan Sya’in (2022) dalam “ <i>Penerimaan Nasabah Non Muslim di PT. BPRS Kota Mojokerto Cabang Ngoro Jombang ditinjau dari Undang-</i>	Sama sama meneliti nasabah non muslim yang di bprs	Objek penelitian dan model perilaku nasabah non muslim

	<i>Undang Nomor 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah</i>		memilih tabungan Syariah
3.	Wardani Anjani Resti Widia (2020) dalam <i>“Analisis Persepsi Non Muslim Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Jatim Syariah Cabang Madiun”</i> .	Sama sama meneliti keputusan non muslim menjadi nasabah bank Jatim Syariah	Menggunakan teori yang berbeda sehingga menghasilkan sudut pandang yang berbeda, objek penelitian serta responden yang diteliti.
4.	Ibrahim Muhammad (2019) dalam <i>“Analisa Keputusan Masyarakat Non Muslim Menabung Di Pt. Bank Syariah Mandiri”</i> .	Sama sama meneliti non muslim yang menabung di syariah	Analisis menggunakan bauran pemasaran, metode penelitian, objek penelitian serta responden yang diteliti
5.	Putri Umma Shofia (2022) dalam <i>“Analisa Atribut Produk, Kualitas Layanan Dan Kesadaran Merek, Sebagai</i>	Sama-sama meneliti minat nasabah non muslim	Menggunakan teori yang berbeda sehingga

	<i>Strategi Pemasaran Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Non muslim (Studi Pada Bmt Kum 3 Sorong Papua Barat)</i> ”.		menghasilkan sudut pandang yang berbeda, metode penelitian, objek dan responden penelitian.
6.	Rina dan Aslikhah (2019) dalam “ <i>Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim untuk Memanfaatkan Produk Lembaga Keuangan Syariah</i> ”	Sama sama meneliti non muslim	Objek penelitian, model responden penelitian
7	Anggraini Rifani (2022) dalam “ <i>Analisis Minat Nasabah Non Muslim untuk Melakukan Pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima Medan</i> ”	Sama sama meneliti non muslim dan objek penelitian	Model perilaku penelitian dan tempat penelitian
8.	Farid Miftah (2023) dalam “ <i>Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Non Muslim Terhadap Kualitas Pelayanan pada Bank Syariah di Kota Medan</i> ”	Sama-sama meneliti non muslim	Objek. Tempat dan variabel penelitian serta metode
9	Nofa Syafrina (2018) dalam “ <i>Analisis tentang perilaku nasabah Non Muslim Menabung di PT. Bank Syariah Mandiri</i> ”	Sama sama nasabah non muslim	Objek, tempat variable penelitian dan metode penelitian

10	Al Azmi Amaliah (2015) dalam penelitiannya berjudul “ <i>Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Di BNI Syariah KC. Rungkut Surabaya)</i> ”	Sama sama nasabah non muslim	Pembiayaan murabahah sedangkan penelitian ini tentang pembiayaan modal kerja
11	Nurjanah dan Dewi Laela Hilyatin (2016) dalam penelitiannya berjudul “ <i>Strategi Penyelamatan Pembiayaan Bermasalah Pada Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri Cabang Purwokerto</i> ”	Sama sama meneliti nasabah baik muslim maupun non muslim.	Objek, tempat, dan metode yang digunakan dalam penelitian.

B. Kerangka Teori

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam memilih dan memutuskan beberapa alternatif produk barang atau jasa untuk selanjutnya dibeli dan dimiliki (Irwansyah dkk, 2021). Begitu juga pada perilaku nasabah yaitu perilaku yang ditunjukkan dalam memilih dan memutuskan penghimpunan dana maupun pembiayaan. Tentunya ada faktor-faktor yang mempengaruhi seorang nasabah dalam mengambil keputusan, beberapa diantaranya yaitu sebagai berikut :

a. Teori Lokasi

Lokasi merupakan tempat yang telah ditentukan perusahaan untuk melakukan kegiatannya. Pemilihan lokasi yang tepat tentunya sangat penting dan perlu pertimbangan karena akan mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Begitu juga penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Pengaruh lokasi terhadap minat non Muslim menjadi nasabah di Bank

Pembiayaan Rakyat Syariah Lokasi usaha adalah tempat dan perusahaan melakukan kerja. Desain teori usaha secara sederhana berbunyi “tempatkanlah pada titik geografis yang paling banyak memberikan kesempatan perusahaan di dalam usaha untuk mencapai tujuannya” pendapat lain mengatakan bahwa lokasi usaha adalah tempat dimana perusahaan melakukan aktivitasnya. Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan (Anggraini dan Inayah, 2022).

b. Teori Pelayanan

Pelayanan kepada nasabah dalam dunia jasa perbankan menjadi suatu hal yang vital. Pada dasarnya pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tak langsung (Putri, 2018). Kualitas pelayanan pada umumnya dipandang sebagai hasil keseluruhan sistem pelayanan yang diterima konsumen, dan pada prinsipnya, bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta adanya tekad untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan dan profitabilitas. Tingkat kualitas yang lebih tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi (Bachri, 2019). Hal ini dapat menjadi pertimbangan nasabah untuk memutuskan penghimpunan dana pada tabungan yang sesuai dengan kebutuhannya. Dengan pelayanan yang baik tentunya nasabah akan merasa nyaman dalam proses pembukaan hingga berjalannya tabungan.

Selain itu Teori Parasuraman juga dapat digunakan dalam penelitian ini khususnya melalui model SERVQUAL, digunakan untuk mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang mereka terima. Pendekatan ini memungkinkan penyedia layanan untuk mengidentifikasi area-area di mana mereka dapat meningkatkan layanan mereka, dengan

membandingkan persepsi konsumen terhadap harapan mereka terhadap layanan. Teori Parasuraman tetap menjadi salah satu kerangka kerja yang penting dalam memahami dan meningkatkan kualitas layanan dari perspektif konsumen, dengan fokus pada pengalaman dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima.

c. Teori Minat

Minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Pengertian minat diartikan sebagai keinginan, kehendak, atau kesukaan. Dan atau minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. (Poerdaminta, 2006)

Definisi minat menurut Andi Mappiare dalam Rifa'atul Machmudah adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Sedangkan menurut Keller dalam Esthi Dwityanti minat konsumen adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. (Machmudah, 2009)

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat secara garis besar dikelompokkan menjadi 2 yaitu: (1) dari dalam individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian) dan (2) berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah, masyarakat. Crow berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat yaitu: Dorongan dari dalam individu, motif sosial dan faktor emosional. Indikator minat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kebutuhan masyarakat dan informasi yang disampaikan oleh teman, saudara, lingkungan sekitar.

Selain itu terdapat teori teori yang akan menentukan konsumen dalam mengambil keputusan, antara lain sebagai berikut :

1. Perilaku Anggota Koperasi Terhadap Pengambilan Keputusan

Banyak pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan para ahli, salah satunya yang didefinisikan oleh Engel dan kawan-kawan (1994) yang mengatakan bahwa perilaku konsumen didefinisikan sebagai suatu tindakan individu secara langsung terlibat dalam usaha memperolehnya, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Nasabah adalah orang yang melakukan suatu pembiayaan di Bank dengan menggunakan akad yang disepakati. Menurut kamus perbankan mendefinisikan nasabah adalah orang atau badan yang memiliki rekening simpan- meminjam pada bank. Non Muslim adalah seseorang yang mempunyai keyakinan di luar agama Islam. Yang dimaksud dengan non Muslim adalah orang yang tidak menganut agama Islam, mencakup sejumlah agama dengan segala bentuk kepercayaan dan variasi ritualnya. Nasabah non –Muslim adalah nasabah yang memiliki keyakinan yang berbeda dengan agama Islam. Namun ada nasabah yang memilih untuk melakukan pembiayaan di Lembaga Keuangan Syariah (Anggraini dan Inayah, 2022).

Menurut Alex S. NitiseMITO, perilaku nasabah adalah ilmu yang mencoba mempelajari tingkah laku nasabah sebagai konsumen bank dalam arti tindakannya untuk membeli suatu barang atau jasa perbankan. Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuat keputusan (decision units), baik individu, kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya. Perilaku nasabah mengacu pada perilaku yang ditunjukkan oleh para individu dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Secara garis besar, perilaku konsumen mencakup aktivitas mental dan fisik berkenaan dengan proses mendapatkan, mengonsumsi, dan menghentikan pemakaian produk, jasa, ide, dan atau pengalaman tertentu (Rofiani, 2009).

2. Faktor Rasional dan Emosional Perilaku Konsumen

Menurut Swastha 2001:25 Faktor-faktor yang menyebabkan orang membeli adalah faktor rasional dan emosional. Faktor rasional adalah faktor-

faktor yang didasarkan pada kenyataan-kenyataan seperti yang ditujukan oleh suatu produk kepada konsumen. Faktor-faktor yang dipertimbangkan dapat berupa harga, kualitas, dan merek. Faktor Emosional Adalah faktor-faktor yang berkaitan dengan perasaan orang yang sifatnya cenderung subjektif. Faktor-faktor yang dipertimbangkan dapat berupa pengungkapan rasa cinta, gengsi, kebanggaan, kenyamanan, kesehatan dan kepraktisan.

Secara umum, ada dua jenis konsumen, yaitu konsumen rasional dan konsumen irasional. Keduanya memiliki ciri-ciri tertentu yang membuat keduanya mudah dikenali (Schiffman dan Kanuk, 2019).

a. Konsumen Rasional

Konsumen yang mengedepankan berbagai aspek konsumen secara umum, seperti; kebutuhan utama, kebutuhan mendesak, dan kegunaan produk terhadap konsumen tersebut. Berikut ciri-ciri konsumen rasional; Konsumen rasional hanya membeli suatu produk berdasarkan kebutuhannya, bukan berdasarkan keinginan. Produk yang dibeli oleh konsumen ini memberikan kegunaan optimal bagi dirinya. Konsumen ini hanya membeli produk-produk yang terjamin kualitas dan mutunya. Konsumen ini umumnya membeli suatu produk yang harganya sesuai dengan kemampuan keuangannya.

b. Konsumen Irasional

Konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming potongan harga, atau strategi marketing lainnya dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kegunaan produk tersebut bagi dirinya. Berikut ciri-ciri konsumen irasional; Konsumen irasional sangat mudah dipengaruhi oleh iklan dan promosi di berbagai media. Konsumen ini cenderung memilih barang-barang berdasarkan popularitas merk, bukan berdasarkan kegunaannya. Biasanya konsumen ini cenderung membeli barang karena prestise atau gengsi, bukan berdasarkan kebutuhannya.

3. Faktor anggota koperasi dalam mengambil pembiayaan

Keputusan anggota untuk mengambil kredit di koperasi dipengaruhi oleh beberapa faktor rasional. Berikut adalah beberapa faktor utama yang sering mempengaruhi keputusan tersebut:

- a. Biaya & Margin : Margin yang ditawarkan oleh koperasi sering kali lebih rendah dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya. Hal ini dapat menjadi faktor penarik utama bagi anggota.
- b. Persyaratan Pinjaman: Koperasi biasanya memiliki persyaratan pinjaman yang lebih fleksibel dan sederhana dibandingkan dengan bank atau lembaga keuangan lainnya, membuatnya lebih mudah diakses oleh anggotanya.
- c. Kecepatan dan Kemudahan Proses: Proses pengajuan dan persetujuan pinjaman di koperasi sering kali lebih cepat dan tidak terlalu birokratis. Hal ini sangat mempengaruhi keputusan anggota yang membutuhkan dana dengan segera.
- d. Kepercayaan dan Keamanan: Anggota biasanya memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap koperasi, karena mereka adalah bagian dari organisasi tersebut. Transparansi dan akuntabilitas koperasi juga meningkatkan rasa aman dalam mengambil kredit.
- e. Pelayanan Personal: Koperasi sering kali memberikan pelayanan yang lebih personal dan bersifat kekeluargaan, yang dapat membuat anggota merasa lebih nyaman dan terdorong untuk mengambil kredit di sana.
- f. Manfaat dan Dividen: Sebagai anggota koperasi, mereka mungkin mendapatkan keuntungan dari dividen atau surplus yang dihasilkan koperasi, sehingga mereka cenderung mendukung dan menggunakan layanan koperasi.
- g. Dukungan Sosial: Koperasi sering kali memiliki program dukungan sosial bagi anggotanya, seperti pelatihan keuangan dan program pemberdayaan lainnya, yang dapat menjadi faktor pendorong untuk mengambil kredit di koperasi.

- h. **Fleksibilitas Pembayaran:** Koperasi biasanya menawarkan skema pembayaran yang lebih fleksibel, disesuaikan dengan kemampuan anggotanya, sehingga lebih menarik bagi mereka yang memerlukan pinjaman.
- i. **Rekomendasi dari Anggota Lain:** Pengalaman positif dari anggota lain dalam mengambil kredit di koperasi dapat menjadi referensi yang kuat bagi calon peminjam.

4. Produk Lembaga Keuangan Syariah

Sesuai ketentuan dalam perundang-undangan hanya Bank yang diperkenankan untuk melakukan penghimpunan dana dari masyarakat secara langsung. Badan usaha lain termasuk Lembaga Keuangan lain seperti Lembaga Pembiayaan (Multi Finance), Perusahaan Penjaminan, Perusahaan Pegadaian sumber dananya diperoleh dari pemodal atau Bank, sedangkan Koperasi sumber dananya berasal dari anggota. Dalam bank konvensional penghimpunan dana dari masyarakat yang dilakukan dalam bentuk Tabungan, Deposito dan Giro yang lazim disebut dengan dana pihak ketiga. Dalam bank syariah penghimpunan dana dari masyarakat yang dilakukan dengan prinsip wadiah dan mudharabah tanpa membedakan nama produk yang bersangkutan. Yang harus diperhatikan prinsip syariah dalam penghimpunan dananya karena sangat terkait dengan imbalan yang akan diberikan kepada pemilik dana atau pemodal. Apapun nama produknya jika penghimpunan dana mempergunakan prinsip mudharabah, maka pemilik dana akan memperoleh bagi hasil. Sebaliknya pemilik dana wadiah pada prinsipnya tidak mendapat imbalan kecuali Bank Syariah memberikan dalam bentuk bonus atas kebijakan bank syariah dan tidak diperjanjikan sebelumnya (Rofiani, 2009).

5. Jenis Pembiayaan Syariah ada 2 yakni :

Dalam hal pembagian model pembiayaan syariah terdapat dua macam model. Berikut adalah kedua model.

a. Pembiayaan Modal Kerja Syariah

Pembiayaan adalah penyediaan dana guna membiayai kebutuhan nasabah yang memerlukannya dan layak untuk memperolehnya (Zainul

Arifin, 2006) Pembiayaan merupakan tugas bank, yaitu pemberian sejumlah dana untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Menurut sifat penggunaannya pembiayaan dapat dibagi menjadi:

1. Pembiayaan produktif yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi
2. Pembiayaan konsumtif yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Pembiayaan produktif dapat dibagi menjadi dua (2) hal yaitu:

1. Pembiayaan modal kerja yaitu pembiayaan yang dimaksud untuk mendapatkan modal dalam rangka pengembangan usaha.
2. Pembiayaan investasi yaitu pembiayaan yang dimaksudkan untuk melakukan investasi atau pengadaan barang konsumtif

Sedangkan modal kerja adalah dana yang ditanamkan dalam aktiva lancar, oleh karena itu dapat berupa kas, piutang, surat-surat berharga, persediaan dan lain-lain. Modal kerja bruto adalah keseluruhan dari aktiva atau harta lancar yang terdapat dalam sisi debet neraca. Modal kerja netto adalah keseluruhan harta lancar dikurangi hutang lancar. Dengan perkataan lain modal kerja netto adalah selisih antara aktiva lancar dikurangi dengan hutang lancar.

Berdasarkan ketentuan pasal 1 angka 25 UU Perbankan Syariah dan PBI No. 10/24/PBI/2008 sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya, pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan atau piutang. Bank Syariah dapat membantu memenuhi seluruh kebutuhan

Modal kerja tersebut bukan dengan meminjamkan uang, melainkan dengan menjalin hubungan partnership dengan nasabah, dimana bank bertindak sebagai penyandang dana (*Shahibul maal*), sedangkan nasabah sebagai pengusaha (*Mudharib*). Skema pembiayaan semacam ini disebut dengan *Mudharabah (Trust financing)*.

Pembiayaan modal kerja Syariah merupakan pembiayaan dengan periode waktu pendek atau Panjang yang diperuntukkan bagi para pengusaha yang membutuhkan dana tambahan kerja sesuai syariat. Dalam hal ini, biasanya digunakan untuk membayar biaya produksi, membeli bahan baku, perdagangan barang dan jasa dan lain-lain. Program pembiayaan modal kerja Syariah bisa didapatkan bagi mereka yang membuka atau memiliki usaha yang dinilai bisa memiliki prospek tidak melanggar syariat Islam dan peraturan perundangan yang berlaku (Literasi Bank Syariah, 2023).

b. Unsur Modal Kerja

Unsur-unsur modal kerja terdiri atas komponen-komponen alat likuid (*cash*), piutang dagang (*receivable*) dan persediaan (*inventory*):

1. Pembiayaan Likuiditas (*Cash Financing*)

Pembiayaan ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang timbul akibat terjadinya ketidaksesuaian (*mismatched*) antara *Cash inflow* dan *Cash outflow* pada perusahaan nasabah.

Bank syariah dapat menyediakan fasilitas semacam ini dalam bentuk *qardh* timbal balik atau yang disebut *compensating balance*. Melalui fasilitas ini, nasabah membuka rekening giro dan bank tidak memberikan bonus atau rekening giro tersebut. Bila nasabah mengalami *mismatched*, nasabah dapat menarik dana melebihi saldo yang tersedia sehingga menjadi negatif sampai maksimum jumlah yang disepakati dalam akad. Atas fasilitas ini, bank tidak dibenarkan meminta imbalan berupa apapun kecuali biaya administrasi atas fasilitas tersebut.

2. Pembiayaan piutang (*receivable Financing*)

Kebutuhan pembiayaan ini timbul pada perusahaan yang menjual barangnya dengan kredit, tetapi baik jumlah dan jangka waktunya melebihi kapasitas modal kerja yang dimilikinya.

a. Pembiayaan Piutang (*receivable Financing*)

Bank memberikan pinjaman dana kepada nasabah untuk mengatasi kekurangan dana karena masih tertanam dalam piutang dalam imbalan bunga. Atas pinjaman itu bank meminta *cessie* atas tagihan kepada nasabah tersebut, bank berhak menagih langsung kepada pihak yang berhutang. Hasil penagihan tersebut pertama untuk membayar kembali pinjaman nasabah berikut bunganya, dan selebihnya dikreditkan ke rekening nasabah. Bila ternyata piutang tersebut tidak tertagih, maka nasabah wajib membayar kembali pinjaman tersebut berikut bunganya kepada bank.

b. Anjak Piutang (*Factoring*)

Untuk keperluan nasabah tersebut, nasabah mengeluarkan *draft* (wesel tagih) yang diaksep oleh pihak yang berutang atas *promissory notes* (promes) yang diterbitkan oleh pihak berutang, kemudian di – endors oleh nasabah. *Draft* atau *promes* tersebut lalu dibeli oleh bank dengan diskon sebesar bunga untuk jangka waktu tertentu. Bila saat jatuh tempo *draft* atau *promise* tidak tertagih maka nasabah wajib membayar kepada bank sebesar nilai nominal draft tersebut.

Bagi bank Syariah, untuk kasus pembiayaan piutang seperti tersebut diatas hanya dapat dilakukan dalam bentuk *al-qardh* dimana bank tidak boleh meminta imbalan kecuali biaya administrasi. Untuk kasus anjak piutang, bank dapat memberikan fasilitas pengambilalihan piutang, yaitu yang disebut *Hiwalah*. Dengan demikian bank Syariah meminjamkan uang (*Qard*) maksimum sebesar piutang yang tertera dalam dokumen piutang (wesel tagih atau *promise*). Wesel atau *promise* tersebut diserahkan kepada bank dengan suatu kuasa (*Wakalah*) untuk menagih kepada pihak yang berhutang. Untuk keperluan tersebut bank dapat membebankan *fee* atas jasa penagihan, bila ternyata pada saat jatuh tempo hasil tagihan itu digunakan untuk melunasi utang nasabah kepada bank. Tetapi bila ternyata piutang

tersebut tidak tertagih, maka nasabah harus membayar kembali utangnya itu kepada bank.

c. Pembiayaan Persediaan (*Inventory Financing*)

Pola pembiayaan ini pada prinsipnya sama dengan kredit untuk mendanai komponen modal kerja lainnya, yaitu memberikan pinjaman uang dengan imbalan berupa bunga.

Bank syariah mempunyai mekanisme tersendiri untuk memenuhi kebutuhan pendanaan persediaan tersebut, yaitu antara lain dengan menggunakan prinsip jual-beli (*al-bai*) dalam dua tahap. Tahap pertama, bank mengadakan (membeli dari supplier secara tunai) barang-barang yang dibutuhkan nasabah. Tahap kedua, yaitu bank menjual kepada nasabah pembeli dengan membayar tangguh dan dengan mengambil keuntungan yang disepakati bersama antara bank dan nasabah.

c. Pembiayaan Syariah dengan Skema Jual Beli

Ada 2 jenis kontrak dalam pembiayaan Syariah untuk modal kerja yakni dengan skema murabahah atau jual beli dimana pihak KSPPS akan membiayai pembelian barang kebutuhan modal kerja yang dibutuhkan nasabah. Pembiayaan akan diberikan sebesar harga pokok dan ditambah dengan margin untuk KSPPS yang sudah disetujui oleh kedua belah pihak. Jenis yang kedua ialah skema kemitraan bagi hasil atau mudharabah dan musyarakah berdasarkan kemauan kedua belah pihak untuk melakukan kerja sama dalam upaya untuk menaikkan nilai asset mereka (Literasi Bank Syariah, 2023).

6. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran yang sederhana memiliki 4 elemen berupa *product*, *place*, *price* dan *promotion*. Empat elemen tersebut menjadikan konsep bauran pemasaran 4P ini disebut product oriented atau berorientasi pada produk saja. Sedangkan konsep bauran pemasaran yang lebih kompleks memiliki lebih dari 4 elemen dan menjadikan konsep pemasaran ini tidak lagi berorientasi atau fokus pada produk saja. Konsep bauran pemasaran 7P memiliki 7 elemen yang

lebih kompleks dan tidak fokus pada produk saja, akan tetapi juga berkaitan dengan relasi dengan pasar atau target konsumen. Mengutip Oxford College of Marketing, 7P adalah bagian dari campuran pemasaran atau marketing. Campuran marketing ini mengacu pada taktik yang perusahaan miliki untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan memposisikan penawaran perusahaan dengan jelas di benak pelanggan. Hal ini melibatkan 7P, yakni *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Process* (proses), dan *Physical Evidence* (bukti fisik) (Wreta, 2022).

a. Product (Produk)

Hal ini mengacu pada apa yang dihasilkan perusahaan (apakah itu produk atau layanan, atau kombinasi keduanya) dan dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan inti pelanggan. Tantangannya adalah menciptakan dan menawarkan keunikan atau keunggulan tersendiri dalam kebutuhan tersebut. Ketika meningkatkan penawaran produk, pertimbangkan nilai yang dapat ditambahkan dan diferensiasi dicapai dengan jaminan, garansi, dan aplikasi yang ramah pengguna atau konten digital seperti video yang membantu pengguna untuk memaksimalkan produk (Wreta, 2022).

b. Price (Harga)

Price atau harga merupakan satu-satunya elemen penghasil pendapatan dari semua aktivitas pemasaran lainnya. Penting untuk mendapatkan harga yang tepat agar tidak hanya menutupi biaya pengeluaran, tetapi juga menghasilkan keuntungan. Sebelum menetapkan harga, perusahaan perlu meneliti informasi apa saja yang bersedia dibayar oleh pelanggan dan mendapatkan pemahaman tentang permintaan untuk produk atau layanan tersebut di pasar karena harga juga merupakan indikasi kuat dari posisi di pasar terhadap pesaing (harga rendah = merek bernilai). Harga perlu ditetapkan dengan mempertimbangkan pesaing juga (Wreta, 2022).

c. Place (Tempat)

Konsep tempat merupakan lokasi pelanggan melakukan pembelian. Tempat yang dimaksud dapat berupa aplikasi, situs web, atau toko fisik. Perusahaan perlu mempertimbangkan tempat seperti apa yang sesuai dengan

target konsumennya. Namun, perusahaan juga perlu mengaitkannya dengan perantara yang ada, seperti logistik, gudang penyimpanan, dan transportasinya (Wreta, 2022).

d. *Promotion (Promosi)*

Promosi merupakan tahap penting dalam bisnis untuk mengkomunikasikan kepada pelanggan terkait eksistensi produk dengan berbagai keunggulan dan harga yang menarik. Tanpa promosi, pelanggan tidak akan mengetahui itu semua (Wreta, 2022).

e. *People (Orang)*

Karyawan perusahaan memiliki peran besar dalam berinteraksi dengan pelanggan, menerima dan memproses pertanyaan, pesanan, dan keluhan mereka secara langsung melalui obrolan online, di media sosial atau melalui pusat panggilan. Mereka berinteraksi dengan pelanggan sepanjang hari dan menjadi “wajah” organisasi bagi pelanggan. Pengetahuan mereka tentang produk dan layanan perusahaan serta cara menggunakannya, kemampuan mereka untuk mengakses informasi yang relevan serta pendekatan dan sikap mereka sehari-hari perlu dioptimalkan (Wreta, 2022).

f. *Process (Proses)*

Semua perusahaan ingin menciptakan perjalanan yang lancar, efisien, dan ramah pelanggan. Hal ini tidak dapat dicapai tanpa proses yang tepat di belakang layar untuk mewujudkannya. Memahami langkah-langkah perjalanan pelanggan, mulai dari mengajukan pertanyaan secara online hingga meminta informasi dan melakukan pembelian dapat membantu perusahaan untuk mempertimbangkan proses apa yang perlu dilakukan untuk memastikan pelanggan memiliki pengalaman yang positif (Wreta, 2022).

g. *Physical Evidence (Bukti Fisik)*

Bukti fisik memberikan isyarat nyata tentang kualitas pengalaman yang ditawarkan perusahaan. Hal ini dapat berguna ketika pelanggan belum pernah membeli produk atau layanan dari suatu perusahaan sebelumnya dan

membutuhkan jaminan atau diharapkan untuk membayar layanan sebelum dikirim (Wreta, 2022).

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan pada teori dan riset sebelumnya, peneliti mengategorikan faktor yang memengaruhi minat nasabah non Muslim menggunakan jasa KSPPS BMT DAS Purbalingga adalah faktor produk, lokasi dan promosi yang merupakan variabel independent, serta minat nasabah non Muslim sebagai variabel dependent. Produk dalam kerangka pikir penelitian ini merupakan suatu barang dan jasa yang ditawarkan oleh KSPPS BMT DAS Purbalingga kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Lokasi terdapat dua indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu trade area characteristic adalah jarak dan keberadaan bank sangat berpengaruh terhadap minat nasabah non Muslim untuk menjadi nasabah di KSPPS BMT DAS Purbalingga tersebut. Selanjutnya yaitu competitive situation features adalah keberadaan suatu lembaga keuangan akan mempunyai arti jika sewaktu-waktu nasabahnya ingin menggunakan jasa lembaga keuangan tersebut. Promosi dalam penelitian ini adalah media yang digunakan dalam mempromosikan produk bank serta pemberian insentif dan hadiah kepada masyarakat. Minat dalam kerangka pemikiran ini merupakan variabel dependent. Dengan memperhatikan variabel independent yang disebutkan sebelumnya dan saran kepada orang lain agar menjadi nasabah di bank syariah. Sehingga memengaruhi nasabah non Muslim menggunakan jasa pada bank syariah. Berikut adalah gambar kerangka pikir dalam penelitian ini.

D. Landasan Teori

1. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Menurut Kotler pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai secara bebas dengan pihak lain. Pemasaran lebih menitik beratkan pada pengetahuan akan kebutuhan pelanggan dan upaya untuk memuaskannya melalui atribut

produk yang ditawarkan, karena kepuasan konsumen dipandang sebagai pusat pertumbuhan, laba dan keamanan eksistensi perusahaan. (Kotler dan Armstrong, 2000)

Definisi pemasaran ini berpijak pada konsep-konsep inti sebagai berikut: kebutuhan, keinginan, dan permintaan, produk, nilai, biaya, dan kepuasan, transaksi dan hubungan, pasar dan pemasaran dan pemasar. Menurut Kotler bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran yang meliputi item alat pemasaran yaitu product, price, promotion, dan place (4P). (Kotler dan Armstrong, 2000)

Marketing mix digunakan oleh pemasar agar produknya dapat memasuki pasar sasaran atau target market. Item bauran pemasaran meliputi:

- a. Product yaitu terdiri dari keragaman produk, kualitas, design, ciri, nama merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi/jaminan dan imbalan.
- b. Price, terdiri dari daftar harga, rabat/diskon, potongan harga khusus, periode, pembayaran dan syarat kredit.
- c. Promotion, terdiri dari promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, public, relation, dan pemasaran langsung.
- d. Place, terdiri dari saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan, lokasi, persediaan dan transportasi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), merupakan penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada narasumber. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci dan hasil penelitian lebih menekankan *makna* daripada *generalisasi*. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2013).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat pelaksanaannya yaitu bertempat di KSPPS BMT DAS Purbalingga. Waktu penelitiannya dilaksanakan pada Bulan April sampai dengan Juni 2023.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah informan atau narasumber utama yaitu nasabah non muslim pembiayaan di KSPPS BMT DAS Purbalingga.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah pokok persoalan yang akan diteliti guna memperoleh data secara lebih terarah. Adapun objek dalam penelitian ini adalah perilaku nasabah non muslim dalam pembiayaan di KSPPS BMT DAS Purbalingga.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Suryani dan Hendryadi, populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian. Jumlah unit dalam populasi dilambangkan dengan notasi N. Menurut jumlahnya populasi terbagi menjadi tiga

jenis, yaitu populasi terbatas, populasi tak terbatas dan populasi sasaran.

1 Populasi Terbatas

Populasi terbatas merupakan populasi yang memungkinkan untuk dapat dihitung jumlahnya.

2 Populasi Tak Terbatas

Populasi tak terbatas merupakan populasi yang tidak memungkinkan untuk dihitung jumlahnya secara keseluruhan.

3 Populasi Sasaran

Populasi sasaran merupakan populasi yang memiliki karakteristik khusus sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Pengertian Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan untuk penelitian. Menurut (Sugiyono 2017:215) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah unit dalam sampel.

Dalam penelitian ini yang akan dijadikan sampel penelitian adalah nasabah non muslim yang melakukan transaksi di DAS Purbalingga. Teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pengambilan sampel dilakukan secara sengaja dan sesuai dengan persyaratan sampel yang bertujuan agar data sampel yang didapat lebih representatif. Berikut adalah nama-nama Nasabah non Muslim.

No.	Nama	Alamat
1.	Sri Murwanti	Penaruban, Purbalingga
2.	Desy Ceira Wati	Purwokerto, Banyumas
3.	Luhut Budi Wiryawan	Ngaglik, Sleman
4.	TSL Kristiani	Bancar, Purbalingga

5.	Rita Krispriyantina	Penaruban, Purbalingga
6.	Eka Septiawati	Muntang, Purbalingga
7.	Crescentia Anna	Penaruban, Purbalingga
8.	Lusiana Patisina	Penaruban, Purbalingga
9.	Gentur Pamudjo	Purbalingga Wetan, Purbalingga

E. Pengumpulan Data Penelitian

Metode penelitian secara umum diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2013). Dalam hal ini peneliti mendapatkan data dengan cara melakukan wawancara terhadap nasabah dan pegawai.

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah Teknik yang bertujuan untuk melihat, mengkaji informasi kuantitatif yang berasal dari responden berdasarkan lingkup penelitian (Sujarweni, 2019). Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu skala linkert sebagai berikut:

a. Observasi Berperanserta (*Participant Observation*)

Observasi berperanserta dilakukan untuk mengamati obyek penelitian seperti tempat khusus suatu organisasi, sekelompok orang atau beberapa aktivitas suatu Sekolah (Salim & Syahrin, 2012). Penelitian ini tentunya mengamati nasabah non muslim pembiayaan. Peneliti dapat melakukan observasi secara terus terang atau tersamar, terbuka maupun terselubung.

b. Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu (Hardani, et al., 2020). Wawancara dilakukan dengan narasumber sebagai sumber data dan informasi, dengan tujuan menggali informasi yang ada sesuai dengan prioritas penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2013). Semua data yang dikumpulkan dan diinterpretasikan oleh peneliti didukung oleh instrumen sekunder seperti foto, catatan dan dokumen yang berkaitan dengan fokus penelitian.

2. Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari atas data primer dan data sekunder, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang di dapatkan langsung dari sumber atau bisa disebut sebagai data utama. Dalam penelitian kualitatif data primer bisa di dapatkan melalui wawancara terhadap narasumber. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2013). Data primer didapatkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) yaitu memperoleh keterangan atau informasi untuk tujuan penelitian dengan cara melakukan tanya jawab yang dilakukan oleh peneliti kepada narasumber.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang sudah ada sehingga peneliti bisa dikatakan sebagai tangan kedua. Data sekunder bisa diambil dari observasi, dokumen, foto, data serta penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Data sekunder yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu dokumen tulisan berupa catatan lapangan yang didapatkan peneliti saat melakukan observasi. Kemudian bisa berupa dokumen gambar berupa foto, nasabah non muslim pada pembiayaan.

3. Uji Kualitas Data

Pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sarna secara serermpak (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2013).Menerapkan beberapa cara untuk mendapatkan data kepada satu sumber atau narasumber.

4. Hasil Analisis Data

Kesimpulan awal yang disajikan bersifat pendahuluan dan dapat berubah kecuali ditemukan bukti yang jelas untuk mendukung langkah selanjutnya dalam pengumpulan data. Namun, jika kesimpulan yang disajikan pada tahap awal ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data didukung oleh bukti yang valid dan konsisten, maka kesimpulan yang disajikan adalah kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif bisa jadi menjawab rumusan masalah yang telah disusun sejak awal, bisa jadi tidak karena rumusan masalah bersifat sementara dan akan berkembang ketika penelitian setelah berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif belum pernah ada sebelumnya pada temuan baru. Hasil suatu penelitian dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang awalnya belum jelas dapat menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2013).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga

Koperasi syariah di Indonesia terus berkembang dalam berbagai sektor usaha, mulai dari keuangan, pertanian, perdagangan, industri, dan sektor lainnya. Perkembangan koperasi syariah di Indonesia juga telah mendapat dukungan penuh dari pemerintah dan regulator keuangan, seperti Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Lembaga-lembaga tersebut bertugas dalam mengawasi, mengatur, dan mendukung perkembangan koperasi syariah di Indonesia. Selain itu, tujuan utama koperasi syariah serupa dengan koperasi pada umumnya yaitu, memajukan kesejahteraan ekonomi dan sosial anggota melalui usaha bersama berbasis kekeluargaan. Demikian pula yang dilakukan oleh Koperasai Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Damai Amanah Sejahtera (KSPPS BMT DAS). Koperasi primer tingkat provinsi yang berlokasi di Jalan Raya Kalikajar Nomor 18 Desa Kalikajar Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah, memiliki total anggota sebanyak 1.114 orang. Diketahui oleh Toufan Aldian Syah, KSPPS BMT DAS mencatat total aset hingga Juni 2023 sebesar Rp 5,93 miliar. (<https://www.rri.co.id/umkm/309113/kspps-damai-amanah-sejahtera-manfaatkan-lpdb-untuk-ekspansi>)

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga memiliki sejumlah strategi dalam meningkatkan produktivitas usaha dan pendapatan mulai dari pelatihan, pengembangan keterampilan dan pengetahuan anggota meningkat dalam mengelola usaha, serta diversifikasi produk atau jasa. Koperasi juga membangun kemitraan dengan pihak-pihak terkait, seperti Dinas Koperasi dan UKM setempat agar koperasi mendapat dukungan dan bimbingan, bergabung dengan asosiasi koperasi atau perkumpulan bisnis.

BMT DAS beroperasi berlandaskan Pancasila dan Undang-undang dasar 1945 serta tidak bertentangan dengan syariat Islam. Pada tahun 2019 dalam jangka 2 tahun sejak berdirinya BMT DAS berhasil lebih dari 700 anggota dan 80% berasal dari generasi milenial dibawah 40 tahun. KSPPS BMT DAS sudah memiliki badan hukum dengan No. 012131/BH/M.KUKM.2/II/2019 (KSPPS BMT DAS, 2020).

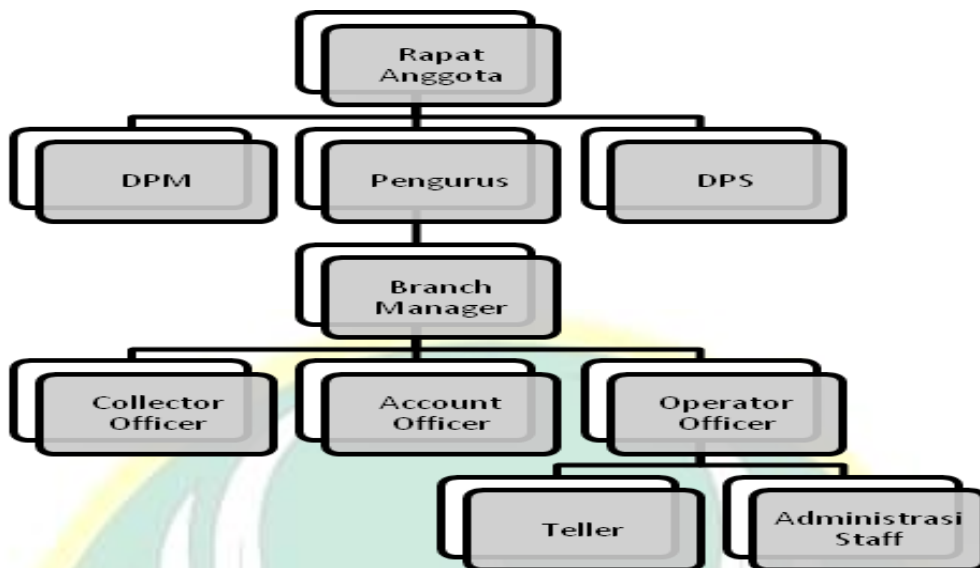
BMT DAS memiliki rating atau penilaian bintang 5 menurut penilaian yang terdapat di Google Maps. Rata-rata penilaian tersebut menyampaikan puas atas pelayanan serta produk yang ditawarkan lengkap. Tentunya nasabah pada KSPPS BMT DAS tidak hanya muslim saja, namun ada juga yang non muslim. Masyarakat non muslim terbilang minoritas namun memilih menjadi nasabah dengan mengambil pembiayaan modal kerja. Memiliki pembiayaan syariah tidak harus pada Bank Syariah Indonesia, namun dapat dilakukan di BMT Syariah BMT DAS yang merupakan BMT pertama yang berbasis digital di Kabupaten Purbalingga, di BMT ini ada produk simpanan dan pembiayaan.

2. Visi dan Misi

Visi berupa “Menjadi koperasi syariah berkelas dunia yang fokus pada penurunan tingkat kemiskinan”. Dan Misi berupa “Memberikan solusi bagi kaum muslimin untuk bertransaksi halal bebas riba dan menciptakan pengusaha muslim yang tangguh dan berilmu sebagai bekal untuk berusaha dan bermuamalah secara syariah”.

3. Struktur Organisasi KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga

Struktur Organisasi KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga



4. Nama di Struktur Organisasi KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga

a. Dewan Pengawas Manajemen

1. Alfatu Yushar Kharismansyah, S.E., M.Si.
2. Prima Hijrah Saputra

b. Dewan Pengawas Syariah

1. Habib Munawir Ghozali, S.Ag., S.H., M.H.
2. Anggita Isty Intansari, S.H.I., M.E.I.

c. Pengurus

1. Direktur Utama : Dr. Toufan Aldian Syah, M.E
2. Sekretaris : Haryanto Budi Saputro, S.Pd., M.Pd.
3. Bendahara : Danang Agus Pratiknya, S.T.

d. *Branch Manager* : M. Arief Setyanugraha, S.T.

e. *Collection Officer* : Lulus Wibowo

f. *Account Officer* : Alvio

g. *Operation Officer* : Disa Renada

h. *Teller* : Asa

i. *Administrasi Staff* : Fani Dwi Astari

5. Produk-Produk KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga

a. Produk Simpanan

1. Simpanan Amanah

Simpanan ini merupakan bagian dari akad *mudharabah*, didalamnya terdapat bagi hasil dan dana dapat dikelola oleh pihak penyimpan.

2. Simpanan Damai

Simpanan ini merupakan bagian dari akad *wadi'ah yad dhamanah*, dimana pihak anggota sebagai penitip dan pihak KSPPS BMT DAS sebagai penyimpan. Dana yang dititipkan boleh digunakan dan dimanfaatkan oleh pihak penyimpan dengan catatan dana akan dikembalikan utuh pada saat anggota melakukan penarikan. Simpanan ini dapat diambil kapan saja selama terdapat saldo dan tidak terdapat jangka waktu.

3. Simpanan Idul Fitri

Simpanan ini merupakan bagian dari tabungan akad *mudharabah* berbentuk mata uang rupiah yang setorannya minimal Rp. 100.000,- dilakukan setiap bulan dan penarikan hanya dilakukan pada saat menjelang Idul Fitri, kemudian terdapat *nisbah* atau bagi hasil berupa parcel Idul Fitri.

4. Simpanan Idul Adha

Simpanan ini merupakan bagian dari tabungan akad *mudharabah*, berbentuk mata uang rupiah yang nilainya sama dengan harga ternak yaitu sapi atau kambing dan setorannya dilakukan setiap bulan kemudian penarikan hanya dilakukan pada saat menjelang Idul Adha dan terdapat *nisbah* atau bagi hasil berupa kambing atau sapi.

5. Simpanan Pendidikan

Simpanan ini merupakan tabungan berjangka dengan akad *mudharabah*, berbentuk mata uang rupiah yang nantinya digunakan untuk keperluan pembayaran SPP dan UKT.

6. Simpanan Berjangka

Simpanan ini merupakan tabungan berjangka atau bagian dari deposito *mudharabah* dengan menggunakan akad *mudharabah* dan terdapat kriteria yaitu 12 bulan, 24 bulan itu menggunakan *rate* atau penerimaan bagi anggota yang mengikuti simpanan berjangka. Bonus yang diberikan oleh pihak penyimpan yaitu setiap bulannya sampai dengan batas jangka waktu sesuai kesepakatan.

7. Simpanan Berjangka Berhadiah

Simpanan ini sama halnya dengan simpanan berjangka, perbedaannya pada simpanan berjangka bonus atau *benefit* yang diberikan itu setiap bulan sedangkan pada simpanan berjangka berhadiah *benefit* yang diberikan yaitu hanya satu kali pada saat awal melakukan penabungan simpanan.

b. Produk Pembiayaan

1. Pembiayaan Investasi

Pembiayaan ini merupakan bagian dari akad *mudharabah*, yaitu pihak KSPPS BMT DAS sebagai *shahibul maal* atau pemilik modal dengan anggota sebagai *mudharib* atau pengelola. Jadi pihak BMT DAS menginvestasikan modalnya untuk usaha yang akan dikelola anggota dengan margin sesuai kesepakatan.

2. Pembiayaan Multi Jasa

Pembiayaan ini merupakan bagian dari akad *murabahah* dan *ijarah*, dalam pembiayaan multi jasa ini bisa digunakan bagi anggota yang ingin membeli sepeda motor, laptop, handphone, dan lain-lain. Bagi anggota yang ingin membeli ruko (rumah toko) dapat menggunakan produk ini dengan pembayaran penyewaan ruko kemudian anggota secara berangsur membayar penyewaan ruko tersebut di bulan berikutnya setelah usahanya berjalan dan memperoleh keuntungan.

3. Dana Talangan (Jangka waktu 14 hari)

Pembiayaan ini difasilitasi oleh KSPPS BMT DAS untuk anggota yang membutuhkan dana cepat untuk usaha, modal dan lainnya dalam jangka waktu pengembalian 14 hari anggota harus mengembalikan dan tersebut.

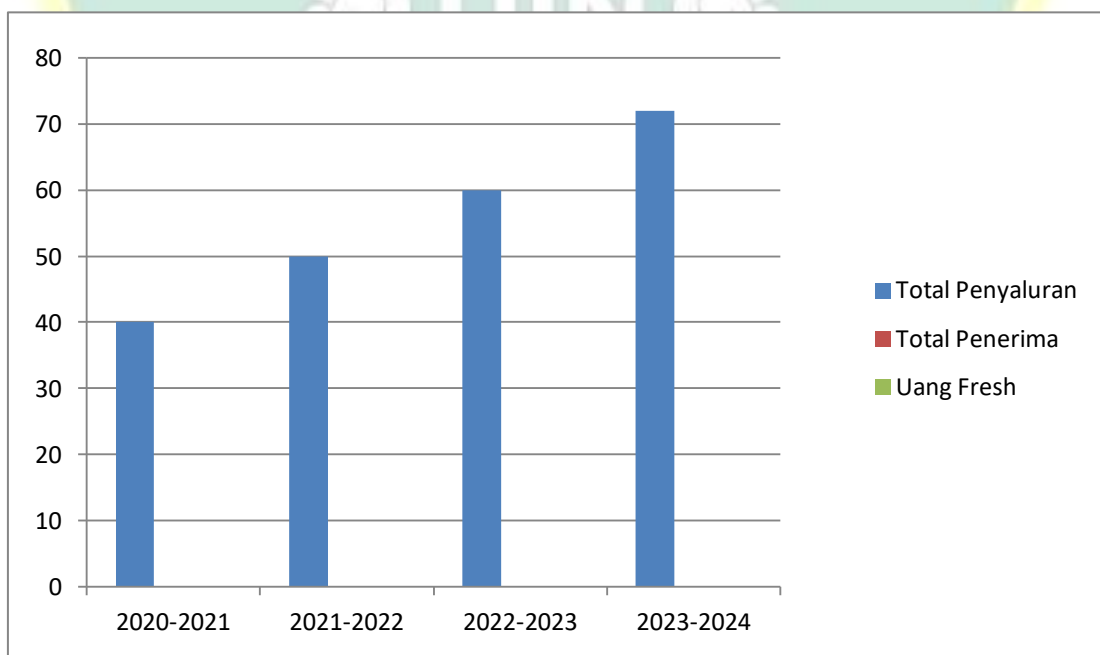
4. Pembiayaan Kelompok

Pembiayaan ini diperuntukan bagi sekumpulan orang yang ingin melakukan pembiayaan secara berkelompok bukan secara individu dengan menggunakan akad *wakalah bil ujarah*.

6. Data Pembiayaan yang Tersalurkan

Pembiayaan merupakan satu dari banyaknya model transaksi yang dilakukan di BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga. Pembiayaan perbulan mencapai Rp 250 juta dan pembiayaan pertahun mencapai Rp 3 Milyar. Terkait uang pembiayaan perbulan kisaran Rp 250 hingga Rp 300 juta perbulan dan uang fresh mencapai Rp 150 juta serta Rp 100 juta digunakan apabila ada perpanjangan (Wawancara: M. Arief Setyanugraha, S.T. 2023)

Bagan 2 Data Penyaluran Dana



Telah menyalurkan sejumlah 2,7 Milyar kepada 50 anggota. Periode Juni 2022-Juni 2023 sejumlah 2,8 Milyar kepada 60 anggota. Kemudian pada periode Juni 2023-Juni 2024 KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera bekerjasama dengan LPDB-KUMKM telah menyalurkan pembiayaan sejumlah Rp 3,1 Milyar kepada 72 anggota.

Data tersebut menunjukkan bahwa setiap tahun KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera semakin banyak menyalurkan pembiayaan dengan nominal yang semakin meningkat. Secara tidak langsung semakin banyak anggota yang percaya dengan produk yang ditawarkan oleh KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera. Dari mulai pengucuran dana hanya Rp 2,5 Milyar pada saat pandemi hingga tahun 2024 sejumlah Rp 3,1 Milyar, dengan anggota yang menerima mulai dari 40 hingga 72 orang.

B. Nasabah Non-Muslim dalam BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga

1. Jumlah Nasabah Non-Muslim

KSPPS BMT DAS merupakan bank yang pengelolaannya menggunakan prinsip-prinsip syariah Islam. Meskipun dalam pengelolaannya menggunakan prinsip-prinsip syariah Islam, ternyata hal ini tidak menghalangi non muslim untuk berpartisipasi menjadi nasabah bank ini. Jumlah nasabah non muslim untuk produk pembiayaan ada 9 nasabah. Adapun 2% non muslim produk pembiayaan modal kerja yang sering diambil.

Tabel 1 daftar nasabah non muslim

No.	Nama	Alamat
10.	Sri Murwanti	Penaruban, Purbalingga
11.	Desy Ceira Wati	Purwokerto, Banyumas
12.	Luhut Budi Wiryawan	Ngaglik, Sleman
13.	TSL Kristiani	Bancar, Purbalingga
14.	Rita Krispriyantina	Penaruban, Purbalingga

15.	Eka Septiawati	Muntang, Purbalingga
16.	Crescentia Anna	Penaruban, Purbalingga
17.	Lusiana Patisina	Penaruban, Purbalingga
18.	Gentur Pamudjo	Purbalingga Wetan, Purbalingga

(Wawancara: M. Arief Setyanugraha, S.T.2023)

2. Faktor yang Mempengaruhi Non-Muslim bersedia menjadi Nasabah di KSPPS DAS

Fenomena global mengharuskan perbankan untuk melakukan *proactive strategic*. Salah satu cara untuk mengaktualisasikan *proactive strategic* yaitu dengan strategi penentuan lokasi usaha yang tepat, sebab keberhasilan dalam penentuan suatu usaha yang tepat akan meningkatkan operasionalisasi bisnis sehingga akan menekan biaya operasional. Lokasi usaha adalah tempat dan perusahaan melakukan kerja. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Namun tentunya masyarakat non muslim memutuskan untuk menjadi nasabah pembiayaan di BMT DAS Purbalingga tidak hanya karena lokasi saja bisa jadi karena faktor minat dan lain sebagainya (Bangun, 2020).

Beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah non Muslim menjadi nasabah di KPSS BMT DAS Purbalingga yaitu produk, lokasi, pelayanan, religius stimuli, reputasi, profit sharing dan promosi. Dalam penelitian ini peneliti mengkategorikan tiga faktor yang menjadi minat non Muslim pada KPSS BMT DAS Purbalingga yaitu faktor produk, lokasi dan promosi.

1. Produk

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki

oleh konsumen. Philip Kotler mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan sesuatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

Simorangkir mengatakan bahwa produk perbankan adalah instrumen atau perangkat yang dibuat dan dijual oleh bank. Produk yang dibeli oleh bank sangat banyak jumlahnya, karena bank dapat menciptakan berbagai jenis produk sesuai dengan keinginan nasabah. Produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah barang dan jasa yang disediakan oleh bank syariah seperti:

1. Produk penyaluran dana (financing) yang dikategorikan berupa prinsip jual beli (Ba'i), prinsip sewa (Ijarah), prinsip bagi hasil pembiayaan dengan akad pelengkap.
2. Produk penghimpun dana (funding) yang dikategorikan berupa prinsi wadiah dan prinsip mudharabah.
3. Produk jasa perbankan berupa sharf (jual beli valuta asing) dan ijarah (sewa).

Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus selalu diciptakan setiap waktu, sehingga dapat menarik minat calon nasabah yang baru atau dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada sekarang ini.

2. Lokasi

KPSS BMT DAS Purbalingga adalah tempat dimana diperjual belikannya produk muamalah dan pusat pengendalian muamalah dengan akad Islami. Penentuan lokasi suatu cabang KPSS BMT DAS Purbalingga merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. (Kasmir, 2015) KSPPS BMT DAS Purbalingga yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan

dengan bank. Apabila lokasi yang dipilih tidak strategis maka akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank. Secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut:

- a. Jenis usaha yang dijalankan
- b. Dekat dengan pasar
- c. Dekat dengan bahan baku
- d. Dekat dengan tenaga kerja
- e. Tersedia sarana dan prasarana (transportasi, listrik, dan air)
- f. Dekat pemerintahan
- g. Dekat dengan lembaga keuangan

C. Analisis Nasabah Non Muslim dalam Memilih Pembiayaan Murabahah dengan Bauran Pemasaran di BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga

Konsumen adalah setiap orang yang memakai barang atau jasa bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Menurut pengertian pasal 1 ayat 2 Undang-Undang perilaku konsumen, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri ataupun untuk kepentingan orang lain”. Dari pengertian tersebut, dapat diketahui jika konsumen adalah orang yang menggunakan barang atau jasa untuk kepentingan diri sendiri ataupun orang lain. Hal ini menimbulkan pengertian bahwa pemakai adalah konsumen yang mengkonsumsi paling akhir barang atau jasa yang diproduksi oleh orang lain (perusahaan). Sehingga ada hubungan antara konsumen dan pelaku usaha tanpa perlu konsel kotraktual (Abd. Hasib Misno, 2016).

Berdasarkan teori perilaku nasabah terhadap pengambilan keputusan yang sudah dijelaskan pada bab dua, terdapat tolak ukur pengambilan keputusan tersebut efektif atau tidak yaitu:

1. Perilaku Nasabah Non-Muslim di BMT DAS Purbalingga

Hubungan tersebut dipengaruhi oleh perilaku konsumen dalam menanggapi produk atau jasa yang dijual. Menurut Loudon dan Della Bitta “Perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik individu-individu yang semuanya ini melibatkan individu lain dalam menilai, mendapatkan, menggunakan, atau mengabaikan barang-barang dan jasa-jasa”. Pada perbankan syariah harus mampu melaksanakan prinsip tata kelola perusahaan dengan optimal untuk menjaga kepercayaan dari nasabah, sangat penting pada prinsip lain yaitu prinsip kehati-hatian karena ideologi dari non Muslim adalah berbeda. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah pasal 35 ayat 1 bahwa Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS) dalam melaksanakan kegiatan usahanya wajib menerapkan prinsip kehati-hatian (Menteri Binti Zumro’ah, 2022).

Pengambilan keputusan oleh konsumen merupakan minta dengan alasan-alasan tertentu. BMT DAS Purbalingga adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki motivasi terhadap perjalanan syariah dalam mengelola keuangan. Namun, tentu bukan hanya sebatas motivasi penerapan syariah saja, da hal lain yang menjadi motivasi, yaitu membantu dan memudahkan penggunaan produk-produk BMT DAS Purbalingga untuk semua kalangan termasuk masyarakat non muslim. Dengan jumlah 9 orang atau sekitar 2% dari total nasabah yang ada.

Dalam prilaku nasabah non-Muslim di BMT DAS Purbalingga, pengambilan keputusan nasabah dapat dikaitkan dengan faktor-faktor rasional dan irasional sebagai berikut :

- a. Prinsip Kehati-hatian: Nasabah non-Muslim tertarik untuk menggunakan layanan BMT DAS Purbalingga karena lembaga ini menerapkan prinsip kehati-hatian yang dijamin oleh undang-undang perbankan syariah. Prinsip ini menawarkan jaminan keamanan dan konservatisme dalam pengelolaan dana, yang

dapat menarik bagi mereka yang prioritaskan keamanan dan ketidakpastian risiko.

- b. Kualitas Layanan: Nasabah non-Muslim memilih BMT DAS Purbalingga karena kualitas layanan yang diberikan. Kualitas ini bisa mencakup efisiensi dalam proses layanan, transparansi, dan kemudahan akses, yang menjadi pertimbangan rasional dalam memilih lembaga keuangan.
- c. Produk yang Kompetitif: Produk-produk keuangan syariah yang ditawarkan oleh BMT DAS Purbalingga lebih kompetitif dari segi bunga atau bagi hasil dibandingkan dengan produk serupa di lembaga keuangan konvensional. Ini dapat menjadi faktor rasional dalam memilih lembaga keuangan untuk memenuhi kebutuhan finansial.

Berikut juga berkaitan dengan Faktor Irasional:

- a. Sosial dan Kultural: Beberapa nasabah non-Muslim memilih BMT DAS Purbalingga karena alasan sosial atau kultural. Mereka bisa merasa lebih nyaman atau mendukung prinsip-prinsip keuangan syariah karena nilai-nilai yang dipromosikan oleh lembaga tersebut, meskipun mereka tidak mengidentifikasi diri sebagai Muslim.
- b. Persepsi dan Citra: Pengambilan keputusan nasabah dapat dipengaruhi oleh persepsi dan citra terhadap lembaga keuangan. Jika BMT DAS Purbalingga memiliki reputasi baik dalam komunitas atau memiliki nilai-nilai yang dihargai secara universal, ini dapat menjadi faktor irasional dalam mempengaruhi pilihan nasabah non-Muslim.
- c. Pengaruh dari Kelompok atau Individu Terdekat: Keputusan untuk menggunakan layanan BMT DAS Purbalingga juga dapat dipengaruhi oleh pengaruh dari kelompok atau individu terdekat, seperti rekomendasi dari teman, keluarga, atau tokoh

masyarakat yang dihormati, meskipun alasan ini tidak selalu rasional secara ekonomi.

Dalam pengambilan keputusan nasabah, baik rasional maupun irasional, terdapat dinamika yang cukup kompleks dalam mempengaruhi preferensi nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada beberapa aspek yang berbasis logis dan perhitungan matematis dalam memilih layanan keuangan, terdapat juga faktor yang bersifat personal dan tidak terukur secara langsung yang turut memengaruhi keputusan akhir para nasabah Non-Muslim dalam mengambil keputusan.

2. Produk Lembaga Keuangan Syariah

Dalam konteks Model Perilaku Nasabah Non-Muslim dalam memutuskan pengambilan pembiayaan di KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga melalui bauran pemasaran, terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan utama bagi nasabah non-Muslim dalam memilih untuk menggunakan produk pembiayaan lembaga keuangan syariah seperti BMT DAS. Dalam hal keuangan syariah, nasabah non-Muslim memiliki peran penting sebagai bagian dari pasar yang semakin berkembang. Salah satu produk lembaga keuangan yang paling banyak diminati nasabah non muslim adalah produk pembiayaan. Alasan nasabah non muslim memilih produk pembiayaan karena faktor kebutuhan seseorang nasabah yang membutuhkan dana untuk melakukan suatu usaha.

Pertama-tama, terdapat pemahaman yang salah bahwa perbankan syariah hanya ditujukan bagi umat Islam. Namun, dalam normanya, tidak ada ketentuan yang membatasi siapa saja yang dapat menggunakan layanan perbankan syariah. Lembaga keuangan syariah seperti KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga berkomitmen untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah, termasuk dalam produk-produk pembiayaan seperti murabahah. Ini mengacu pada prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan, yang

mengharuskan penerapan prinsip syariah yang diatur oleh fatwa dari lembaga yang berwenang. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu nasabah BMT DAS terkait alasan memilih BMT DAS sebagai mitra untuk pembiayaan, memberikan penjelasan bahwa:

“Untuk alasan tersebut saya memilih BMT DAS Kalikajar sebagai mitra karena pelayanan dari BMT DAS Kalikajar yang menurut saya baik, produk yang bersaing dengan BMT lain di Kabupaten Purbalingga khususnya, lokasi dari tempat tinggal saya yang tidak terlalu jauh juga merupakan alasan saya memilih BMT DAS Kalikajar”. (Wawancara: Sri Murwanti, Senin 10 Juli 2023).

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan nasabah non-Muslim adalah lokasi kantor BMT DAS yang dekat dengan tempat tinggal mereka. Hal ini memberikan keuntungan praktis karena memungkinkan nasabah untuk dengan mudah mengakses informasi, mendapatkan bantuan terkait produk, dan melaksanakan transaksi tanpa harus melakukan perjalanan jauh. Keberadaan lokasi yang strategis ini menciptakan keterlibatan yang lebih besar dan kenyamanan dalam hubungan bisnis antara nasabah non-Muslim dengan BMT DAS. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan salah satu nasabah non muslim yang menjadi mitra dalam pembiayaan usahanya, nasabah tersebut memberikan penjelasan bahwa:

“saya adalah seorang non muslim namun saya memilih menjadi nasabah di BMT DAS Kalikajar dikarenakan beberapa pertimbangan, salah satu faktor utama adalah lokasi kantor BMT DAS yang berdekatan dengan tempat tinggal. Apabila saya sewaktu-waktu membutuhkan informasi atau bantuan terkait produk BMT DAS dengan cepat karyawan mendatangi rumah saya, secara tidak langsung saya sangat terbantu akan hal tersebut. Mengingat saya adalah pelaku usaha yang tidak mempunyai banyak waktu untuk bisa sewaktu-waktu datang ke BMT DAS”.

Pengalaman positif terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh BMT DAS juga menjadi faktor penting. Nasabah non-Muslim menilai bahwa pelayanan yang baik dan produk yang bersaing dengan BMT lain di Kabupaten Purbalingga adalah alasan kuat untuk memilih

BMT DAS sebagai mitra pembiayaan. Reputasi BMT DAS yang baik dalam memberikan pelayanan yang ramah, transparan, dan efisien turut mendukung keputusan nasabah non-Muslim untuk tetap setia menggunakan layanan mereka (<https://www.hukumonline-konvensionalbisakah-pasangan-beda-agama-dapat-pembiayaan-di-perbankan-syariah-lt53b25f9639834/>).

Terkait pembiayaan yang diambil adalah pembiayaan dengan akad *murabahah*. Pembiayaan dengan akad tersebut adalah pembiayaan multi jasa, yang mana menggunakan akad *murabahah* dan *ijarah* dalam pembiayaan multi jasa ini bisa digunakan bagi anggota yang ingin membeli sepeda motor, laptop, handphone, dan lain-lain. Menurut M. Syafi'i Antonio dalam bukunya mengartikan bahwa *Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam hal ini, penjual harus memberikan pokok produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahan, menentukan lama pembiayaan dan besar angsuran yang akan diangsur (Ficha Melina, Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wat Tamwil, Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, Vol. 3, no. 2, November 2020).

Pengalaman positif terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh BMT DAS juga menjadi faktor penting. Nasabah non-Muslim menilai bahwa pelayanan yang baik dan produk yang bersaing dengan BMT lain di Kabupaten Purbalingga adalah alasan kuat untuk memilih BMT DAS sebagai mitra pembiayaan. Reputasi BMT DAS yang baik dalam memberikan pelayanan yang ramah, transparan, dan efisien turut mendukung keputusan nasabah non-Muslim untuk tetap setia menggunakan layanan mereka.

3. Faktor yang Mempengaruhi Non-Muslim menjadi Nasabah BMT Syariah

Faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan akan minat nasabah non muslim untuk pembiayaan di lembaga keuangan syariah

adalah pengetahuan nasabah tentang lembaga keuangan syariah, konsekuensi terhadap penjanjian, kehalalan investasi yang dilakukan lembaga keuangan syariah, penyelesaian masalah antara nasabah dengan lembaga keuangan syariah, pelayanan dan integritas pegawai keuangan syariah, prinsip titipan atau simpanan, prinsip bagi hasil, prinsip jual beli, prinsip akad sewa dan keterkaitan terhadap lembaga keuangan syariah itu sendiri.

Meskipun beragam produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dalam menabung. Namun nasabah muslim maupun non muslim tetap memiliki alasan tertentu yang mempengaruhi mereka untuk menjadi nasabah bank syariah. Ternyata tidak hanya faktor margin dan bunga lagi yang menjadi alasan utama nasabah memilih perbankan karena sebagian nasabah lebih memilih keefektifitas, efisien, dan keamanan dana yang mereka titipkan kepada perbankan. Maka faktor utama yang menjadi pertimbangan nasabah atau calon nasabah memilih jasa pelayanan bank syariah terletak pada kepercayaan mereka terhadap profesionalitas dari perbankan tersebut (Barna, 2010).

Semakin bertambahnya nasabah non muslim menjadi nasabah bank syariah tentunya hal ini juga memberikan manfaat bagi bank syariah dalam meningkatkan perkembangannya (Syafrina & Manik, 2018). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah seperti faktor produk, faktor fasilitas pelayanan, dan faktor promosi (Syafrina & Manik, 2018).

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, terdapat beberapa faktor yang mendorong nasabah non muslim untuk melakukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah antara lain:

- a) Lokasi yang mudah dijangkau,
- b) Sistem yang terbuka dan mudah diakses,
- c) Memiliki payung hukum yang jelas,

- d) Proses pembiayaan murabahah sangat mudah dan dapat dipahami oleh nasabah baik muslim maupun non muslim karena sama dengan sistem jual beli.
4. Analisis Non Muslim dalam Memilih Pembiayaan Murabahah dengan Metode Bauran Pemasaran di BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu nasabah BMT DAS terkait alasan memilih BMT DAS sebagai mitra untuk pembiayaan, memberikan penjelasan bahwa:

“Untuk alasan tersebut saya memilih BMT DAS Kalikajar sebagai mitra karena pelayanan dari BMT DAS Kalikajar yang menurut saya baik, produk yang bersaing dengan BMT lain di Kabupaten Purbalingga khususnya, lokasi dari tempat tinggal saya yang tidak terlalu jauh juga merupakan alasan saya memilih BMT DAS Kalikajar”. (Wawancara: Sri Murwanti, Senin 10 Juli 2023).

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan salah satu nasabah non muslim yang menjadi mitra dalam pembiayaan usahanya, nasabah tersebut memberikan penjelasan bahwa:

“saya adalah seorang non muslim namun saya memilih menjadi nasabah di BMT DAS Kalikajar dikarenakan beberapa pertimbangan, salah satu faktor utama adalah lokasi kantor BMT DAS yang berdekatan dengan tempat tinggal. Apabila saya sewaktu-waktu membutuhkan informasi atau bantuan terkait produk BMT DAS dengan cepat karyawan mendatangi rumah saya, secara tidak langsung saya sangat terbantu akan hal tersebut. Mengingat saya adalah pelaku usaha yang tidak mempunyai banyak waktu untuk bisa sewaktu-waktu datang ke BMT DAS”.

Marketing mix digunakan oleh pemasar agar produknya dapat memasuki pasar sasaran atau target market. Item bauran pemasaran meliputi:

- a. *Product* yaitu terdiri dari keragaman produk, kualitas, design, ciri, nama merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi/jaminan dan imbalan.

- b. *Price*, terdiri dari daftar harga, rabat/diskon, potongan harga khusus, periode, pembayaran dan syarat kredit.
- c. *Promotion*, terdiri dari promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, public, relation, dan pemasaran langsung.
- d. *Place*, terdiri dari saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan, lokasi, persediaan dan transportasi.

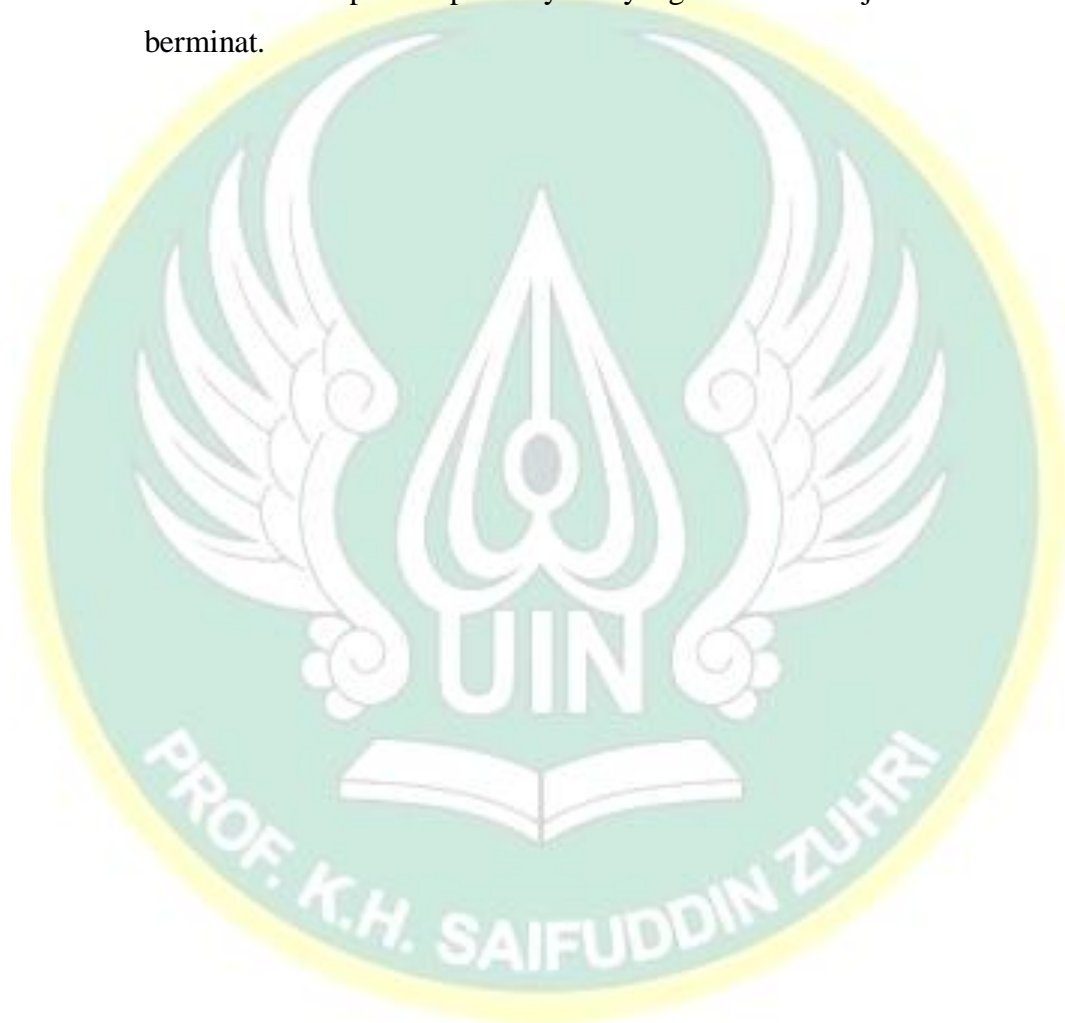
Kemudian juga mencakup elemen dari bauran pemasaran berupa *product*, *place*, *price*, dan *promotion*. Empat elemen tersebut menjadikan konsep bauran pemasaran 4P ini disebut *product oriented* atau berorientasi pada produk saja. Namun konsep bauran pemasaran 7P memiliki 7 elemen yang lebih kompleks dan tidak terfokus pada produk saja, namun berkaitan terhadap relasi dengan pasar atau target konsumen. 7P berupa *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *proses*, dan *physical evidence* (Wreta, 2022).

Peneliti mengkategorikan faktor yang memengaruhi minat nasabah non Muslim menggunakan jasa KSPPS BMT DAS Purbalingga yaitu:

- a. Faktor produk,
- b. Faktor lokasi,
- c. Promosi,
- d. Minat nasabah non Muslim.

Produk dalam kerangka pikir penelitian ini merupakan suatu barang dan jasa yang ditawarkan oleh KSPPS BMT DAS Purbalingga kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Lokasi terdapat dua indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *trade area characteristic* adalah jarak dan keberadaan bank sangat berpengaruh terhadap minat nasabah non Muslim untuk menjadi nasabah di KSPPS BMT DAS Purbalingga tersebut. Selanjutnya yaitu *competitive situation features* adalah keberadaan suatu lembaga keuangan akan mempunyai arti jika sewaktu-waktu nasabahnya ingin menggunakan jasa lembaga keuangan tersebut.

Promosi dalam penelitian ini adalah media yang digunakan dalam mempromosikan produk bank serta pemberian insentif dan hadiah kepada masyarakat. Minat dalam kerangka pemikiran ini merupakan variabel dependen. Dari kesemua alasan non muslim memilih menjadi nasabah di KSPPS BMT DAS menunjukkan bahwa pengaruh dari pemilihan lokasi, produk yang ditawarkan, kemudahan mengakses informasi dan proses pembiayaan yang mudah menjadikan mereka berminat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan di KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga, dapat disimpulkan dari penelitian ini yang signifikan mendorong nasabah non-Muslim untuk memilih menggunakan layanan pembiayaan di lembaga keuangan syariah antara lain :

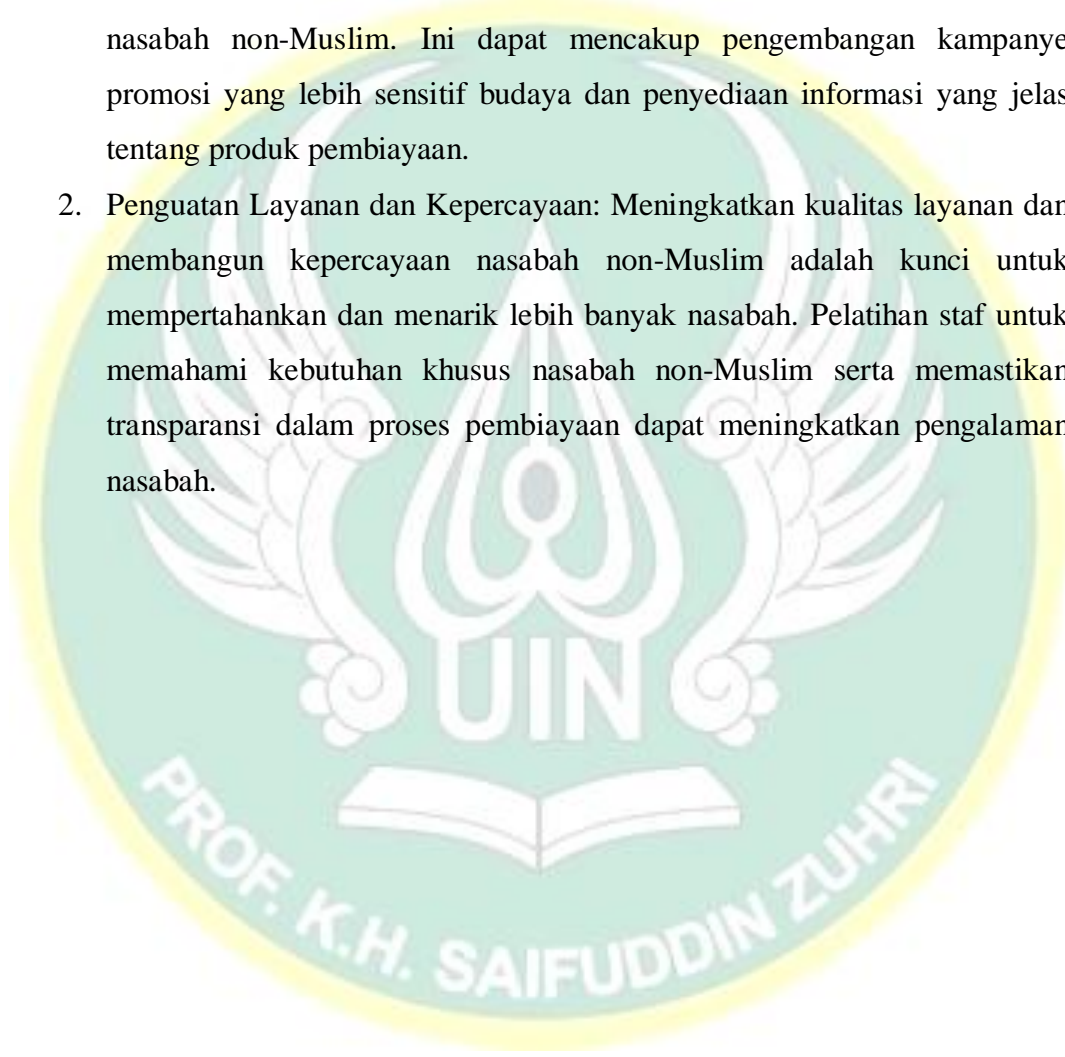
Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga, terdapat beberapa faktor yang mendorong nasabah non-Muslim untuk memilih melakukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah. Salah satunya adalah lokasi yang mudah dijangkau, yang memberikan kenyamanan dan kemudahan akses bagi para nasabah. Selain itu, pelayanan lembaga yang optimal dan mudah diakses oleh semua pihak juga menjadi pertimbangan penting, karena memberikan transparansi dalam proses layanan keuangan. Faktor lain yang signifikan adalah adanya payung hukum yang jelas dan terjamin, sehingga nasabah merasa aman dan terlindungi dalam menggunakan layanan dari lembaga tersebut. Selanjutnya, proses pembiayaan murabahah yang disediakan oleh lembaga keuangan syariah dipandang sangat mudah dan dapat dipahami oleh nasabah baik Muslim maupun non-Muslim, karena proses ini sejalan dengan prinsip-prinsip akad dalam jual beli konvensional yang umumnya dikenal dan diterima secara luas.

Model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model keputusan rasional adalah pendekatan atau teori yang digunakan dalam ilmu ekonomi, ilmu manajemen, dan bidang lainnya untuk menjelaskan bagaimana individu atau organisasi membuat keputusan yang paling logis dalam kondisi yang diberikan. Dalam hal ini adalah minat nasabah non-Muslim untuk menjadi nasabah di KSPPS BMT DAS Purbalingga tersebut. Selanjutnya yaitu model keputusan rasional adalah keberadaan suatu lembaga keuangan akan mempunyai arti jika sewaktu-waktu nasabahnya ingin menggunakan jasa lembaga keuangan tersebut. Promosi

dalam penelitian ini adalah media yang digunakan dalam mempromosikan produk bank serta pemberian insentif dan hadiah kepada masyarakat.

B. Saran

1. Penyempurnaan Strategi Pemasaran: KSPPS BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga disarankan untuk terus menyempurnakan strategi pemasaran mereka dengan lebih memperhatikan preferensi dan kebutuhan nasabah non-Muslim. Ini dapat mencakup pengembangan kampanye promosi yang lebih sensitif budaya dan penyediaan informasi yang jelas tentang produk pembiayaan.
2. Penguatan Layanan dan Kepercayaan: Meningkatkan kualitas layanan dan membangun kepercayaan nasabah non-Muslim adalah kunci untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak nasabah. Pelatihan staf untuk memahami kebutuhan khusus nasabah non-Muslim serta memastikan transparansi dalam proses pembiayaan dapat meningkatkan pengalaman nasabah.



DAFTAR PUSTAKA

- Akhmadi, Slamet dan Abu Kholish. 2016. "Prinsip-Prinsip Fundamental Ekonomi Islam", dalam *Jurnal El-Jizya: Ekonomi Islam*, Vol. 4, No. 1.
- Al Azmi, Amaliah dan Fauzy, Qudsi. 2015. "Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah: Studi Kasus Nasabah Di BNI Syariah KC. Rungkut Surabaya", dalam *Jurnal JESTT*, Vol. 2, No. 1.
- Anggraini, Rifani. 2022. "Analisis Minat Nasabah Non Muslim untuk Melakukan Pembiayaan pada PT. BPRS Gebu Prima Medan", dalam *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 4, No. 1.
- Apriyantini, Marlina Ayu. 2014. "Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta", *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Aslikhah dan Rina. 2019. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim untuk Memanfaatkan Produk Lembaga Keuangan Syariah", dalam *Wadiah: Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1.
- Bangun Br. Kharida. 2020. "Alasan Non Muslim Menggunakan Tabungan Bank Syariah di Bank Sumut Syariah KCP Hamparan Perak", *Skripsi*. Medan.: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Bank Syariah Indonesia. 2023. *Literasi Bank Syariah*. Jakarta.
- BMT DAS. 2020. Arsip dokumen sejarah BMT DAS. Purbalingga.
- Hapsari, Fithri Tyas dan Beik, Irfan Syauqi. 2014. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta", dalam *Jurnal Al Muzara'ah*, Vol. 2, No. 1,
- Irwansyah Rudy, dkk. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Khairunnisa, Itsnaini. Rozza Sylvia, Muchtasib & Ach. Bakhrul. 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Dalam Menggunakan Produk Tabungan Bank Jabar Banten Syariah KCP BSD*. Jakarta : Politeknik Negeri Jakarta.
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Indonesia. 2019. Dalam <https://knks.go.id/tentang> Ekonomi dan Pusat Halal Dunia. Jakarta.

- Lina, Marlina. 2020. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah di Tasikmalaya", dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 7, No. 1.
- Miftah, Farid. 2013. "Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Non Muslim Terhadap Kualitas Pelayanan pada Bank Syariah di Kota Medan", dalam *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No.1.
- Misno, Abdul Hasib. 2016. "Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Fasilitas Pembiayaan Murabahah di BMT Masalahah Cabang Sambikerep Surabaya. Surabaya: Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Nurjanah dan Dewi Laela Hilyatun. 2016. "Strategi Penyelamatan Pembiayaan Bermasalah Pada Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri Cabang Purwokerto" dalam *Jurnal El-Jizya: Ekonomi Islam*, Vol. 4. No. 1.
- Pradana, Dhedy. Dkk. 2017. "Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor", dalam *Jurnal Kinerja* Vol. 14, No. 1.
- Putri, Tika Cahaya. 2018. "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Frontliner pada PT. BPRS Metro Madani KP Metro Lampung", *Skripsi*. Lampung: IAIN Metro Lampung.
- Putri, Umami Shofia. 2022. "Analisa Atribut Produk, Kualitas Layanan Dan Kesadaran Merek, Sebagai Strategi Pemasaran Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Nonmuslim (Studi Pada Bmt Kum 3 Sorong Papua Barat)", *Tesis*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rofiani, Novi. 2019. "Perilaku Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegadaian pada PT. Bank Syariah Mandiri TBK", dalam *Jurnal Al-Iqtishad* Vol.1, No.2.
- Shofwa, Yoiz. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto", dalam *Jurnal El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 4, No. 1.
- Syafrina, Nova dan Manik, Sudarmin. 2018. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Non Muslim Menabung Di PT. Bank Syariah Mandiri", dalam *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3 No. 1.
- Wardani, Anjani Resti Widia. 2020. "Analisis Persepsi Non Muslim Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Jatim Syariah Cabang Madiun", *Skripsi*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

- Wiroso. 2011. E-book Produk Perbankan Syariah. Jakarta: LPFE Usakti.
- Wreta, Adelaide. 2022. “7P Dalam Pemasaran: Apa Itu, Konsep, dan Contohnya” dalam <https://finance.detik.com>, diakses 03 Januari 2022 pukul 12.48.
- Yupitri, Evi. 2012. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan”, dalam *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, Vol. 1, No.1.
- Zumroah, Mentari Binti dan dan Sya'in. 2022. “Penerimaan Nasabah Non Muslim di PT. BPRS Kota Mojokerto Cabang Ngoro Jombang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah”, dalam *Jurnal Ilmu-Ilmu Syariah*, Vol. 9, No. 1.
- Bangun Br. Kharida. 2020. “Alasan Non Muslim Menggunakan Tabungan Bank Syariah di Bank Sumut Syariah KCP Hamparan Perak”, *Skripsi*. Medan.: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Binti Zumro'ah, Binti. “Penerimaan Nasabah Non Muslim di PT BPRS Kota Mojokerto Cabang Ngoro Jombang Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah”. *Jurnal Irtifaq*. Vol. 9. No. 1. Maret 2022.
- BMT DAS. 2020. Arsip dokumen sejarah BMT DAS. Purbalingga.
<https://www.hukumonline-konvensionalbisakah-pasangan-beda-agama-dapat-pembiayaan-di-perbankan-syariah-lt53b25f9639834/> diakses 23 April 2024 pukul 20.00.
<https://www.rri.co.id/umkm/309113/kspps-damai-amanah-sejahtera-manfaatkan-lpdb-untuk-ekspansi>, diakses 20 April 2024 pukul 15.00.
- Melina, Ficha. 2020. “Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wat Tamwil”. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*. Vol. 3. no. 2.
- Misno, Abdul Hasib. 2016. “Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Fasilitas Pembiayaan Murabahah di BMT Masalah Cabang Sambikerep Surabaya”. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Resti Widia Wardani, Anjani. “Analisis Persepsi Non Muslim terhadap Keputusan menjadi Nasabah di Bank Jatim Syariah Cabang Madiun”. *Skripsi*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Wreta, Adelaide. 2022. “7P Dalam Pemasaran: Apa Itu, Konsep, dan Contohnya”
dalam <https://finance.detik.com>, diakses 03 Januari 2022 pukul 12.48.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Miftakhul Huda
2. NIM : 1817202117
3. Tempat/Tgl Lahir : Purbalingga, 30 Desember 2000
4. Alamat : Sokanegara 2/2, Kejobong, Purbalingga
5. Nama Orang Tua :
 - Nama Ayah : Slamet M. Fadil
 - Nama Ibu : Aminah

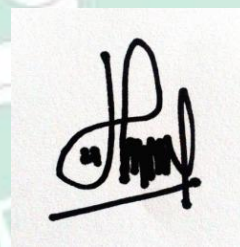
B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal :
 - a. TK : TK Pertiwi Sokanegara
 - b. SD (Lulus) : SDN 1 Sokanegara (2012)
 - c. SMP (Lulus) : SMPN 1 Bukateja (2015)
 - d. SMK (Lulus) : SMKN 1 Bukateja (2018)
 - e. S1 (Masuk) : UIN Prof. KH. Syaifuddin Zuhri Purwokerto (2018)

C. Pengalaman Organisasi

1. UKM Olahraga UIN SAIZU
2. PMII Rayon FEBI

Purwokerto, 18 Juli 2024



Miftakhul Huda

NIM 1817202117

LAMPIRAN

HASIL WAWANCARA

A. Identitas Informan

Nama : Lusiana Patisina
Alamat : Penaruban, Kaligondang

B. Pedoman Wawancara

1. Apa alasan Ibu memutuskan untuk mengambil pembiayaan di BMT DAS?

Jawaban : Untuk alasan tersebut saya memilih BMT DAS Kalikajar sebagai mitra karena pelayanan dari BMT DAS Kalikajar yang menurut saya baik, produk yang bersaing dengan BMT lain di Kabupaten Purbalingga khususnya, lokasi dari tempat tinggal saya yang tidak terlalu jauh juga merupakan alasan saya memilih BMT DAS Kalikajar”

2. Apa ada faktor pribadi (Non Muslim) sehingga Ibu melakukan pembiayaan di BMT DAS?

Jawaban: Saya adalah seorang non muslim namun saya memilih menjadi nasabah di BMT DAS Kalikajar dikarenakan beberapa pertimbangan, salah satu faktor utama adalah lokasi kantor BMT DAS yang berdekatan dengan tempat tinggal. Apabila saya sewaktu-waktu membutuhkan informasi atau bantuan terkait produk BMT DAS dengan cepat karyawan mendatangi rumah saya, secara tidak langsung saya sangat terbantu akan hal tersebut. Mengingat saya adalah pelaku usaha yang tidak mempunyai banyak waktu untuk bisa sewaktu-waktu datang ke BMT DAS

3. Mengapa Ibu lebih memilih BMT DAS dibandingkan bank lain?

Jawaban: alasan pertama karena di sana bisa menerima nasabah non muslim, kedua karena gampang cair, dan dekat dengan rumah

4. Menurut Ibu, apa keunggulan BMT DAS?

Jawaban: Yaitu kaya tadi, gampang sama dekat dengan rumah

5. Apakah Ibu sebelumnya pernah mengambil pembiayaan di BMT atau Bank Syariah lain?

Jawaban: pernah

6. Bagaimana pendapat Ibu tentang produk yang Ibu ambil?

Jawaban: Sampai saat ini baik mas

HASIL WAWANCARA

a. Identitas Informan

- a. Nama : Rita Krispriyantina
- b. Alamat : Penaruban, Kaligondang

b. Pedoman Wawancara

1. Apa alasan Ibu memutuskan untuk mengambil pembiayaan di BMT DAS?

Jawaban : gampang mas soalnya, dekat juga dengan rumah

2. Apa ada faktor pribadi (Non Muslim) sehingga Ibu melakukan pembiayaan di BMT DAS?

Jawaban: di sana bisa menerima itu mas, gampang juga

3. Mengapa Ibu lebih memilih BMT DAS dibandingkan bank lain?

Jawaban: alasan pertama karena di sana bisa menerima nasabah non muslim, kedua karena gampang cair, dan dekat dengan rumah

4. Menurut Ibu, apa keunggulan BMT DAS?

Jawaban: beberapa mas, kaya gampang, cepat

5. Apakah Ibu sebelumnya pernah mengambil pembiayaan di BMT atau Bank Syariah lain?

Jawaban: belum

6. Bagaimana pendapat Ibu tentang produk yang di ambil?

Jawaban: cukup sih mas

HASIL WAWANCARA

a. Identitas Informan

- a. Nama : Gentur Prmudjo
- b. Alamat : Purbalingga Wetan

b. Pedoman Wawancara

1. Apa alasan Bapak memutuskan untuk mengambil pembiayaan di BMT DAS?

Jawaban : gampang mas soalnya, dekat juga dengan rumah

2. Apa ada faktor pribadi (Non Muslim) sehingga Ibu melakukan pembiayaan di BMT DAS?

Jawaban: di sana bisa menerima itu mas, gampang juga

3. Mengapa bapak lebih memilih BMT DAS dibandingkan bank lain?

Jawaban: alasan pertama karena di sana bisa menerima nasabah non muslim, kedua karena gampang cair, dan dekat dengan rumah

4. Menurut bapak, apa keunggulan BMT DAS?

Jawaban: beberapa mas, kaya gampang, cepat

5. Apakah bapak sebelumnya pernah mengambil pembiayaan di BMT atau Bank Syariah lain?

Jawaban: belum

6. Bagaimana pendapat bapak tentang produk yang di ambil?

Jawaban: cukup baik mas

HASIL WAWANCARA

- a. Identitas Informan
 - a. Nama : Eka Septiawati
 - b. Alamat : Muntang, Kemangkon
- b. Pedoman Wawancara
 1. Apa alasan Ibu memutuskan untuk mengambil pembiayaan di BMT DAS?
Jawaban : prosesnya cepat mas jadi gampang, meskipun lumayan jauh
 2. Apa ada faktor pribadi (Non Muslim) sehingga Ibu melakukan pembiayaan di BMT DAS?
Jawaban: meskipun non muslim bisa juga, gampang juga
 3. Mengapa Ibu lebih memilih BMT DAS dibandingkan bank lain?
Jawaban: alasan pertama karena di sana bisa menerima nasabah non muslim, kedua karena gampang cair, dan dekat dengan rumah
 4. Menurut ibu, apa keunggulan BMT DAS?
Jawaban: beberapa mas, kaya gampang, cepat
 5. Apakah ibu sebelumnya pernah mengambil pembiayaan di BMT atau Bank Syariah lain?
Jawaban: belum
 6. Bagaimana pendapat ibu tentang produk yang Ibu ambil?
Jawaban: biasa mas, tinggi bunga juga sih yah mas

HASIL WAWANCARA

- a. Identitas Informan
 - a. Nama : Sri Murwanti
 - b. Alamat : Penaruban, Kaligondang, Purbalingga
- b. Pedoman Wawancara
 1. Apa alasan Ibu memutuskan untuk mengambil pembiayaan di BMT DAS?
Jawaban : prosesnya cepat mas jadi gampang
 2. Apa ada faktor pribadi (Non Muslim) sehingga Ibu melakukan pembiayaan di BMT DAS?
Jawaban: di sana bisa menerima itu mas, gampang juga
 3. Mengapa Ibu lebih memilih BMT DAS dibandingkan bank lain?
Jawaban: alasan pertama karena di sana bisa menerima nasabah non muslim, kedua karena gampang cair, dan dekat dengan rumah
 4. Menurut Ibu, apa keunggulan BMT DAS?
Jawaban: beberapa mas, kaya gampang, cepat
 5. Apakah Ibu sebelumnya pernah mengambil pembiayaan di BMT atau Bank Syariah lain?
Jawaban: belum
 6. Bagaimana pendapat Ibu tentang produk yang Ibu ambil?
Jawaban: baik mas, tapi kalau soal bunga terlalu tinggi

HASIL WAWANCARA

a. Identitas Informan

- a. Nama : Crescentia Anna
- b. Alamat : Penaruban, Kaligondang, Purbalingga

b. Pedoman Wawancara

1. Apa alasan Ibu memutuskan untuk mengambil pembiayaan di BMT DAS?

Jawaban : tidak terlalu jauh mas, jadoi kalau ada apa apa langsung bisa konsultasi

2. Apa ada faktor pribadi (Non Muslim) sehingga Ibu melakukan pembiayaan di BMT DAS?

Jawaban: gampang juga

3. Mengapa Ibu lebih memilih BMT DAS dibandingkan bank lain?

Jawaban: alasan pertama karena di sana bisa menerima nasabah non muslim, kedua karena gampang cair, dan dekat dengan rumah

4. Menurut Ibu, apa keunggulan BMT DAS?

Jawaban: beberapa mas, kaya gampang, cepat

5. Apakah Ibu sebelumnya pernah mengambil pembiayaan di BMT atau Bank Syariah lain?

Jawaban: belum

6. Bagaimana pendapat Ibu tentang produk yang Ibu ambil?

Jawaban: yaa menarik mas

HASIL WAWANCARA

a. Identitas Informan

- a. Nama : TSL Kristiani
- b. Alamat : Bancar, Purbalingga

b. Pedoman Wawancara

1. Apa alasan Ibu memutuskan untuk mengambil pembiayaan di BMT DAS?

Jawaban : awalnya diberitahu sama teman, terus katanya gampang, ternyata benar lumayan gampang

2. Apa ada faktor pribadi (Non Muslim) sehingga Ibu melakukan pembiayaan di BMT DAS?

Jawaban: tidak semua menerima non muslim tapi disana menerima mas

3. Mengapa Ibu lebih memilih BMT DAS dibandingkan bank lain?

Jawaban: alasan pertama karena di sana bisa menerima nasabah non muslim, kedua karena gampang cair, dan dekat dengan rumah

4. Menurut bapak, apa keunggulan BMT DAS?

Jawaban: beberapa mas, kaya gampang, cepat

5. Apakah Ibu sebelumnya pernah mengambil pembiayaan di BMT atau Bank Syariah lain?

Jawaban: belum

6. Bagaimana pendapat Ibu tentang produk yang Ibu ambil?

Jawaban: yaahh biasa sih mas dan masih cukup

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 5345/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/12/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Miftakhul Huda
NIM : 1817202117
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing Skripsi : H. Kholilur Rahman, Lc., M.A.
Judul : Model Perilaku Nasabah Non Muslim Dalam Memutuskan Pengambilan Pembiayaan Di BMT Damai Amanah Sejahtera Purbalingga Melalui Bauran Pemasaran

Pada tanggal 7 Desember 2023 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 8 Desember 2023
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 44/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/1/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa

mahasiswa atas nama:

Nama : Miftakhul Huda
NIM : 1817202117
Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 06/01/2023 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,
dengan nilai : **77 / B+**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar
ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal **6 Januari 2023**
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001



(karyawan yang mengantarkan ke rumah nasabah)



(wawancara dengan nasabah non-muslim)



(setelah wawancara dengan nasabah non-muslim)



(kantor BMT DAS)



(wawancara dengan nasabah non-muslim)

