



**FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN MENURUNNYA JUMLAH
PEMBIAYAAN *MURABAHAH* DI BMT TAQWA MUHAMMADIYAH
PADANG CABANG BANDAR BUAT**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana S1
Jurusan Perbankan Syariah*

Oleh :

WAHYU ARLISTON
NIM. 1630401192

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BATUSANGKAR
2020**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Arliston
NIM : 1630401192
Tempat/Tanggal Lahir : Batusangkar/06 Juni 1997
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN MENURUNNYA JUMLAH PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BMT TAQWA MUHAMMADIYAH PADANG CABANG BANDAR BUAT)”** adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat, kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Batusangkar, 2 Juli 2020

Saya yang menyatakan,



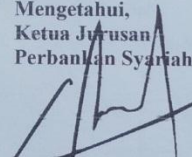
Wahyu Arliston
NIM. 1630401192

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas Nama: WAHYU ARLISTON, Nim: 1630401192 dengan Judul, "Faktor-faktor yang Menyebabkan Menurunnya Jumlah Pembiayaan Murabahah di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang Cabang Bandar Buat" memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan Ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang Munaqasyah.

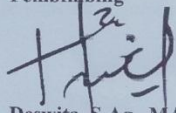
Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Perbankan Syariah

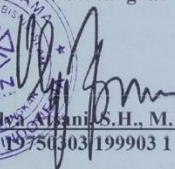

Ehsadli, SEL, M.SI
NIP. 19820617 200710 1 002


Batusangkar, 18 Juni 2020

Pembimbing


Deswita, S.Ag., MA
NIP. 19720210 200003 2 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Batusangkar

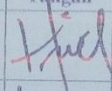
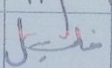

Dr. Ulfa Atiani, S.H., M.Hum
NIP. 19750303 199903 1 004



PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

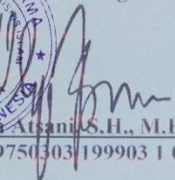
Skripsi atas nama WAHYU ARLISTON, NIM 1630401192, dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN MENURUNNYA JUMLAH PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BMT TAQWA MUHAMMADIYAH PADANG CABANG BANDAR BUAT" telah diujikan dalam Sidang *Munaqasyah* Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar pada hari Kamis, 25 Juni 2020 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu (S.1) dalam Ilmu Perbankan Syariah.

Demikian pengesahan ini diberikan untuk dipergunakan seperlunya.

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Deswita, S.Ag., MA NIP. 197202102000032001	Ketua/ Pembimbing		07/07/2020
2	Dr. H. Rizal Fahlefi, S.Ag., M.SI NIP. 197306292001121002	Anggota/Penguji Utama		07/07/2020

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Batusangkar




Atsani S.H., M.Hum
NIP. 197503031999031004

ABSTRAK

WAHYU ARLISTON. NIM 1630401192. Judul skripsi : **faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.** Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar tahun akademik 2020.

Permasalahan dalam skripsi ini adalah menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat. Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah faktor-faktor internal dan eksternal yang menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat, dan upaya yang dilakukan oleh BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat untuk meningkatkan jumlah pembiayaan *Murabahah*.

Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan analisis deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian yang terjadi saat sekarang. Bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat. Adapun teknik pengumpulan data terkait dengan penelitian yang peneliti gunakan adalah teknik wawancara yang penulis lakukan dengan Pimpinan Cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dan *Account Officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat. Setelah data tersebut diperoleh selanjutnya data tersebut di analisa menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Untuk menjamin keabsahan data yang diperoleh penulis menggunakan metode *triangulasi* sumber.

Hasil penelitian yang peneliti peroleh adalah faktor internal yang menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat adalah analisis 5C, semakin ketat dan telitinya BMT menganalisa nasabah merupakan penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*. Faktor Eksternal yang menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat adalah Kurang pahamnya nasabah terhadap produk syariah, melemahnya perekonomian masyarakat, adanya Bank Pemerintah yang bisa memberikan suku bunga rendah, Bank BRI dengan suku bunga produk kredit usaha rakyat (KUR) 6% pertahun, sedangkan BMT *marginnya* 2% setiap bulannya. Karakter nasabah yang tidak baik dan tidak bertanggung jawab terhadap kewajibannya.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta taufik dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan judul **Faktor-faktor yang Menyebabkan Menurunnya Jumlah Pembiayaan Murabahah di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat**. Shalawat beserta salam penulis doakan kepada Allah SWT agar disampaikannya kepada baginda Nabi Muhammad Saw, yang telah meninggalkan dua pedoman hidup yaitu Al-Qur`an dan Hadist agar umatnya tidak terjerumus kedalam jurang kehinaan dan dosa.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini. Penulis mengalami kesulitan dan kekurangan. Dalam kesempatan ini pula perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya serta rasa penghargaan yang tak terhingga kepada kedua **Orang Tua** penulis yang tersayang dan tercinta **Ayahanda Syahrial Effendi dan Ibunda Afrianis** yang selalu memberikan dorongan moril maupun materil tanpa merasa bosan sedikitpun dengan segenap jiwa dan ketulusan hatinya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. **Dr. H. Kasmuri, M.A** selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar yang telah memberikan sarana dan prasarana sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. **Dr. Ulya Atsani, S.H.,M.Hum**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan arahan dan motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. **Elfadhli, SEI.,M.SI.**, sebagai ketua jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan motivasi dan saran dan masukan kepada penulis demi menyelesaikan skripsi ini.

4. **Dr. HJ. Fitri Yenni Dalil, LC.**, sebagai Penasehat Akademik penulis sehingga penulis bisa sampai pada tahap ini.
5. **Deswita S.Ag.,MA** selaku pembimbing, dalam penulisan skripsi ini, yang telah meluangkan tenaga dan waktu, untuk memberikan arahan, nasehat serta saran kepada Penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. **Dr. H. Rizal Fahlefi, S.Ag, M.SI** selaku penguji dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak/Ibuk Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menamatkan jenjang sarjana ini.
8. Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Batusangkar yang telah memberikan informasi buku dan referensi yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini.
9. **Fazat Rafi'ah, SE** sebagai Pimpinan Cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Padang Cabang Bandar Buat dan **Guschandra, SE** sebagai *Account Officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang Cabang Bandar Buat yang telah meluangkan waktu menjadi narasumber untuk di wawancara.
10. Sahabat-sahabat seperjuangan Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu. Bukan perkara waktu cepat atau lambat, Semoga kita bisa menjadi seseorang yang berguna di masa depan.
11. **Rafi Aditya S.H, uda Ambo** terima kasih atas bantuan dan support materil untuk pengerjaan skripsi ini.
12. dan yang spesial **Nadya Putri Permata Sari** yang selalu cerewet dan marah-marah, masuk sama-sama dan akhirnya keluar pun kita bisa sama-sama dan semoga apa yang kita cita-citakan tercapai.

Terimakasih penulis ucapkan atas nasehat, dukungan baik moril ataupun materil kepada semua yang terlibat dalam penulisan skripsi ini. Penulis berdoa semoga segala bantuan dan kemudahan yang telah diberikan dapat menjadi amal

ibadah di sisi Allah SWT. Penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat kekeliruan dan kekhilafan baik teknis maupun isi dari skripsi ini. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Batusangkar, Juni 2020

Penulis

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to be 'WA' followed by a more complex flourish.

Wahyu Arliston

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Defenisi Operasional.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Faktor-faktor yang Menyebabkan Menurunnya Pembiayaan <i>Murabahah</i>	11
1. Faktor Internal.....	11
a. Pemasaran	11
b. Penerapan Analisis 5C Dalam Pembiayaan	24
c. <i>Monitoring</i>	26
d. <i>Standard Operating Procedure (SOP)</i>	27
e. Sumber Daya Manusia dan Porsi Kerja yang Berlebihan.....	28
2. Faktor Eksternal	29
a. Kurang Pemahannya Nasabah Terhadap Produk Syariah	29
b. Melemahnya Perekonomian Masyarakat	31
B. Pembiayaan Syariah	31
1. Pengertian Pembiayaan Syariah.....	31
2. Fungsi Pembiayaan	33
3. Jenis-jenis Pembiayaan	35

C. Macam-macam Pembiayaan	39
1. <i>Murabahah</i>	39
2. <i>Musyarakah</i>	45
3. <i>Qardh</i>	46
D. <i>Baitul Maal Wa Tamwil</i>	47
1. Pengertian BMT	47
2. Sejarah BMT di Indonesia	48
3. Ciri-ciri BMT	49
4. Tujuan BMT	49
E. Penelitian yang Relevan	51
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Jenis Penelitian	54
B. Tempat dan Waktu Penelitian	54
C. Instrumen Penelitian	55
D. Sumber Data	55
E. Teknik Pengumpulan Data	55
F. Teknik Analisis Data	56
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	57
1. Sejarah BMT Taqwa Muhammadiyah	57
2. Visi dan Misi BMT Taqwa Muhammadiyah	58
3. Produk BMT Taqwa Muhammadiyah	59
4. Landasan Hukum BMT Taqwa Muhammadiyah	60
5. Struktur Organisasi BMT Taqwa Muhammadiyah	61
B. Faktor Internal yang Menyebabkan Menurunnya Jumlah Pembiayaan <i>Murabahah</i>	63
1. Pemasaran	63
2. Penerapan Analisis 5C	70
3. <i>Monitoring</i>	73
4. <i>Standard Operating Procedure (SOP)</i>	74

5. Sumber Daya Manusia dan Porsi Kerja yang Berlebihan	75
6. Modal BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.....	76
C. Faktor Eksternal yang Menyebabkan Menurunnya Jumlah Pembiayaan <i>Murabahah</i>	77
1. Kurang Pahaminya Nasabah Terhadap Produk Syariah	77
2. Melemahnya Perekonomian Masyarakat	78
3. Bank Pemerintah	79
4. Karakter Nasabah yang Tidak Baik	79
D. Upaya yang Dilakukan BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat Dalam Mengantisipasi Menurunnya Jumlah Pembiayaan <i>Murabahah</i>	80
BAB V PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	85
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pembiayaan Tahun 2016-2018.....	6
Tabel 3.1 Rancangan Waktu Penelitian	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Pembiayaan <i>Murabahah</i>	43
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan merupakan salah satu lembaga yang dibutuhkan manusia untuk melaksanakan kegiatan perekonomian terutama menanggulangi kebutuhan akan dana. Lembaga keuangan terdiri dari lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank (Zainudin, 2015 : 1).

Keberadaan suatu lembaga keuangan baik yang berbentuk bank maupun bukan bank yang berfungsi sebagai perantara antara masyarakat yang mempunyai kelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana serta memberikan jasa-jasa lembaga keuangan lainnya. Bagi masyarakat yang mempunyai kelebihan dana dapat menyimpan uangnya tersebut dalam bentuk simpanan giro, tabungan, deposito atau bentuk simpanan lainnya. Begitu pula dengan masyarakat yang kekurangan dana dapat meminjam uang di lembaga-lembaga keuangan dalam bentuk kredit atau pembiayaan (Kasmir, 2008 : 9).

Pembiayaan selalu berkaitan dengan aktivitas bisnis, bisnis adalah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Dengan kata lain bisnis merupakan aktivitas berupa pengembangan aktivitas ekonomi dalam bidang jasa, perdagangan, dan industri guna mengoptimalkan nilai keuntungan. Pembiayaan atau *financing* ialah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan (Ilyas, 2015 : 186).

Istilah pembiayaan pada intinya berarti *I believe, I trust* (saya percaya, saya menaruh kepercayaan). Perkataan pembiayaan yang berarti (*trust*) berarti lembaga pembiayaan selaku *shahibul maal* menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil, dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-

syarat yang jelas dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak (Rivai, 2008 : 3).

Bagi masyarakat yang kekurangan dana atau membutuhkan dana dalam rangka membiayai suatu usaha atau kebutuhan rumah tangga mereka dapat meminta bantuan pembiayaan pada lembaga keuangan, salah satunya yaitu lembaga keuangan syari'ah. Kepada masyarakat yang akan diberikan pinjaman diberikan berbagai persyaratan yang harus segera dipenuhi. Masyarakat yang melakukan pinjaman atau pembiayaan tersebut juga dikenakan margin atau *ujrah* (biaya jasa) dan biaya administrasi yang besarnya tergantung masing-masing lembaga keuangan (Kasmir, 2008 : 10).

Dalam mengatasi kekurangan dana tersebut maka diupayakan untuk pengembangan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Lembaga keuangan syariah melahirkan lembaga keuangan non bank, yang salah satunya yaitu usaha koperasi yang disebut dengan "*Baitul Maal Wat Tamwil*" yang biasa disingkat dengan BMT. Kegiatan BMT sama seperti bank pada umumnya seperti menghimpun dana dan menyalurkan dana kembali pada masyarakat.

Sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah BMT memfokuskan target pasarnya pada bisnis berskala kecil seperti para pedagang kelontong ataupun usaha mikro lainnya. Dalam kegiatan usahanya BMT memiliki berbagai macam produk yaitu:

1. Produk Penghimpunan Dana (*funding*)
2. Produk Penyaluran Dana (*financing*)
3. Produk Jasa

Produk penyaluran dana di BMT ada beberapa macam yang antara lain adalah :

1. *Musyarakah*

Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/ *expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan

resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan (Antonio, 2001 : 90).

Musyarakah ada dua jenis, yang pertama ialah *Musyarakah* pemilikan dan *Musyarakah* akad (kontrak). *Musyarakah* pemilikan tercipta karena warisan, wasiat, atau kondisi lainnya yang mengakibatkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih. Sedangkan *Musyarakah* akad tercipta dengan cara kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal, mereka sepakat berbagi keuntungan dan kerugian.

2. *Mudharabah*

Mudharabah berasal dari kata *dharb*, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha.

Secara teknis *Mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak yang pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh dana (modal), sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan *Mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang telah dituangkan dalam akad (kontrak), apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian disebabkan oleh kelalaian atau kecurangan si pengelola, maka si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

Mudharabah ada dua jenis, yang pertama ialah *Mudharabah muthlaqah* dan *Mudharabah muqayyadah*, yang dimaksud dengan *Mudharabah muthlaqah* ialah bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Sedangkan *Mudharabah muqayyadah* ialah kerja sama tapi terdapat batasan bagi *mudharib* dalam hal jenis usaha, waktu dan tempat usaha.

3. *Murabahah*

Murabahah adalah akad yang dilakukan dengan cara jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli (Karim, 2003 : 157). Dalam *Murabahah* harus memberi tahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Misalnya pedagang eceran membeli komputer dari grosir dengan harga Rp.10.000.000,00, kemudian ia menambahkan keuntungan sebesar Rp.750.000,00 dan ia menjual kepada si pembeli dengan harga Rp.10.750.000,00. Pada umumnya si pedagang eceran tidak akan memesan barang dari grosir sebelum ada pesanan dari calon pembeli dan mereka sudah menyepakati tentang lama pembiayaan, besar keuntungan yang akan diambil pedagang eceran, serta besarnya angsuran kalau memang akan dibayar secara angsuran. *Murabahah* dapat dilakukan untuk pembelian secara pemesanan dan biasa disebut sebagai *Murabahah* kepada pemesan pembelian (KPP).

4. *Qardh*

Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan (Antonio, 2001 : 131). *Qardh* merupakan akad tolong menolong antara nasabah dengan BMT, ada nasabah BMT yang membutuhkan dana kemudian pihak BMT akan meminjamkan dana kepada nasabah tanpa ada memungut biaya keuntungan sedikitpun.

Provinsi Sumatera Barat memiliki salah satu lembaga keuangan yang bergerak di bidang koperasi syariah yaitu Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Taqwa Muhammadiyah. BMT Taqwa Muhammadiyah sudah berdiri sejak tanggal 09 september 1996, sekarang BMT Taqwa Muhammadiyah sudah berumur sekitar 24 tahun. BMT Taqwa Muhammadiyah meluncurkan berbagai jenis produk pembiayaan yaitu pembiayaan *Mudharabah*, *Musyarakah*, *Murabahah*, *Qardh*. BMT Taqwa

Muhammadiyah merupakan salah satu KJKS yang memiliki aset besar di Sumatera Barat. Pada saat ini BMT Taqwa Muhammadiyah sudah memiliki tujuh kantor cabang di luar kantor pusat. Enam cabang berada di kota Padang dan satu cabang lagi berada di Sungai Rumbai Kabupaten Dharmasraya.

Salah satu kantor cabang BMT Taqwa Muhammadiyah terletak di Bandar Buat, letak BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat ialah di depan pasar Bandar Buat dan merupakan tempat yang strategis untuk lembaga keuangan berdiri, letaknya berada di depan pasar Bandar Buat dekat juga dengan sarana ibadah dan juga dekat dengan sekolah dan pertokoan, dengan tempat yang strategis hendaknya masyarakat dapat dengan mudah mendatangi BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat untuk menyimpan dana atau untuk melakukan permintaan pembiayaan, dengan lokasi yang strategis tidak sebanding dengan perkembangan pembiayaan.

BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dalam pemasaran pembiayaan *Musyarakah* bisa dikatakan tidak ada, pada awal pendirian BMT Taqwa Muhammadiyah Padang Cabang Bandar Buat memang ada nasabah yang melakukan pembiayaan *Musyarakah*, tetapi karena kurang pemahannya nasabah dengan pembiayaan bagi hasil menyebabkan pembiayaan *Musyarakah* tidak ada lagi peminatnya.

Pembiayaan *Qardh* yang merupakan akad tolong menolong, hanya beberapa saja yang dilakukan. Ini terjadi karena yang dibiayai ialah nasabah tabungan yang mengalami kesulitan dana kemudian pihak BMT memberikan bantuan dana untuk kestabilan ekonomi nasabah tersebut.

Pembiayaan *Murabahah* pada BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dari jumlah nasabah pembiayaan *Murabahah* selalu meningkat sedangkan jumlah pembiayaan *Murabahah* terdapat penurunan pada jumlah pembiayaan *Murabahah* setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari tabel pembiayaan berikut :

Tabel 1.1 Pembiayaan tahun 2016 sampai 2018

Tahun	Nasabah pembiayaan <i>Qardh</i>	Jumlah pembiayaan <i>Qardh</i>	Nasabah pembiayaan <i>Murabahah</i>	Jumlah pembiayaan <i>Murabahah</i>
2016	5 Orang	Rp.18.062.154	185 Orang	Rp. 3.915.740.351
2017	3 Orang	Rp.9.672.258	201 Orang	Rp. 3.769.597.381
2018	2 Orang	Rp.5.349.706	230 Orang	Rp. 3.395.288.995

Sumber Data : Laporan Perkembangan Pembiayaan BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat

Tabel pembiayaan di atas dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2016 nasabah pembiayaan *Qardh* ada 5 orang dengan total pembiayaan Rp.18.062.154, dan pada tahun 2017 nasabah pembiayaan sebanyak 3 orang dengan total pembiayaan sebanyak Rp.9.672.258 dan pada tahun 2018 nasabah pembiayaan ada 2 orang dengan total pembiayaan sebanyak Rp.5.349.706. Pembiayaan *Murabahah* pada tahun 2016 nasabah pembiayaan ada 185 orang dengan total pembiayaan sebanyak Rp. 3.915.740.351, pada tahun 2017 nasabah pembiayaan ada 201 orang dengan total pembiayaan sebanyak Rp. 3.769.597.381 dan pada tahun 2018 nasabah pembiayaan *Murabahah* ada sebanyak 230 orang dengan total pembiayaan Rp. 3.395.288.995. Dapat kita lihat dalam tabel terdapat penurunan dalam pembiayaan *Murabahah* dan pembiayaan yang lebih banyak dipakai ialah *Murabahah*.

Keberadaan BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat yang berada tepat di depan pasar Bandar Buat seharusnya dapat dimanfaatkan oleh BMT untuk meningkatkan jumlah pembiayaan tetapi dalam pelaksanaannya pembiayaan *Murabahah* selalu mengalami penurunan di setiap tahunnya.

Banyak berdirinya kantor cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Padang seharusnya sudah menjadi pedoman bagi nasabah untuk mengajukan

pembiayaan di BMT Taqwa Muhammadiyah karena sudah banyak dikenal oleh masyarakat Padang terkhususnya masyarakat Bandar Buat, akan tetapi dalam penerapannya terdapat penurunan jumlah pembiayaan *Murabahah* pada BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

Job description yang telah sesuai dengan standar operasional seharusnya dapat meningkatkan jumlah pembiayaan *Murabahah*, tetapi dalam kenyataannya terdapat penurunan jumlah pembiayaan *Murabahah*, dan juga pemasaran dan promosi produk yang dilakukan baik secara *personal selling* maupun menyebar brosur dan juga turun langsung ke lapangan seharusnya dapat menarik minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat tetapi dalam kenyataannya terdapat penurunan jumlah pembiayaan *Murabahah* pada BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut dalam karya ilmiah yang berjudul “**Faktor-Faktor yang Menyebabkan Menurunnya Jumlah Pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat**”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, maka fokus penulis dalam penelitian ini adalah “Apa faktor-faktor yang menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat”.

C. Rumusan Masalah

Untuk lebih memfokuskan bahasan ini agar tepat sasaran penulis membatasinya dengan :

1. Apa saja faktor internal yang menyebabkan menurunnya pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.
2. Apa saja faktor eksternal yang menyebabkan menurunnya pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

3. Apa saja upaya yang dilakukan BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dalam Mengantisipasi penurunan pembiayaan *Murabahah* pada BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor internal yang menyebabkan menurunnya pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor eksternal yang menyebabkan menurunnya pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.
3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan upaya yang dilakukan BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dalam Mengantisipasi penurunan pembiayaan *Murabahah* pada BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu :
 - a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi peningkatan jumlah pembiayaan *Murabahah*.
 - b. Memberikan sumbangan ilmiah dalam ilmu Perbankan Syariah mengenai faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*.
 - c. Untuk memenuhi persyaratan dalam penyelesaian studi dalam program Sarjana S1 Perbankan Syariah guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
2. Secara praktis hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :
 - a. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*.

- b. Bagi lembaga BMT, dapat menjadi pedoman dan acuan dalam meningkatkan jumlah pembiayaan *Murabahah*.
- c. Bagi pembaca, dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*.

F. Defenisi Operasional

Definisi operasional ini dimaksudkan untuk menghindari adanya pemahaman yang berbeda dengan maksud penulis. Oleh sebab itu, perlu penulis jelaskan dalam judul ini antara lain :

Secara umum menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* disebabkan oleh faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang ada di dalam perusahaan sendiri, dan faktor utama yang paling dominan adalah faktor promosi dan pemasaran. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berada di luar kekuasaan manajemen perusahaan, seperti bencana alam, perubahan dalam kondisi perekonomian dan perdagangan, perubahan-perubahan teknologi, dan lain-lainnya (Dendawijaya, 2005 : 35).

Faktor-faktor yang penulis maksud di sini adalah faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat. Faktor internal yang terdiri dari pemasaran, penerapan analisis 5C, *Monitoring*, *standard operating procedure* (SOP), sumber daya manusia dan porsi kerja yang berlebihan. Sedangkan faktor eksternal yang terdiri dari kurang pahamiannya nasabah terhadap produk syariah, melemahnya perekonomian masyarakat.

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan dan kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang diberikan pembiayaan untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (Kasmir, 2013 : 73). Pembiayaan yang penulis maksud adalah pembiayaan *Murabahah* pada BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Faktor-faktor yang Menyebabkan Menurunnya Pembiayaan *Murabahah*

1. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor-faktor atau hal-hal yang mempengaruhi suatu masalah yang berasal dari dalam. Dapat diambil kesimpulan bahwa faktor internal merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat yang berasal dari dalam lembaga keuangan (BMT) itu sendiri. Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi antara lain :

a. Pemasaran

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.

Pengertian pemasaran menurut Philip Kotler adalah proses sosial dan manajerial dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2005 : 10).

Tingkat persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap lembaga keuangan (BMT) untuk lebih dapat mengunggulkan segala kemampuannya dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Setiap kegiatan tersebut memerlukan sebuah konsep pemasaran yang mendasar agar efektif dan efisien sesuai dengan orientasi lembaga keuangan (BMT) terhadap pasar (Alma, 2009 : 247).

Secara umum pengertian manajemen pemasaran lembaga keuangan (BMT) adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabahnya (Kasmir, 2015 : 169).

Salah satu bauran pemasaran ialah kegiatan *marketing mix*, *Marketing mix* merupakan aktivitas pemasaran yang dilakukan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran terhadap suatu produk maupun lembaga keuangan (BMT) (Marty, 2010: 117). Strategi 4P dalam pemasaran adalah :

1) Produk (*Product*)

Suatu produk/jasa merupakan variabel bauran pemasaran yang pertama yang seharusnya menjadi fokus utama para pebisnis. Seorang pebisnis muslim harus mampu membaca kondisi pasar dan menciptakan produk yang dibutuhkan pasar tersebut. Hal itulah yang menjadi salah satu pembeda antara strategi pemasaran syariah dengan pemasaran konvensional. Selain itu, halalnya suatu produk/jasa yang ditawarkan menjadi keunggulan tersendiri dalam bauran pemasaran syariah (Huda, 2017 : 123).

Terdiri atas keragaman produk yang mencakup kelengkapan produk mulai dari kemasan, merk, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat.

Kemasan produk adalah proses yang melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya dan untuk menarik minat pembeli untuk membelinya.

Kemasan mempunyai tujuan dan fungsi dalam pembuatan produk, yaitu :

- a) Memperindah produk dengan kemasan yang sesuai kategori produk.

- b) Memberikan keamanan produk agar tidak rusak saat dipajang di toko.
- c) Memberikan keamanan produk pada saat pendistribusian produk.
- d) Memberikan informasi pada konsumen tentang produk itu sendiri dalam bentuk pelabelan.
- e) Merupakan hasil desain produk yang menunjukkan produk tersebut.

Dalam membuat suatu produk kita harus mempertimbangkan beberapa hal antara lain :

- a) Kebutuhan.
- b) Keinginan.
- c) Permintaan.

Setelah berpatokan kepada tiga hal di atas maka produk yang di jual akan memiliki tingkat peminat yang tinggi di masyarakat dan dapat memuaskan nasabah. Produk yang baik adalah produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah (Ikatan Bankir Indonesia, 2014 : 314).

Di samping itu, Islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk tersebut. Barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya, sehingga pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian. Tidak boleh menipu kualitas dengan jalan memperlihatkan yang baik bagian luarnya, dan menyembunyikan yang jelek pada bagian dalam. Adapun prinsip produksi dalam Islam diantaranya adalah :

- a) Motivasi berdasarkan keimanan, aktivitas produksi yang dijalankan seorang pengusaha muslim terikat dengan motivasi keimanan atau keyakinan positif. Yaitu semata-mata untuk mendapatkan ridha Allah SWT, dan balasan di akhirat. Sehingga dengan motivasi tersebut maka prinsip kejujuran, amanah, dan kebersamaan akan dijunjung tinggi. Hal ini menunjukkan seorang

muslim tidak semata-mata mencari keuntungan dari Allah SWT dan mengamalkan prinsip Islam.

- b) Berproduksi berdasarkan asas manfaat dan maslahat, seorang muslim dengan menjalankan proses produksinya tidak semata-mata mencari keuntungan maksimum untuk menimbun kekayaan. Bukan karena profit ekonomis yang diperolehnya, yang penting manfaat keuntungan tersebut untuk kemaslahatan masyarakat.
- c) Menghindari praktek produksi yang haram, seorang muslim menghindari praktek produksi yang mengandung unsur haram atau riba, pasar gelap, dan spekulasi (Yusanto & Widjajakusuma, 2002 : 167-168).

2) Harga (*price*)

Harga adalah suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu produk/jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga merupakan cerminan nilai jual atas produk/jasa yang telah melalui proses produksi. Penetapan harga sepenuhnya ditentukan oleh penjual. Hal itu menjadi komponen bauran pemasaran syariah menjadi sumber penghasilan dan keuntungan bagi penjual. Pemasaran syariah mengatur penetapan harga yang sesuai dengan perspektif Islam. Aturan dari penetapan harga tersebut adalah sebagai berikut :

- a) Seorang penjual dilarang menjual pada harga yang lebih tinggi dari biaya input dan *margin* keuntungan. Tindakan mendapat keuntungan yang tidak wajar melalui penetapan harga yang tinggi tanpa adanya perubahan kualitas yang lebih baik dan penambahan kuantitas sama saja dengan *maisir* atau perjudian. *Maisir* dalam bahasa Arab secara harfiah adalah memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa bekerja dan *Maisir* sangat dilarang dalam Islam.

- b) Praktik diskriminasi harga juga dilarang dalam Islam, penjual tidak boleh menetapkan harga yang berbeda kepada kedua orang calon pembeli atau lebih atas barang yang sama, perlakuan seperti itu disebut dengan riba.
- c) Manipulasi harga tidak dibenarkan dalam sudut pandang pemasaran syariah. Salah satu contoh manipulasi harga adalah pemilik berpura-pura menjadi pembeli atas barang yang dijualnya dengan memuji-muji barang miliknya, sehingga pembeli lain percaya dan rela membayar dengan harga tinggi.
- d) Perbedaan tingkat harga sesama penjual dapat mempengaruhi kondisi pasar secara menyeluruh. Pada kondisi ini pasar persaingan sempurna di mana barang yang dijual bersifat homogen dengan banyak penjual dan pembeli, harga dengan sendiri akan terbentuk melalui mekanisme pasar.

Harga adalah nilai dari manfaat produk yang ditawarkan kepada pembeli dengan mempertimbangkan biaya, kualitas, diferensiasi, daya beli, dan harga pasar, termasuk daya tarik yang ditawarkan berupa diskon, *cashback*, hadiah, dan sistem cicilan yang mendukung keberhasilan penjualan.

3) Tempat (*Place*)

Tempat atau distribusi merupakan salah satu kunci sukses dalam strategi pemasaran yang efektif. Tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan dalam jual beli merupakan representasi dari prinsip dasar Islam bahwa manusia sebagai wakil Allah SWT di muka bumi harus mengelola sumber daya yang ada dengan cara yang adil. Penjual harus memilih tempat yang strategis untuk memasarkan produknya dan tempat tersebut haruslah mudah dijangkau/di akses oleh pembeli. Mencakup saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan, lokasi, persediaan dan transportasi yang menjadi faktor strategis dalam menunjang keberhasilan penjualan.

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi dalam pemasaran syariah harus beretika dan terbuka. Kebenaran dalam setiap informasi tentang produk yang dipasarkan adalah inti dari promosi pemasaran syariah. Perilaku tersebut berlandaskan pada ajaran Al-Quran dan Hadist dan segala sesuatu yang dikerjakan oleh seorang muslim pasti bersifat vertikal yaitu ada pertanggungjawaban perilaku manusia kepada Allah SWT, oleh karena itu penjual wajib memberikan informasi selengkap-lengkapannya kepada calon pembeli.

Promosi adalah proses memperkenalkan produk dengan cara tertentu, seperti penawaran khusus, periklanan, tenaga penjualan khusus, kehumasan (*public relation*), dan penjualan langsung (*direct selling*) agar produk diketahui banyak nasabah. Proses ini sangat penting dalam membangun *product image* yang memiliki daya jual tinggi. Kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, agar dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan penjualan.

Salah satu tujuan promosi lembaga keuangan adalah menginformasikan segala jenis produk untuk berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra lembaga keuangan di mata nasabahnya (Kasmir, 2008 : 151-156).

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan (BMT) terbagi atas jenis-jenis promosi, yaitu periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal seling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (*publicity*) (Kasmir, 2013 : 202).

a) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan (*advertising*) adalah segala bentuk presentasi non personal dan promosi ide barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran. Medianya antara lain seperti

brosur, buklet, poster, penayangan pada *audio visual*, *billboard*, dan lain-lain (Huda, 2017 : 19).

Menurut Howard Stephenson yang dikutip oleh Pujiyanto, *advertising* adalah suatu kegiatan yang menggunakan sewa tempat pada salah satu media komunikasi, tempat suatu perusahaan memperkenalkan hasil produk barang atau jasanya yang baru (Pujiyanto, 2013 : 3).

Advertising berasal dari Bahasa latin *advere* yang berarti mengoperkan pikiran dan gagasan kepada pihak lain atau mempunyai pengertian mengalihkan perhatian, yaitu sesuatu yang dapat mengalihkan perhatian *audien* kepada maksud tertentu (Widyatama, 2007 : 2).

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan iklan sebagai semua bentuk bayaran untuk mempresentasikan dan mempromosikan ide, barang, atau jasa secara non personal oleh sponsor yang jelas, sedangkan pengertian periklanan adalah seluruh proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan iklan. Iklan memiliki empat fungsi utama yaitu menginformasikan masyarakat mengenai produk (*informative*), mempengaruhi masyarakat untuk membeli (*persuading*), dan menyegarkan informasi yang telah diterima masyarakat (*reminding*), serta menciptakan suasana yang menyenangkan sewaktu masyarakat menerima dan mencerna informasi (*entertainment*).

Agar iklan yang dijalankan efektif dan efisien maka perlu dilakukan program pemasaran yang tepat, dalam praktiknya program periklanan yang harus dilalui adalah sebagai berikut :

- (1) Identifikasi pasar sasaran dan motif pembeli.
- (2) Tentukan misi yang menyangkut sasaran penjualan dan tujuan periklanan.
- (3) Anggaran iklan yang ditetapkan.

(4) Merancang pesan yang disampaikan (Kasmir, 2008 : 177).

b) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Kegiatan promosi berikutnya adalah penjualan pribadi atau *personal selling*, dalam dunia lembaga keuangan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai atau karyawan perusahaan (lembaga keuangan), mulai dari *cleaning service*, satpam, sampai dengan pejabat perusahaan. Secara khusus kegiatan *personal selling* dapat diwakili oleh *account officer*, namun *personal selling* juga dapat dilakukan dengan merekrut tenaga-tenaga wiraniaga (*salesman atau salesgirl*) untuk melakukan promosi atau pemasaran (Rianto, 2010: 180).

Penjualan pribadi dapat diartikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih secara bertatap muka untuk menimbulkan hubungan timbal balik dalam rangka membuat, mengubah, menggunakan, dan membina hubungan komunikasi antara produsen dengan konsumen. Melalui penjualan pribadi terdapat suatu pengaruh secara langsung yang timbul dalam pertemuan tatap muka antara penjual dengan pembeli, sehingga terjadi pengkomunikasian fakta yang diperlukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian, atau menggunakan faktor psikologis, dalam rangka membujuk dan memberi keberanian pada waktu pembuatan keputusan. Penjualan pribadi dilakukan secara lisan atau tatap muka dalam bentuk percakapan antara penjual dan calon pembeli dengan tujuan agar terjadi transaksi penjualan.

Dalam rangka menimbulkan keinginan pembeli terhadap produk berupa barang atau jasa yang baru, sebenarnya yang sangat efektif adalah jika perusahaan melakukan kegiatan periklanan. Akan tetapi seringkali periklanan tidak cukup, sehingga dibutuhkan penjualan pribadi untuk meyakinkan konsumen atau pelanggan terhadap mutu atau kualitas produknya.

Penjualan pribadi juga dibutuhkan karena di dalam penjualan pribadi bisa dilakukan beberapa hal antara lain :

(1) Menciptakan kepercayaan (*creating confident*)

Penjualan pribadi yang dapat menampilkan cara penjualan yang efektif, dapat menimbulkan tingkat kepercayaan yang tinggi pada para konsumen terhadap produk yang berupa barang atau jasa yang ditawarkan.

(2) Peragaan (*demonstration*)

Penjualan pribadi sangat diperlukan untuk jenis produk yang belum dikenal oleh para konsumen, sehingga memerlukan peragaan untuk lebih mudah konsumen mengenalnya.

(3) Pembelian yang bersifat sekali-kali (*infrequent purchase*)

Berupa jenis produk tertentu, walaupun telah dikenal oleh konsumen, tetapi hanya sekali-kali dibeli, sehingga memerlukan bantuan penjualan pribadi dalam penjualannya.

(4) Produk yang mempunyai nilai per unit yang tinggi (*high unit value*)

Penjualan pribadi biasanya digunakan dalam memasarkan produk yang bernilai tinggi.

(5) Produk yang didesain sesuai dengan kebutuhan (*goods tailored to needs*)

Penjualan pribadi dibutuhkan untuk jenis-jenis produk yang pembuatannya harus disesuaikan dengan permintaan konsumen.

(6) Penjualan dengan tukar tambah (*trade-ins*)

Tenaga penjualan pribadi dibutuhkan oleh perusahaan yang menjalankan kegiatan penjualan dengan tukar tambah.

Kegiatan penjualan pribadi dapat kita pahami karena memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

(1) Hubungan langsung secara *personal confrontation*.

Dalam penjualan pribadi terjadi hubungan langsung antara penjual dan pembeli, yang menyebabkan kedua pihak dapat saling mengamati sifat, kebutuhan dan sekaligus dapat mengadakan penyesuaian secara langsung.

(2) Hubungan akrab secara *cultivation*.

Penjualan pribadi dapat membentuk hubungan yang lebih akrab dengan pembeli. Penjual dalam penjualan harus dapat menggunakan keahliannya dalam memuji pembeli, sehingga menimbulkan rasa simpati pembeli untuk jangka panjang.

(3) Adanya tanggapan

Penjualan pribadi membuat pembeli merasa berkewajiban untuk mendengarkan pembicaraan penjual dan memberikan reaksi, walaupun reaksi tersebut hanya merupakan suatu persyaratan terima kasih.

Penjualan *personal selling* akan memberikan beberapa keuntungan bagi lembaga keuangan (BMT) yaitu :

- (1) Lembaga keuangan (BMT) dapat langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk lembaga keuangan (BMT) kepada masyarakat secara rinci.
- (2) Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk, terutama dari keluhan yang disampaikan nasabah termasuk informasi dari nasabah tentang lembaga keuangan (BMT) lain.
- (3) Petugas lembaga keuangan (BMT) dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argumen yang dimiliki.
- (4) Memungkinkan terjalin hubungan akrab antara konsumen dan lembaga keuangan (BMT).

- (5) Petugas lembaga keuangan (BMT) yang memberikan pelayanan memberikan citra kepada nasabah apabila pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.
- (6) Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan, dan menanggapi lembaga keuangan (BMT).

Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh *costumer service* atau *service asistensi* (Kasmir, 2008 : 181-182).

c) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah kegiatan promosi untuk menggugah atau menstimulasi pembelian, merupakan usaha penjualan khusus. Promosi penjualan merupakan kegiatan promosi selain dari periklanan, penjualan pribadi dan publisitas, yang dapat mendorong pembelian oleh konsumen, dan dapat meningkatkan efektivitas para penyalur dengan mengadakan pameran *display*, eksibisi, peragaan/demonstrasi dan berbagai kegiatan penjualan yang lain, yang dilakukan sewaktu-waktu, dan tidak bersifat rutin (Assauri, 2009 : 282). Promosi penjualan dapat dibedakan atas tiga macam, yaitu :

- (1) Promosi yang diarahkan kepada pembeli, misalnya *sample*, kupon, pameran, demonstrasi/peragaan dan lain-lain.
- (2) Promosi yang diarahkan kepada pedagang, misalnya potongan (*discount*).
- (3) Promosi yang diarahkan kepada pramuniaga (*sales person*), misalnya bonus.

Promosi penjualan ini dalam banyak hal dapat membantu produsen, diantaranya dalam hal :

- (1) Memperkenalkan produk baru.
- (2) Menambah pemakaian atau persediaan para penyalur dan *dealer* atau pedagang besar.
- (3) Menarik langganan baru.

- (4) Menanggulangi kegiatan para pesaing.
- (5) Meringankan akibat penurunan penjualan, karena pengaruh musim.
- (6) Membantu untuk meringankan tugas bicara berupa *sales talk* dari pramuniaga perusahaan.

Aktivitas promosi penjualan dapat dikelompokkan dalam tiga golongan, berdasarkan objek yang diinginkan yaitu :

(1) Promosi konsumen

Promosi penjualan yang ditujukan untuk konsumen akhir, misalnya dengan pemberian kupon berhadiah, pemberian sampel produk, jaminan uang kembali bila produk mengecewakan sesudah dipakai dan demonstrasi atau pertunjukan yang memperlihatkan kegunaan serta keunggulan produk tersebut.

(2) Promosi perdagangan

Promosi penjualan yang ditujukan kepada pedagang perantara atau badan-badan tertentu, misalnya dengan pemberian barang dagang sebagai hadiah, potongan harga atas pembelian pada waktu tertentu dan dalam jumlah tertentu.

(3) Promosi tenaga penjual

Promosi penjualan yang ditujukan kepada pramuniaga dari perusahaan, misalnya pemberian bonus sebagai tambahan gaji karena prestasi yang dibuat di atas target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Tujuan penggunaan promosi penjualan secara luas adalah :

- (1) Meningkatkan tindakan pembelian yang dilakukan oleh konsumen akhir.
- (2) Meningkatkan usaha dan intensitas penjualan para *reseller* dan *sales personnel* (para penjual).

Bagi lembaga keuangan (BMT) promosi penjualan dapat dilakukan melalui :

- (1) Pemberian bunga khusus (*special rate*) untuk jumlah dana yang relatif besar (Kasmir, 2008 : 180). Untuk lembaga keuangan syariah yang tidak menggunakan sistem bunga, maka dapat dilakukan dengan memberikan nisbah khusus bagi nasabah yang memiliki simpanan besar.
- (2) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- (3) Pemberian cinderamata, hadiah atau kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.

d) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor lembaga keuangan di mata pesaing lainnya dan juga di mata para nasabahnya. Oleh karena itu, publisitas perlu diperbanyak lagi. Tanpa dukungan hubungan masyarakat, dana atau uang yang dihabiskan untuk bermacam kegiatan, tidak akan dapat menghasilkan dan tidak dapat bekerja seharusnya, sehingga akibatnya kegiatan promosi lainnya yang dilakukan oleh tenaga promosi yang ada harus bekerja lebih keras dari pada yang seharusnya.

Tugas staf dan karyawan saat melaksanakan hubungan masyarakat adalah :

(1) Pemberian pers

Untuk menjelaskan informasi yang dianggap berguna pada media berita dengan maksud untuk menarik perhatian seseorang terhadap suatu barang atau jasa.

(2) Publisitas produk

Mengandung berbagai macam usaha publikasi melalui media berita, peralatan dan media lainnya yang berhubungan dengan produk yang dihasilkan.

(3) Komunikasi perusahaan

Mencakup komunikasi internal dan eksternal dengan maksud untuk memberi pemahaman akan kelembagaan perusahaan.

(4) *Lobbying*

Menyangkut usaha melakukan pendekatan dengan pembuatan peraturan dan undang-undang, serta para pejabat pemerintah untuk mendukung ataupun menggagalkan peraturan dan perundangan-undangan.

(5) Konsultasi

Merupakan pemberian saran yang bersifat umum terhadap perusahaan, mengenai kejadian yang menyangkut masyarakat dan apa yang dilakukan perusahaan untuk memperbaiki atau meningkatkan posisi dan citranya di mata masyarakat.

Tujuannya adalah agar nasabah bisa lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut nasabah akan selalu mengingat lembaga keuangan tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah.

kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui :

- (1) Ikut pameran Penjualan Pribadi
- (2) Ikut kegiatan amal
- (3) Ikut bakti sosial
- (4) Sponsorship kegiatan (Rianto, 2010: 185)

b. Penerapan Analisis 5C Dalam Pembiayaan

Dalam hal ini pihak lembaga keuangan (BMT) mewawancarai nasabah dengan memakai atau dengan memperhatikan analisis 5C, yang disebut dengan 5C yaitu :

1) Karakter (*Character*)

Adalah penilaian terhadap sifat, kepribadian dan integritas calon nasabah pembiayaan dengan tujuan untuk mengetahui kemauan dan komitmen untuk memenuhi kewajibannya.

2) Kapasitas (*Capacity*)

Analisa ini sangat penting dilakukan, karena untuk mengetahui dan memahami kemampuan seorang nasabah dalam menjalankan usahanya hal ini dilakukan untuk mengetahui kemampuan nasabah dalam memenuhi semua kewajibannya termasuk pengembalian pembiayaan.

3) Modal (*Capital*)

Modal sangat diperlukan dalam melakukan sebuah usaha, analisa ini diarahkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat keyakinan nasabah dalam menjalankan usahanya. Melalui analisa ini pihak lembaga keuangan (BMT) dapat membatasi jumlah pemberian pembiayaan kepada nasabah sehingga pihak lembaga keuangan (BMT) akan dapat terhindar dari kegagalan pelunasan pembiayaan.

4) Kondisi (*Condition*)

Analisa ini diarahkan pada kondisi yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan oleh nasabah. Hal ini perlu dilakukan karena suatu lembaga keuangan yang bergerak di bidang perekonomian dan perdagangan harus memperhatikan bagaimana kemungkinan yang timbul selama akad pembiayaan. Melihat bagaimana kondisi nasabah secara umum, apakah tempat ia melakukan kegiatan usaha itu milik sendiri atau kontrak dan lain sebagainya (Sunarto, 2003 : 166). Kondisi yang harus diperhatikan diantaranya :

- a. Kondisi ekonomi yang mempengaruhi perkembangan usaha nasabah.
- b. Kondisi usaha nasabah, perbandingannya dengan usaha yang sejenis dan lokasi tempat usaha.
- c. Prospek usaha nasabah dimasa yang akan datang.

5) Jaminan (*Collateral*)

Jaminan yang dimiliki calon nasabah. Penilaian ini bertujuan untuk lebih meyakinkan bahwa jika suatu resiko kegagalan pembiayaan

maka jaminan dapat dipakai sebagai pengganti dari kewajiban calon nasabah pembiayaan. Analisa yang dilakukan antara lain :

- a) Meneliti kepemilikan jaminan
- b) Mengukur dan memperkirakan stabilitas harga jaminan
- c) Rasio jaminan terhadap jumlah pembiayaan yang akan diberikan

Setelah melakukan wawancara biasanya lembaga keuangan (BMT) bersangkutan yaitu bagian *Account officer* membuat berita hasil wawancara yang akan diserahkan pada pimpinan sebagai panutan untuk memutuskan apakah layak diberikan pembiayaan atau sebaliknya.

c. *Monitoring*

Monitoring merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh bagian *monitoring*, dalam *monitoring* yang harus diperhatikan ialah bagaimana kelancaran operasional dan juga kelancaran pembiayaan. Secara spesifik pengertian *monitoring* selaras dengan pengertian pengawasan yang dapat dirumuskan sebagai salah satu fungsi manajemen dalam usahanya untuk penjagaan dan pengamanan dalam pengelolaan kekayaan lembaga keuangan (BMT) dalam bentuk pembiayaan yang lebih baik dan efisien, guna menghindarkan terjadinya penyimpangan-penyimpangan dengan cara mendorong dipatuhinya kebijaksanaan-kebijaksanaan pembiayaan yang telah ditetapkan serta mengusahakan penyusunan administrasi pembiayaan yang benar. Tujuan *monitoring* dalam pembiayaan adalah :

- 1) Kekayaan lembaga keuangan (BMT) akan selalu terpantau dan menghindari adanya penyelewengan-penyelewengan baik dari oknum luar maupun dari dalam lembaga keuangan (BMT).
- 2) Untuk memastikan ketelitian dan kebenaran data administrasi di bagian pembiayaan serta penyusunan dokumentasi pembiayaan yang lebih baik.
- 3) Untuk memajukan efisiensi di dalam pengelolaan usaha di bagian pembiayaan dan sasaran pencapaian yang ditetapkan.

4) Kebijakan manajemen lembaga keuangan (BMT) akan lebih rapi dan mekanisme serta prosedur pembiayaan akan lebih dipatuhi.

Mekanisme monitoring dan pengawasan meliputi :

- (1) *On Desk monitoring* adalah kegiatan pengawasan secara administratif melalui instrumen administrasi seperti laporan, catatan, dokumen dan informasi anggota.
- (2) *On Site* pendampingan adalah mendiskusikan permasalahan dengan anggota pembiayaan untuk menyadarkan yang bersangkutan pada masalah yang dihadapi dan opsi-opsi pemecahan masalah serta pentahapan pelaksanaan pemecahan masalah.
- (3) *On Site Monitoring* adalah kegiatan pengawasan bersifat langsung atau kunjungan langsung kepada anggota. Kegiatan ini dilakukan dalam rangka pendalaman dan pembuktian dari hasil *on desk* monitoring kepada anggota secara langsung maupun kepada pihak lain seperti anggota lain bagian pembiayaan.
- (4) *Auditing* adalah kegiatan pengawasan dan evaluasi yang dilakukan terhadap kelengkapan dokumen dan pemenuhan persyaratan (Kasmir, 2015 : 98-99).

d. *Standard Operating Procedure (SOP)*

Standard Operating Procedure (SOP) adalah suatu standar atau aturan tertulis yang dipergunakan untuk mendorong dan menggerakkan suatu kelompok agar terciptanya kinerja yang maksimal. Tujuan lahirnya *Standard Operating Procedure (SOP)* :

- 1) Memberikan arahan dan sebagai dasar dalam pengaplikasian pelayanan prima.
- 2) Agar setiap nasabah yang datang ke lembaga keuangan (BMT) merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
- 3) Terciptanya kinerja yang maksimal pada setiap karyawan lembaga keuangan (BMT).

Sasaran lahirnya *Standard Operating Procedure* (SOP) :

- 1) Untuk meningkatkan loyalitas nasabah dan citra perusahaan melalui peningkatan kualitas layanan.
- 2) Agar mendapatkan kepercayaan dari nasabah dengan pelayanan prima yang diberikan.

e. Sumber Daya Manusia dan Porsi Kerja yang Berlebihan

Sumber daya manusia adalah orang atau karyawan lembaga keuangan (BMT) yang melaksanakan operasional pekerjaan di lembaga keuangan (BMT), jika terdapat kekurangan SDM maka kinerjanya akan berkurang dan karena SDM kurang akan menyebabkan karyawan kelelahan dalam bekerja, dan juga pengetahuan yang kurang dapat membuat penurunan dalam pembiayaan karena karyawan tidak mampu menjelaskan dan memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan oleh calon nasabah.

Kinerja (*performance*) adalah sebagai hasil pekerjaan yang dicapai seseorang berdasarkan persyaratan-persyaratan pekerjaan (*job requirement*). Standar pekerjaan dapat ditentukan dari isi suatu pekerjaan, dapat dijadikan sebagai dasar penilaian setiap pekerjaan. Untuk memudahkan penilaian kinerja karyawan, standar pekerjaan harus dapat diukur dan dipahami secara jelas. Suatu pekerjaan dapat diukur melalui :

1) Jumlah Pekerjaan

Dimensi ini menunjukkan jumlah pekerjaan yang dihasilkan individu atau kelompok sebagai persyaratan yang dihasilkan individu atau kelompok sebagai persyaratan yang menjadi standar pekerjaan.

2) Kualitas pekerjaan

Setiap karyawan dalam perusahaan harus memenuhi persyaratan tertentu untuk dapat menghasilkan pekerjaan sesuai kualitas yang dituntut suatu pekerjaan tertentu.

3) Ketetapan Waktu

Setiap pekerjaan memiliki karakteristik yang berbeda, untuk jenis pekerjaan tertentu harus diselesaikan tepat waktu, karena memiliki ketergantungan atas pekerjaan lainnya. Bila pekerjaan pada suatu bagian tertentu tidak selesai tepat waktu akan menghambat pekerjaan pada bagian lain, sehingga mempengaruhi jumlah dan kualitas hasil pekerjaan.

4) Kehadiran

Suatu jenis pekerjaan tertentu menuntut kehadiran karyawan dalam mengerjakannya sesuai waktu yang ditentukan. Kinerja karyawan ditentukan oleh tingkat kehadiran karyawan dalam mengerjakannya.

5) Kemampuan Kerja Sama

Tidak semua dapat diselesaikan oleh satu orang karyawan saja. Untuk jenis pekerjaan tertentu mungkin harus diselesaikan oleh dua orang karyawan atau lebih, sehingga membutuhkan kerja sama antara sesama karyawan (Bangun, 2012 : 233-234).

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor-faktor atau hal-hal yang mempengaruhi suatu masalah yang berasal dari luar. Dapat diambil kesimpulan bahwa faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat yang berasal dari luar BMT itu sendiri atau bisa juga dikatakan berasal dari nasabah dan faktor alam. Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi antara lain :

a. Kurang Pemahannya Nasabah Terhadap Produk Syariah

Masyarakat kurang memahami prinsip syariah baik akad bagi hasil maupun akad jual beli. Sehingga masyarakat lebih memilih bertransaksi melalui lembaga keuangan konvensional karena masyarakat menilai sama saja produk lembaga keuangan syariah dengan produk lembaga keuangan konvensional.

Salah satu akad pembiayaan di BMT ialah bagi hasil, bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola yang terjadi antara lembaga keuangan (BMT) dengan nasabah penerima dana (Sumitro, 2004 : 81). Bagi hasil merupakan salah satu bentuk prinsip perhitungan pada lembaga keuangan syari'ah. Indonesia saat ini mengenal 2 metode yaitu *profit sharing* dan *revenue sharing*. Prinsip perhitungan bagi hasil dengan metode *profit sharing* (untung) dan *loss sharing* (rugi) merupakan prinsip dasar dalam transaksi investasi.

Profit sharing adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil *net* (bersih) dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Sedangkan pada *Revenue Sharing* adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada total seluruh pendapatan yang diterima setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Dengan menggunakan metode *revenue sharing* maka dana investasi nasabah tidak akan kurang atau tidak mendapat bagi hasil. Hal ini banyak dilakukan dalam lembaga keuangan syari'ah di Indonesia saat ini.

Bagi hasil merupakan suatu pembagian atas pendapatan atau keuntungan yang diperoleh dari aktifitas usaha yang dilakukan oleh kedua pihak atau lebih. Disamping itu bagi hasil memiliki peranan penting sebagai berikut :

1) Bagi hasil sebagai alat untuk distribusi pendapatan

Sebagai alat distribusi pendapatan atau sebagai alat bagi resiko, dimana dalam sistem bagi hasil, bukan saja keuntungan yang dibagi antara pemilik dana tetapi resiko kerugian ditanggung bersama.

2) Bagi hasil sebagai penunjang stabilitas ekonomi

Secara umum peranan bagi hasil dan lembaga keuangan (BMT) adalah sama yaitu sebagai alat penunjang stabilitas ekonomi, bagi hasil dapat menjaga keseimbangan pasar.

3) Bagi hasil sebagai media alokasi sumber

Dengan menggunakan sistem bagi hasil keuntungan dapat membantu menunjukkan situasi pasar yang lebih sempurna dan lebih rasional serta efisien bagi lembaga keuangan (BMT) dan pengusaha dalam memaksimalkan laba dan kecenderungan berkompetisi akan menjamin keseimbangan dalam tingkat keuntungan dalam berbagai sektor.

b. Melemahnya Perekonomian Masyarakat

Pada saat sekarang ini perekonomian masyarakat sangatlah lemah, terjadi kelangkaan dan juga mahalnya harga barang pokok, sehingga menyebabkan melemahnya nilai beli masyarakat, bagi masyarakat kecil dengan keadaan yang sekarang ini sungguh sangat memberatkan mereka, mereka membutuhkan modal untuk usaha, tetapi karena daya beli yang lemah menyebabkan usahanya mengalami penurunan sehingga berimbas pada pembayaran angsuran. Jika tidak sanggup membayar tepat waktu maka nasabah tersebut akan diberikan peringatan dan apabila sampai terjadi penumpukan angsuran yang belum dibayar maka jaminan yang tadi nasabah berikan untuk pembiayaannya akan disita oleh lembaga keuangan syariah tempat mereka melakukan pembiayaan. Hal inilah yang menyebabkan masyarakat takut untuk melakukan pembiayaan sehingga dampak bagi lembaga keuangan syariah mereka mengalami penurunan dalam produk pembiayaan yang mereka tawarkan.

B. Pembiayaan Syariah

1. Pengertian Pembiayaan Syariah

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara *shahibul maal* dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil (Kasmir, 2015 : 82).

Menurut M. Syafi'i Antonio menjelaskan bahwa pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok lembaga keuangan yaitu pemberian fasilitas dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang mengalami defisit unit (Antonio, 2001: 160). Dana harus digunakan dengan benar, adil, dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas, dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, sebagaimana firman Allah SWT dalam surah *An-Nisa'* ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*”

Dalam ayat ini Allah SWT mengharamkan orang beriman memakan, memanfaatkan, menggunakan harta orang lain dengan jalan yang batil, yang tidak dibenarkan oleh syariat Islam. Seseorang boleh untuk melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan perdagangan dengan asas saling ridha, saling ikhlas. Dalam ayat ini Allah SWT juga melarang untuk bunuh diri, baik membunuh diri sendiri maupun orang lain. Allah SWT menerangkan semua ini, sebagai wujud dari kasih sayangNya, karena Allah SWT itu Maha Kasih Sayang kepada kita umatnya.

Pembiayaan merupakan aktifitas lembaga keuangan dalam menyalurkan dana kepada pihak lain (nasabah) berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana. Pemilik dana percaya kepada penerima dana, bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan pasti akan terbayar. Penerima pembiayaan mendapat kepercayaan dari pemberi pembiayaan, sehingga penerima pembiayaan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya

sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan dalam akad pembiayaan (Ismail, 2011 : 105).

Dalam arti sempit pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti BMT kepada nasabah. Pembiayaan secara luas berarti *financing* atau pembelanjaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dikerjakan oleh orang lain (Muhammad, 2005: 17).

Pembiayaan adalah penyediaan dana tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

- a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *Mudharabah*, dan *Musyarakah*.
- b. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk *Ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *Ijarah Muntahiyah Bittamlik*.
- c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *Murabahah*, *Salam*, dan *Istishna'*.
- d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *Qardh* dan *Rahn* (Muhammad, 2005 : 40).

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah pemberian fasilitas penyediaan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan berdasarkan kesepakatan antara lembaga keuangan (BMT) dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut sesuai jangka waktu, dan imbalan atau bagi hasil.

2. Fungsi Pembiayaan

Keberadaan lembaga keuangan (BMT) yang menjalankan pembiayaan dengan prinsip syariah bukan hanya untuk mencari keuntungan dan meramaikan bisnis lembaga keuangan di Indonesia, tetapi juga menciptakan lingkungan bisnis yang aman, diantaranya :

- a. Memberikan pembiayaan dengan prinsip syariah yang menerapkan sistem bagi hasil yang tidak memberatkan debitur.

- b. Membantu kaum dhuafa yang tidak tersentuh oleh bank konvensional karena tidak mampu memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh bank konvensional.
- c. Membantu masyarakat ekonomi lemah yang selalu dimainkan oleh rentenir dengan membantu pendanaan untuk usaha yang dilakukan.

Berdasarkan tujuan pemberian pembiayaan sebagaimana disebutkan di atas, serta mengacu kepada tujuan pendirian lembaga keuangan (BMT), maka pembiayaan secara umum memiliki fungsi sebagai berikut:

- a. Untuk meningkatkan daya guna uang

Dengan adanya pembiayaan dapat meningkatkan daya guna uang maksudnya jika uang hanya disimpan saja tidak akan menghasilkan sesuatu yang berguna. Dengan diberikannya pembiayaan uang tersebut menjadi berguna untuk menghasilkan barang atau jasa oleh si penerima pembiayaan.

- b. Untuk meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang

Dalam hal ini uang yang diberikan atau disalurkan akan beredar dari satu wilayah ke wilayah lainnya sehingga suatu daerah yang kekurangan uang dengan memperoleh pembiayaan maka daerah tersebut akan memperoleh tambahan uang dari daerah lainnya.

- c. Untuk meningkatkan daya guna barang

Pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan (BMT) akan dapat digunakan oleh si penerima untuk mengolah barang yang tidak berguna menjadi berguna atau bermanfaat.

- d. Meningkatkan peredaran barang

Pembiayaan dapat pula menambah atau memperlancar arus barang dari satu wilayah ke wilayah lainnya, sehingga jumlah barang yang beredar dari satu wilayah ke wilayah lainnya bertambah atau pembiayaan dapat pula meningkatkan jumlah barang yang beredar.

e. Sebagai alat stabilitas ekonomi

Dengan memberikan pembiayaan dapat dikatakan sebagai stabilitas ekonomi karena dengan adanya pembiayaan yang diberikan akan menambah jumlah barang yang diperlukan oleh masyarakat. Kemudian dapat pula pembiayaan membantu dalam mengekspor barang dari dalam negeri ke luar negeri sehingga meningkatkan devisa negara.

f. Untuk meningkatkan kegairahan berusaha

Bagi si penerima pembiayaan tentu akan dapat meningkatkan kegairahan berusaha, apalagi bagi si nasabah yang memang modalnya pas-pasan.

g. Untuk meningkatkan pemerataan pendapatan

Semakin banyak pembiayaan yang disalurkan, akan semakin baik, terutama dalam hal meningkatkan pendapatan. Jika sebuah pembiayaan diberikan untuk membangun pabrik, maka pabrik tersebut tentunya membutuhkan tenaga kerja sehingga dapat pula mengurangi pengangguran. Disamping itu, bagi masyarakat sekitar pabrik juga akan dapat meningkatkan pendapatannya seperti membuka warung atau menyewa rumah kontrakan atau jasa lainnya.

h. Untuk meningkatkan hubungan internasional

Dalam hal pinjaman internasional akan dapat meningkatkan rasa saling membutuhkan antara si penerima pembiayaan dengan si pemberi pembiayaan. Pemberian pembiayaan oleh negara lain akan meningkatkan kerja sama di bidang lainnya (Kasmir, 2013: 89-90).

3. Jenis-jenis Pembiayaan

a. Jenis-jenis pembiayaan berdasarkan tujuan :

- 1) Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada nasabah yang dipergunakan untuk membiayai barang-barang konsumtif. Dalam pembiayaan konsumtif langkah-langkah yang dilakukan yaitu:

- a) Apabila kegunaan pembiayaan yang dibutuhkan nasabah adalah untuk kebutuhan konsumtif semata, harus dilihat dari sisi apakah pembiayaan tersebut berbentuk pembelian atau jasa.
 - b) Jika pembelian tersebut berbentuk barang, apakah barang itu berbentuk *ready stock* atau *goods in process*, jika *ready stock*, maka pembiayaan yang diberikan adalah *Murabahah*. Jika *goods in process* yang harus dilihat berikutnya adalah jangka waktunya. Jika 6 bulan diberikan pembiayaan *Salam*, dan jika lebih dari 6 bulan diberikan pembiayaan *Istishna'*.
 - c) Jika pembiayaan yang dimaksud untuk memenuhi kebutuhan nasabah dibidang jasa, maka diberikan pembiayaan *Ijarah* (Karim, 2010: 234).
- b. Jenis-jenis pembiayaan berdasarkan penggunaannya :
- 1) Pembiayaan modal kerja, yaitu fasilitas pembiayaan yang digunakan untuk menambah modal kerja suatu perusahaan.
 - 2) Pembiayaan investasi, yaitu pembiayaan (menengah atau panjang) yang diberikan kepada pengusaha guna untuk pabrik seperti:
 - a) Rehabilitasi yaitu untuk pemulihan kapasitas produksi, penggantian alat-alat produksi dengan yang baru yang kapasitasnya sama atau perbaikan secara besar-besaran dari alat produksi sehingga kapasitasnya pulih kembali seperti semula.
 - b) Modernisasi yaitu penggantian alat-alat produksi dengan yang baru, yang kapasitasnya lebih tinggi dalam arti dapat menghasilkan produksi yang lebih tinggi, baik kualitas maupun kuantitasnya.
 - c) Perluasan yaitu penambahan kapasitas produksi yang dibangun dengan suatu unit proses yang lengkap seperti pabrik baru. Perluasan dapat berbentuk penambahan mesin diikuti dengan penambahan/perluasan gedung pabrik atau tidak diikuti penambahan/perluasan gedung pabrik.

- 3) Pembiayaan proyek, yaitu fasilitas pembiayaan yang digunakan untuk pembiayaan investasi maupun modal kerja untuk proyek baru (Laksmiana, 2009: 22).
- c. Jenis-jenis pembiayaan berdasarkan cara penarikan
- 1) Sekaligus yaitu fasilitas pembiayaan dengan penarikan yang dilaksanakan satu kali sebesar limit pembiayaan yang telah disetujui.
 - 2) Bertahap sesuai jadwal yang ditetapkan yaitu fasilitas pembiayaan dengan penarikan yang dilaksanakan sesuai jadwal yang telah ditetapkan oleh lembaga keuangan (BMT).
 - 3) Rekening koran (*revolving*) atau penarikan sesuai kebutuhan yaitu fasilitas pembiayaan dengan penarikan yang dilaksanakan sesuai kebutuhan nasabah pembiayaan.
- d. Jenis-jenis pembiayaan berdasarkan jangka waktu
- 1) Pembiayaan jangka pendek yaitu fasilitas pembiayaan dengan tenggang waktu pelunasan tidak lebih dari satu tahun.
 - 2) Pembiayaan jangka menengah yaitu fasilitas pembiayaan dengan tenggang waktu pelunasan kepada lembaga keuangan (BMT) lebih dari satu tahun.
 - 3) Pembiayaan jangka panjang yaitu fasilitas pembiayaan dengan tenggang waktu pelunasan kepada lembaga keuangan (BMT) lebih dari tiga tahun.
- e. Jenis-jenis pembiayaan berdasarkan sifat penarikan
- 1) Penarikan langsung yaitu pembiayaan yang langsung digunakan oleh nasabah, dan secara efektif merupakan utang nasabah kepada lembaga keuangan (BMT).
 - 2) Pembiayaan tidak langsung yaitu pembiayaan yang tidak langsung digunakan oleh nasabah, dan belum secara efektif merupakan utang nasabah kepada lembaga keuangan (BMT).

- f. Jenis-jenis pembiayaan berdasarkan perjanjian atau akad pembiayaan
- 1) pembiayaan berdasarkan perjanjian transaksi jual beli yaitu fasilitas pembiayaan yang berlandaskan perjanjian atau akad jual beli antara lembaga keuangan (BMT) dengan nasabah.
 - 2) Pembiayaan berdasarkan perjanjian transaksi penanaman modal yaitu fasilitas pembiayaan yang berlandaskan perjanjian atau akad penanaman modal lembaga keuangan (BMT) kepada nasabah dengan nisbah bagi yang disepakati bersama.
 - 3) Pembiayaan berdasarkan perjanjian transaksi sewa-menyewa dan sewa-beli yaitu fasilitas pembiayaan yang berlandaskan perjanjian atau akad sewa-menyewa atau sewa-beli antara lembaga keuangan (BMT) dengan nasabah.
 - 4) Pembiayaan berdasarkan perjanjian transaksi pinjam-meminjam yaitu fasilitas pembiayaan yang berlandaskan perjanjian atau akad pinjam-meminjam antara lembaga keuangan (BMT) dengan nasabah.
- g. Jenis-jenis pembiayaan berdasarkan Jaminan
- 1) Pembiayaan dengan jaminan
 - a) Jaminan Perorangan

Jaminan perorangan merupakan jenis pembiayaan yang didukung dengan jaminan seorang (*personal securites*) atau badan sebagai pihak ketiga yang bertindak sebagai penanggung jawab apabila terjadi kemacetan pembayaran dari pihak nasabah. Dalam hal ini nasabah tidak dapat membayar atau melunasi pembayarannya, maka pembayarannya dijamin oleh penjamin. Penjamin berkewajiban untuk melakukan pelunasan atas pembayaran tersebut (Ismail, 2011: 115).
 - b) Jaminan Benda Berwujud

Merupakan jaminan kebendaan yang terdiri dari barang bergerak maupun tak bergerak, misalnya kendaraan bermotor, mesin dan peralatan, investasi kantor, dan barang dagangan.

Jaminan yang bersifat tidak bergerak antara lain tanah dan gedung yang berdiri diatas tanah atau sebidang tanah tanpa gedung.

c) Jaminan Benda Tidak Berwujud

Beberapa jenis jaminan yang dapat diterima adalah jaminan benda tidak berwujud. Benda tidak berwujud antara lain obligasi, saham, dan surat berharga lainnya. Barang-barang tidak berwujud dapat diikat dengan pemindah tanganan atau *cassie*.

2) Pembiayaan Tanpa Jaminan

Pembiayaan yang diberikan kepada nasabah tanpa adanya jaminan. Pembiayaan ini diberikan oleh lembaga keuangan (BMT) atas dasar kepercayaan. Pembiayaan ini resikonya tinggi karena tidak ada pengamanan yang dimiliki oleh lembaga keuangan (BMT) apabila terjadi kemacetan pembayaran. Jika tidak membayar dan macet, maka tidak ada sumber pembayaran kedua yang dapat digunakan untuk menutup resiko pembiayaan tersebut (Ismail, 2011: 116).

C. Macam-macam Pembiayaan

1. *Murabahah*

a. Pengertian *Murabahah*

Murabahah secara istilah adalah jual beli barang dengan syarat-syarat tertentu. Wabbah al-Zuhaily menjelaskan *Murabahah* adalah jual beli dengan harga pokok dengan tambahan keuntungan.

Golongan Malikiyah berpendapat bila penjual mengatakan harga barang kepada pembeli dan minta keuntungan dari pembeli dengan perkataan “*Aku beli barang ini 10 dinar, dan berilah aku laba satu atau dua dinar*” Merupakan *Murabahah*. Muhammad Abu Zahrah menjelaskan *Murabahah* adalah jual beli dengan harga pembelian penjual bersama tambahan keuntungan yang diketahui.

Murabahah dalam istilah *Fiqh Islam* yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi

harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan yang diinginkan (Ascarya, 2008 : 81).

Tingkat keuntungan ini bisa dalam bentuk persentase tertentu dari biaya perolehan. Pembayaran bisa dilakukan secara tunai atau bisa dikemudian hari yang disepakati bersama. Oleh karena itu *Murabahah* sendiri tidak mengandung konsep pembayaran tertunda, seperti yang secara umum dipahami oleh sebagian orang yang mengetahui *Murabahah* hanya dalam hubungan dengan transaksi pembiayaan di perbankan syariah, tetapi tidak memahami *Fiqh Islam* (Ascarya, 2008 : 82).

Murabahah adalah prinsip jual beli dimana harga jualnya terdiri dari harga pokok barang ditambah nilai keuntungan yang disepakati (Sunarto, 2003 : 39). *Murabahah* dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan. Dalam *Murabahah* berdasarkan pesanan, lembaga keuangan melakukan pembelian barang setelah ada pemesan dari nasabah.

b. Landasan Syariah

1) Surat *al-Baqarah* ayat 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقْوَمُونَ إِلَّا كَمَا يَقْوَمُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
 مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ
 وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ
 إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhannya lalu terus berhenti (mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang latangannya) dan urusannya kepada Allah. Orang yang

kembali mengambil riba, maka orang itu adalah penghuni neraka mereka kekal didalamnya (Departemen Agama RI, 1989 : 69).

2) Surat An-Nisa' ayat 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا ءَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَاطِلِ ءِلَّا أَن
تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesaman dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.

c. Rukun dan Syarat *Murabahah*

Rukun dari akad *Murabahah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa macam, yaitu :

- Pelaku akad, yaitu *ba'I* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytari* (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
- Objek akad, yaitu *mabi'* (barang dagangan).
- Tsaman* (harga).
- Shighah*, yaitu Ijab dan Qabul (Ascarya, 2008 : 82).

Syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhi agar jual beli *Murabahah* sah yaitu :

- Harga pokok diketahui oleh pembeli kedua, jika harga pokok tidak diketahui maka jual beli *Murabahah* menjadi *fasid*.
- Keuntungan diketahui, karena keuntungan merupakan bagian dari harga.
- Modal merupakan *mal misliyyat* (benda yang ada perbandingannya di pasaran) seperti benda yang diukur, benda yang ditimbang, benda yang dihitung.
- Murabahah* tidak boleh dilakukan dalam harta riba dan memunculkan riba karena dinisbahnya pada harga pokok.

- e. Akad yang pertama dilakukan adalah sah, jika akad pertama *fasid* maka *Murabahah* tidak boleh dilakukan.

d. Beberapa Ketentuan Umum

a. Jaminan

Pada dasarnya jaminan bukanlah satu rukun atau syarat yang mutlak dipenuhi dalam *bai' al-murabahah*, demikian juga dalam *Murabahah* kepada pemesan pembelian. Jaminan dimaksudkan untuk menjaga agar si pemesan (nasabah) tidak main-main dengan pesanan. Si pemberi (BMT) dapat meminta si pemesan (nasabah) suatu jaminan untuk dipegangnya. Dalam teknis operasionalnya, barang-barang yang dipesan dapat menjadi salah satu jaminan yang bisa diterima untuk pembayaran utang.

b. Hutang dalam *Murabahah*

Secara prinsip penyelesaian hutang si pemesan (nasabah) dalam transaksi *Murabahah* tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan si pemesan (nasabah) kepada pihak ketiga atas barang pesanan tersebut. Apakah si pemesan menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban menyelesaikan hutangnya kepada si pemberi (BMT).

c. Penundaan Pembayaran oleh Debitur Mampu

Seseorang nasabah mempunyai kemampuan ekonomis dilarang menunda penyelesaian utangnya dalam *Murabahah*. Bila seseorang pemesan (nasabah) menunda penyelesaiannya utang tersebut, pembeli (BMT) dapat mengambil tindakan mengambil prosedur hukum untuk mendapatkan kembali utang itu dan mengklaim kerugian *financial* yang terjadi akibat penundaan.

d. Bangkrut

Jika pemesan (nasabah) yang berhutang dianggap pailit dan gagal menyelesaikan utangnya karena benar-benar tidak mampu secara ekonomis dan bukan karena lalai sedangkan ia mampu, maka pemberi

(BMT) harus menunda tagihan utang sampai ia sanggup kembali (Antonio, 2001 : 105).

e. Manfaat dan Resiko *Murabahah*

Murabahah memiliki manfaat seperti :

- a. memberikan keuntungan pada lembaga keuangan (BMT) yang muncul dari selisih harga beli dan jual kepada nasabah
- b. *Murabahah* sangat banyak dilakukan pada lembaga keuangan (BMT) karena sistem *Murabahah* sangat sederhana dan penanganannya sangat mudah.

Resiko yang harus diantisipasi antara lain sebagai berikut :

- a. *Default* atau kelalaian , nasabah sengaja tidak membayar angsuran
- b. Fluktuasi harga komparatif, ini terjadi bila harga suatu barang suatu pasar naik setelah lembaga keuangan (BMT) membelikannya untuk nasabah, lembaga keuangan (BMT) tidak bisa mengubah harga jual beli tersebut.
- c. Penolakan nasabah, barang yang dikirim bisa saja ditolak oleh nasabah karena berbagai sebab. Hal ini bisa jadi karena barang rusak dalam perjalanan dan barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan.
- d. Dijual, ketika kontrak ditandatangani, barang ini menjadi milik nasabah bebas untuk menjual asetnya, jika hal ini terjadi, resiko untuk *default* akan besar.

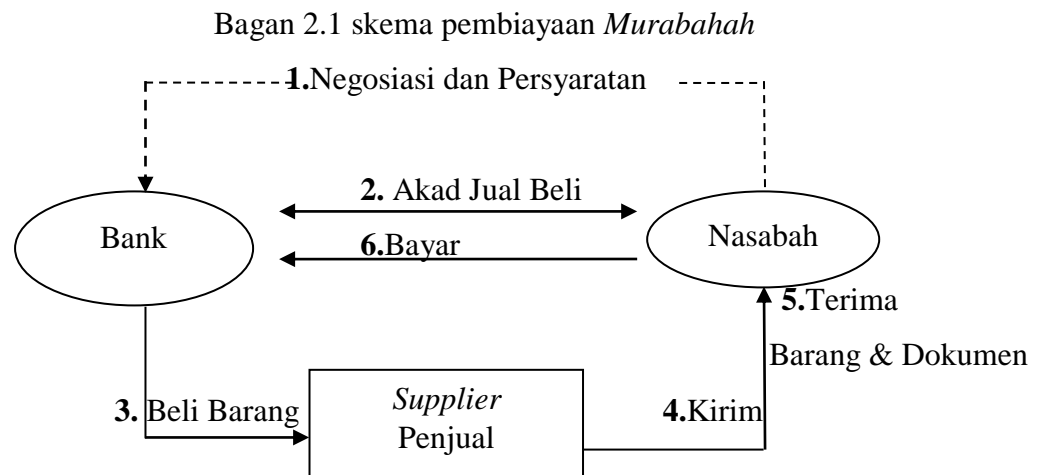
f. Aplikasi *Murabahah* Dalam Lembaga Keuangan Syariah

Murabahah umumnya dapat diterapkan pada produk pembiayaan untuk pembelian barang-barang investasi, baik dalam negeri maupun luar negeri. Skema ini paling banyak digunakan karena sederhana dan tidak terlalu asing bagi yang sudah biasa bertransaksi dengan dunia lembaga keuangan pada umumnya.

Lembaga keuangan syariah di Indonesia banyak menggunakan *Murabahah* secara berkelanjutan seperti untuk modal kerja, padahal

sebenarnya *Murabahah* adalah kontrak jangka pendek dengan sekali akad.

Secara umum aplikasi lembaga keuangan syariah dari *bai' al-murabahah* dapat digambarkan dalam skema berikut ini :



Keterangan :

1. lembaga keuangan (BMT) mengadakan kesepakatan dengan nasabah, apabila telah sepakat nasabah harus memenuhi semua persyaratan yang diminta oleh pihak lembaga keuangan (BMT).
2. Lembaga keuangan (BMT) melakukan akad dengan nasabah menyangkut jenis barang, berapa harga beli ditambah keuntungan yang disepakati.
3. Lembaga keuangan (BMT) membeli tunai barang yang dibutuhkan oleh nasabah kepada *supplier*.
4. *Supplier* mengirimkan barang kepada nasabah.
5. Nasabah menerima barang disertai dengan dokumen pembelian dari *supplier*.
6. Nasabah membayar secara angsuran kepada lembaga keuangan (BMT) sebesar harga pokok ditambah keuntungan yang disepakati. Selain itu nasabah juga menyerahkan dokumen atau fitur kepada lembaga keuangan (BMT) sebagai bukti pembelian (Antonio, 2001 : 107).

2. *Musyarakah*

Kata *Musyarakah* di dalam bahasa Arab berasal dari kata *syirkah* atau *syirikah* berarti kemitraan dalam suatu usaha, dan dapat didefinisikan sebagai sebuah kemitraan dimana dua orang atau lebih menggabungkan modal atau kerja mereka, untuk berbagi keuntungan, menikmati hak-hak dan tanggung jawab yang sama. *Musyarakah* bisa berbentuk *mufawadah* artinya suatu kemitraan yang tidak terbatas, tidak tertutup dan sama di mana setiap mitra menikmati kesamaan yang utuh dalam hal modal, manajemen dan hak pengaturan. Masing-masing mitra menjadi wakil dan penjamin dari mitra lainnya. Kemitraan investasi yang lebih terbatas dikenal sebagai *'inan* (*syirkah al 'inan*). Jenis kemitraan ini terjadi bila dua pihak atau lebih turut memberikan modal, uang, tenaga maupun pikiran. *Musyarakah 'inan* terbatas pada usaha tertentu, Karena kedua mitra berbagi keuntungan dengan cara yang disepakati dan menanggung kerugian sesuai dengan proporsi kontribusi modal mereka (Lativa & Algoud, 2003 : 69).

Menurut Sofiniyah Ghufron *Musyarakah* atau *syirkah* adalah akad kerjasama usaha patungan antara dua pihak atau lebih pemilik modal untuk membiayai suatu jenis usaha yang halal dan produktif, di mana keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan (Ghufron & Dkk, 2005 : 43).

Musyarakah merupakan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (*amal / expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan (Antonio, 2001 : 143).

Istilah *Musyarakah* tidak ada dalam fiqih islam, tetapi baru diperkenalkan belum lama ini oleh mereka yang menulis tentang pembiayaan syari'ah yang biasanya terbatas pada jenis *syirkah* tertentu. *Musyarakah* merupakan akad bagi hasil ketika dua atau lebih pengusaha pemilik dana atau modal bekerja sama sebagai mitra usaha, membiayai investasi usaha baru atau yang sudah berjalan. Mitra usaha pemilik modal

berhak ikut serta dalam manajemen perusahaan, tetapi itu tidak merupakan keharusan. Antara pihak satu dengan yang lain dapat membagi pekerjaan mengelola usaha sesuai kesepakatan dan mereka juga dapat meminta gaji atau upah untuk tenaga atau keahlian yang mereka curahkan untuk usaha tersebut (Ascarya, 2008 : 51).

Menurut pendapat Imam Malik dan Imam Syafi'i, proporsi keuntungan dibagi di antara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad sesuai dengan proporsi modal yang disertakan.

Sementara itu, apabila terjadi kerugian akan ditanggung bersama sesuai dengan proporsi penyertaan modal masing-masing. Dapat diambil kesimpulan bahwa dalam *Musyarakah* keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan para pihak, sedangkan kerugian ditanggung bersama sesuai dengan proporsi penyertaan modal masing-masing pihak.

Penyertaan modal dari para mitra usaha harus berupa uang atau barang, barang yang dapat disertakan dalam modal adalah barang yang dapat diukur kualitas dan kuantitasnya sehingga dapat diganti jika ada kerusakan. Dapat diambil kesimpulan bahwa modal *Musyarakah* dapat berupa uang atau barang yang dinilai pada harga pasar saat perjanjian.

Musyarakah pada umumnya merupakan perjanjian yang berjalan terus sepanjang usaha yang dibiayai bersama terus beroperasi. Meskipun demikian, perjanjian *Musyarakah* dapat diakhiri dengan atau tanpa menutup usaha. Apabila usaha ditutup dan likuidasi, maka masing-masing mitra usaha mendapat hasil likuidasi aset sesuai nisbah penyertaannya. Apabila usaha terus berjalan, maka mitra usaha yang ingin mengakhiri perjanjian dapat menjual sahamnya ke mitra usaha yang lain dengan harga yang disepakati bersama.

3. *Qhard*

Pembiayaan berdasarkan prinsip syari'at Islam adalah penyediaan uang atau tagihan yang bisa dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara lembaga keuangan (BMT) dengan pihak lain yang

mewajibkan pihak yang dibiayai itu mengembalikan uang atau tagihan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan bagi hasil.

Al-Qardh dalam istilah fiqih secara bahasa berasal dari kata *al-Qard'* (potong). Harta yang diserahkan kepada orang yang berhutang dinamakan *Qardh*, sebab ia merupakan satu potongan dari harta yang memberi hutang (BMT).

Sedangkan secara istilah menurut Ulama Hanafi *Qardh* ialah pemberian harta *mitsly* (unitnya sama) oleh seseorang kepada seseorang lainnya, supaya dia membayarnya. Ungkapan lain suatu kontrak yang khusus mengenai penyerahan harta kepada seseorang supaya orang itu memulangkan kembali harta yang sama seperti di awal akad.

Al-Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan (Antonio, 2001 : 131).

Objek dari pinjaman *Qardh*, biasanya adalah uang atau alat tukar lainnya yang merupakan transaksi pinjaman murni tanpa upah ketika peminjam mendapatkan uang tunai dari pemilik dana (BMT) dan hanya wajib mengembalikan pokok utang pada waktu tertentu. Peminjam dapat mengembalikan lebih besar sebagai ucapan terimakasih.

D. Baitul Maal Wa Tamwil

1. Pengertian BMT

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) terdiri dari dua istilah yaitu *Baitul Maal* dan *Wattamwil*. *Baitul maal* lembaga keuangan yang usaha pokoknya yaitu menerima dan menyalurkan dana umat Islam yang berupa zakat, infak, dan sedekah. Sedangkan *Baitul Tamwil* sebagai lembaga keuangan Islam yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana pihak ketiga atau penabung dana (nasabah) dan memberikan pembiayaan kepada usaha-usaha yang produktif dan menguntungkan (Sudarsono, 2003 : 84).

BMT adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya *bayt al-mal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil dan

menengah dengan cara mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya (Djazuli & Dkk, 2002 : 183).

Selain merupakan lembaga pengelola dana masyarakat, memberikan pelayanan tabungan, pinjaman kredit atau pembiayaan, BMT juga dapat berfungsi mengelola dana sosial umat diantaranya menerima titipan dana zakat, infak, shadaqah dan wakaf. Semua produk pelayanan dan jasa BMT dilakukan menurut ketentuan syariah yakni prinsip bagi hasil (*profit and loss-sharing*) (Janwari, 2015 : 107).

2. Sejarah BMT di Indonesia

Latar belakang berdirinya BMT bersamaan dengan usaha pendirian Bank Syariah di Indonesia, yakni tepatnya pada tahun 1990an. BMT semakin berkembang semenjak pemerintah mengeluarkan kebijakan hukum ekonomi UU No. 7/1992 tentang Perbankan dan PP No. 72/1992 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan Bagi Hasil (Hasssan, 2004 : 28).

Pada saat bersamaan, Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) sangat aktif melakukan pengkajian intensif tentang pengembangan ekonomi islam di Indonesia. Dari berbagai penelitian dan pengkajian tersebut, maka terbentuklah BMT-BMT di Indonesia, ICMI berperan besar dalam mendorong pendirian BMT-BMT di Indonesia.

Beberapa organisasi masa (ORMAS) Islam seperti Nahdatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Persatuan Islam (Persis) dan ormas-ormas Islam lainnya mendukung upaya pengembangan BMT-BMT di seluruh Indonesia. Hal tersebut dilakukan untuk membangun sistem ekonomi Islam melalui pendirian lembaga-lembaga keuangan syariah.

Hasil positif mulai dirasakan oleh masyarakat terutama kalangan usaha kecil dan menengah, mereka banyak memanfaatkan pelayanan BMT yang kini tersebar luas di seluruh Indonesia. Hal ini dikarenakan mereka banyak memperoleh keuntungan dan kemudahan saat melakukan pembiayaan dibandingkan bank konvensional dan juga terhindar dari riba.

3. Ciri-ciri BMT

Sebagai lembaga keuangan yang mandiri, BMT memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Berorientasi bisnis, memiliki tujuan mencari laba bersama dan meningkatkan pemanfaatan segala potensi ekonomi yang sebanyak-banyaknya bagi para anggota dan lingkungannya.
- b. Bukan merupakan lembaga sosial, tetapi dapat dimanfaatkan untuk mengelola dana sosial umat seperti Zakat, Infak, Shadaqah, Hibah dan Wakaf.
- c. Lembaga ekonomi umat yang dibangun dari bawah secara swadaya yang melibatkan peran serta masyarakat di sekitarnya.
- d. Lembaga ekonomi milik bersama antara kalangan masyarakat menengah kebawah serta bukan milik perorangan atau kelompok tertentu di luar masyarakat sekitar BMT.

Selain memiliki ciri-ciri tersebut, BMT juga memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a. Staf dan karyawan BMT bertindak aktif dan dinamis, berpandangan positif dan produktif dalam menarik dan mengelola dana masyarakat.
- b. Kantor BMT buka setiap hari kerja dan ditunggu oleh sejumlah staf dan karyawan untuk memberikan pelayanan ke nasabah. Sebagian lainnya langsung terjun ke lapangan mencari nasabah, menarik dan menyalurkan dana kepada nasabah, monitoring dan melakukan supervisi.
- c. BMT memiliki komitmen melakukan pertemuan dengan semua komponen masyarakat di lapisan bawah melalui forum-forum pengajian, dakwah, pendidikan dan kegiatan sosial ekonomi lainnya.
- d. Manajemen dan operasional BMT dilakukan menurut pendekatan profesional dengan cara-cara islami.

4. Tujuan BMT

Dukungan masyarakat terhadap optimalisasi peran BMT sangat penting, sebab lembaga BMT didirikan dari, oleh dan untuk masyarakat.

Segala ide dasar dan tujuan dari didirikannya BMT antara lain adalah untuk kepentingan masyarakat itu sendiri dan dilakukan secara swadaya dan berkesinambungan (Januari, 2015 : 108).

Jika dilihat dalam kerangka sistem ekonomi Islam, tujuan BMT dapat berperan melakukan hal-hal berikut :

- a. Membantu meningkatkan dan mengembangkan potensi umat dalam program pengentasan kemiskinan.
- b. Memberikan sumbangan aktif terhadap upaya pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan umat.
- c. Menciptakan sumber pembiayaan dan penyediaan modal bagi anggota dengan prinsip syariah.
- d. Mengembangkan sikap hemat dan mendorong kegiatan gemar menabung.
- e. Menumbuhkembangkan usaha-usaha yang produktif dan sekaligus memberikan bimbingan dan konsultasi bagi anggota di bidang usahanya.
- f. Meningkatkan wawasan dan kesadaran umat tentang sistem dan pola perekonomian Islam.
- g. Membantu para pengusaha lemah untuk mendapatkan modal pinjaman.
- h. Menjadi lembaga keuangan alternatif yang dapat menopang percepatan pertumbuhan ekonomi nasional.

Karena itu peran kelembagaan BMT hanya dapat dibangun apabila BMT dan masyarakat dapat bekerja sama secara aktif, khususnya keterlibatan kalangan usaha kecil dan menengah yang sekaligus menjadi mitra usaha utama lembaga BMT. Dengan demikian BMT dapat mengambil bagian dalam upaya pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Langkah kongkrit yang dapat dilakukan oleh BMT adalah mendorong masyarakat miskin, usaha kecil dan menengah untuk mengembangkan berbagai kegiatan wirausaha (*entrepreneurship*). Wirausaha merupakan suatu bentuk kegiatan bisnis yang berpangkal kepada semangat

mengembangkan usaha secara mandiri (Alma, 2000 : 3). Salah satu indikator penting keberhasilan seseorang dalam berwirausaha antara lain dapat diukur dari sejauh mana seseorang mampu mengembangkan usaha bisnis yang digeluti serta tingkat pencapaian tujuan yang dikehendaki.

E. Penelitian yang Relevan

Berdasarkan pencarian yang penulis lakukan, ditemukan beberapa tulisan yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain yaitu :

1. Skripsi “Faktor yang Mempengaruhi Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Umum Syariah Non Devisa di Indonesia” oleh Citra Dwi Ardiani, Mahasiswi dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen adalah pembiayaan *Murabahah* sedangkan variabel independen adalah *capital adequacy ratio*, dana pihak ketiga, *financing to deposit ratio*, *non performing financing*, dan *return on asset*.

Adapun perbedaan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti dengan penelitian relevan di atas adalah penelitian ini membahas tentang *capital adequacy ratio*, dana pihak ketiga, *financing to deposit ratio*, *non performing financing*, dan *return on asset*, sedangkan penelitian yang ingin peneliti laksanakan adalah membahas tentang faktor internal dan faktor eksternal yang menyebabkan menurunnya pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

2. Skripsi “analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembiayaan *Murabahah Ba’I Bitsaman Ajil*” (studi kasus : BMT Bina Umat Mandiri di kota Tegal) oleh Asep Syawaludin, Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang tamat tahun 2014. Dengan rumusan masalah :
 - a. Bagaimana karakteristik pembiayaan *Murabahah Bitsaman Ajil* di BMT Bina Umat Mandiri ?
 - b. Bagaimana agunan berpengaruh terhadap pembiayaan *Murabahah Bitsaman Ajil* di BMT Bina Umat Mandiri ?

- c. Bagaimana margin berpengaruh terhadap pembiayaan *Murabahah Bitsaman Ajil* di BMT Bina Umat Mandiri ?
- d. Bagaimana jarak berpengaruh terhadap pembiayaan *Murabahah Bitsaman Ajil* di BMT Bina Umat Mandiri ?

Adapun perbedaan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti dengan penelitian relevan di atas adalah penelitian ini membahas tentang karakteristik pembiayaan *Murabahah Bitsaman Ajil*, pengaruh agunan pada pembiayaan *Murabahah Bitsaman Ajil*, pengaruh margin pada pembiayaan *Murabahah Bitsaman Ajil*, pengaruh jarak pada pembiayaan *Murabahah Bitsaman Ajil*. Sedangkan penelitian yang ingin peneliti laksanakan adalah membahas tentang faktor internal dan faktor eksternal yang menyebabkan menurunnya pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

3. Skripsi “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembiayaan *Murabahah* pada Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2013-2018” oleh Siti Istiqomah, Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung tamat tahun 2019. Dengan rumusan masalah :
 - a. Bagaimana pengaruh *Financing to Deposit Ratio* (FDR) terhadap pembiayaan *Murabahah* pada Perbankan Syariah di Indonesia (Periode 2013-2018) ?
 - b. Bagaimana pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap pembiayaan *Murabahah* pada Perbankan Syariah di Indonesia (Periode 2013-2018) ?
 - c. Bagaimana pengaruh Inflasi terhadap pembiayaan *Murabahah* pada Perbankan Syariah di Indonesia (Periode 2013-2018) ?
 - d. Bagaimana pengaruh Sertifikat Bank Indonesia Syariah (SBIS) terhadap pembiayaan *Murabahah* pada Perbankan Syariah di Indonesia (Periode 2013-2018) ?

Adapun perbedaan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti dengan penelitian relevan di atas adalah penelitian ini membahas tentang pengaruh *Financing to Deposit Ratio* (FDR) terhadap pembiayaan *Murabahah*,

pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap pembiayaan *Murabahah*, pengaruh Inflasi terhadap pembiayaan *Murabahah*, pengaruh Sertifikat Bank Indonesia Syariah (SBIS) terhadap pembiayaan *Murabahah*. Sedangkan penelitian yang ingin peneliti laksanakan adalah membahas tentang faktor internal dan faktor eksternal yang menyebabkan menurunnya pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan analisis deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan suatu gejala, peristiwa dan kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat Padang.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian yaitu pada BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat. Waktu penelitian terhitung dari bulan Februari 2020 s/d bulan Juni 2020.

Tabel 3.1 rancangan waktu penelitian

Kegiatan	Feb				Mar				Apr				Mei				Juni				Juli				Agus				Sep			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observasi awal	■	■																														
Bimbingn proposal			■	■	■	■	■	■																								
Seminar proposal											■	■																				
Revisi proposal											■	■	■	■																		
Penelitian													■	■																		
Mengolah data															■	■																
Bimbingan penelitian																	■	■														
Munaqasah																			■	■												

C. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi instrumen utama atau kunci adalah peneliti sendiri. Instrumen pendukung yaitu pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan dan instrumen yang menunjang kelengkapan yaitu buku catatan, kamera, perekam suara atau *tape recorder*.

D. Sumber Data

Adapun sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah Pimpinan Cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Cabang Bandar Buat Padang yang dapat memberikan data dan informasi-informasi mengenai permasalahan yang diteliti, kemudian *Account officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

2. Sumber Data sekunder

Sumber data sekunder dari penelitian ini adalah data yang didapatkan dari website BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat, arsip-arsip yang berkaitan dengan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data terkait dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data berbentuk pengajuan pertanyaan secara lisan, dan pertanyaan yang diajukan dalam wawancara itu lebih dipersiapkan secara tuntas, dilengkapi dengan instrumennya. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan pihak BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat, Pimpinan cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dan *Account officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini berbentuk seperti foto, surat, SOP, laporan tahunan, brosur, SK, dan arsip-arsip yang berkaitan dengan penelitian pada BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

F. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu mengumpulkan, menyusun, mengklarifikasi data yang diperoleh kemudian diinterpretasikan sehingga memberikan informasi-informasi yang lengkap tentang faktor-faktor yang menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

G. Teknik penjamin keabsahan data

Teknik penjamin keabsahan data dalam penelitian ini yang peneliti gunakan adalah triangulasi sumber. Teknik triangulasi sumber dalam penelitian ini berguna untuk menguji kredibilitas atau kepercayaan data kepada beberapa narasumber dengan wawancara, lalu menyesuaikan dan melihat pada dokumentasi.

Dalam teknik penjamin keabsahan data peneliti melakukan dengan cara kualitatif, peneliti melakukan wawancara dengan Pimpinan Cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat, wawancara dengan *Account officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat yang disertai dengan panduan wawancara dan di cap basah oleh Pimpinan Cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat, dan wawancara dengan nasabah BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah BMT Taqwa Muhammadiyah

BMT Taqwa Muhammadiyah Padang didirikan pada tanggal 9 September 1996. BMT Taqwa Muhammadiyah Padang mulai beroperasi dengan modal awal sebesar Rp. 2.701.000,- (dua juta tujuh ratus satu ribu rupiah) dengan fasilitas kantor di lingkungan Masjid Taqwa Muhammadiyah jalan Bundo Kandung No.1 Padang dengan perlengkapan seadanya yang dipersiapkan oleh badan pendiri yaitu Majelis Ekonomi Muhammadiyah Sumatera Barat. Awal mula berdirinya BMT ini di prakarsai oleh Bapak Drs. H. Moh Zen Gomo beserta 4 orang temannya. Pada saat itu ketentuan modal awal untuk mendirikan BMT masih Rp.2.000.000-Rp.5.000.000. Untuk mendirikan BMT dibutuhkan minimal 20 orang anggota pendiri, oleh karena itu Pak Zen beserta teman-temannya mengumpulkan 15 orang yang bersedia menjadi pendiri BMT. Kemudian para pemrakarsa membentuk Panitia Penyiapan Pendirian BMT, lalu panitia yang telah dipilih mencari modal awal untuk mendirikan BMT. Modal awal ini berasal dari perorangan, lembaga, yayasan, BAZIS, Pemda atau sumber lainnya. Dari 20 orang pendiri tadi maka dipilih sebanyak 5 orang yang akan mewakili pendirian ke PINBUK (Dokumentasi BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat).

Kemudian panitia merekrut calon pengelola dan mengikutkan pelatihan serta magang dengan menghubungi PINBUK, lalu melaksanakan persiapan sarana kantor dan perangkat administrasi atau *form-form* yang diperlukan, setelah semuanya selesai BMT mulai menjalankan operasional bisnis BMT.

2. Visi dan misi BMT Taqwa Muhammadiyah

a. Visi

Menjadi lembaga keuangan islam yang ikut menunjang dan memajukan perekonomian ummat, sehingga menjadi lembaga yang dapat dipercaya masyarakat dan tumbuh sebagai lembaga yang menjawab tantangan perekonomian nasional khususnya ekonomi mikro dalam mengentas kemiskinan.

b. Misi

Mampu mengangkat kesejahteraan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya dan mendapatkan tambahan modal kerja usaha, dengan landasan misi gerakan islam dan dakwah yang mempunyai maksud dan tujuan untuk menegakan dan menjunjung tinggi agama islam serta terwujud masyarakat islam yang sebenarnya yang berkeadilan dan memperoleh kesejahteraan.

Berdasarkan visi dan misi tersebut, maka BMT Taqwa Muhammadiyah Padang membantu masyarakat dalam membangun dan mengembangkan potensi di bidang ekonomi. Sehingga pelaku usaha kecil mikro mampu meningkatkan kualitas usahanya dan memperoleh kesejahteraan keluarga dari hasil usaha yang dicapai, diantara tujuan yang dijalankan tersebut sebagi berikut :

- 1) Meningkatkan dan mengembangkan ekonomi ummat, khususnya masyarakat usaha kecil dan menengah.
- 2) Membebaskan ummat islam dari cengkeraman rentenir dan dari pinjaman bunga ber bunga.
- 3) Meningkatkan produktivitas usaha dengan pemberian pembiayaan kepada pengusaha kecil dan menengah yang membutuhkan dana.
- 4) Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha disamping meningkatkan penghasilan ummat (Dokumentasi BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat).

3. Produk BMT Taqwa Muhammadiyah Padang

a. Penghimpunan dana

1) Simpanan dengan Aqad *Al-Mudharabah*

Penabung memiliki motivasi untuk memperoleh keuntungan dari tabungannya dengan cara bagi hasil dengan nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan kesepakatan BMT dengan nasabah dan penabung tidak dikenakan biaya administrasi dan potongan perbulan. Adapun produk dari penghimpunan dana adalah:

a) Simpanan *Mudharabah*

(1) Tabungan *Mudharabah*

Simpanan yang mana penabung dapat melakukan setoran dan penarikan setiap saat dengan penyetoran awal Rp. 10.000,- dan setoran minimal Rp.10.000,-.

(2) Simpanan Pendidikan

Simpanan yang mana penyetoran awal Rp. 10.000,- setoran berikutnya minimal Rp. 10.000,- dan penarikan dapat dilakukan setiap awal atau akhir Semester.

(3) Simpanan *Qurban*.

Simpanan yang mana penarikannya hanya dapat dilakukan menjelang pemesanan *Qurban*.

(4) Simpanan *Walimah*

Simpanan yang mana si penabung berniat akan mengambil di saat akan mengadakan *walimah*.

(5) Simpanan Haji

Simpanan yang mana penabung berniat akan mengambil dananya di saat akan mendaftar untuk berangkat haji.

(6) Simpanan Perumahan

Simpanan yang mana penabung berniat mengambil dananya di saat akan membeli rumah atau uang muka dalam pembelian rumah.

(7) Simpanan Pembiayaan.

Simpanan apabila nasabah yang mendapatkan pinjaman dari BMT Taqwa Muhammadiyah wajib menyetorkan 1.25% dari plafon pinjaman yang diperoleh. Simpanan ini dapat diambil saat pinjaman nasabah telah lunas.

b) Simpanan *Mudharabah* Berjangka (Deposito)

Simpanan yang mana penabung menyimpan dananya dalam bentuk Deposito 1, 3, 6, dan 12 bulan dengan nisbah bagi hasil berdasarkan kesepakatan.

b. Penyaluran dana

Penyaluran dana BMT Taqwa Muhammadiyah kepada nasabah terdiri atas empat jenis yaitu:

1) Jual beli dengan sistem *Murabahah*

Pembiayaan yang diberikan dari harga pokok ditambah keuntungan (*margin*) yang telah disepakati antara BMT dengan nasabah. Pengembalian dilakukan dengan angsuran *margin* setiap bulannya dan pokok dibayar waktu pinjaman jatuh tempo.

2) Jual beli dengan sistem *Bai Bitsaman Ajil* (BBA)

Pembiayaan yang diberikan dari harga pokok ditambah keuntungan (*margin*) yang telah disepakati antara BMT dengan nasabah. Pengembalian dilakukan dengan angsuran pokok ditambah *margin* setiap bulannya.

3) Pembiayaan non profit yang merupakan pembiayaan yang bersifat sosial dan non komersial nasabah cukup mengembalikan pokok pinjamannya saja (*Qardhul Hasan*) (Dokumentasi BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat).

4. Landasan Hukum BMT Taqwa Muhammadiyah Padang

BMT Taqwa Muhammadiyah Padang merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang berbadan hukum koperasi dengan pola Syariah. Dasar pendirian BMT Taqwa Muhammadiyah Padang adalah :

- a. Undang-undang RI No.25 tahun 1992 tentang Perkoperasian yang isinya adalah koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.
- b. Keputusan Menteri Koperasi RI No.16/Per/M.KUKM/IX/2015 tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam dan pembiayaan syariah oleh koperasi.
- c. Al-Quran surat Al-Jum'ah ayat 10.
- d. Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 282 (Dokumentasi BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat).

5. Struktur Organisasi BMT Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat

a. Dewan Pengawas

- | | |
|---------|--|
| Ketua | : Dr. H. Yuskar Dt. Paduko Bagindo, SE. MA |
| Anggota | : Yayan Adi Saputra, SE |
| | : Irwan Toni, SH.I |

b. Dewan Pengurus

- | | |
|------------------|-----------------------------------|
| Ketua | : Prof. Dasman Lanin, M.Pd., Ph.D |
| Wakil | : Amora Lubis, S.Sos |
| Sekretaris | : Murisal, S.Ag.M.Pd |
| Wakil Sekretaris | : Dr. Bakhtiar, M.Ag |
| Bendahara | : Drs. H. Yuzardi Ma'ad, Lc |

c. Pengelola Pusat

- | | |
|----------------------|-------------------------|
| Manager BMT | : Abrar, SE |
| Pengawas Internal | : Nofembli. S, SE |
| 1) Kadiv Marketing | : Ulil Amri, SE |
| Staf | : Edwin, SH |
| | : Zulfahmi SH.I |
| 2) Kadiv Operasional | : Agus Fitri, SE |
| Staf | : Afsyura Novrianti, SH |
| | : Fitri Astuti S.Pd |

- d. Cabang Pasar Raya
- | | |
|-----------------|---------------------------|
| Kepala Cabang | : Ismail Putra, SE |
| Teller | : Rita Kasmawati, S.Psi.I |
| Adm. Keuangan | : Diana Eka Putri, A. Md |
| Account Officer | : Asriyal, A.M |
| | : Putra Ahafiz, SE |
| Marketing | : Triksi Friscillia A.Md |
| | : Fika Rahmayani SE.I |
| | : Putri Sintia S.Pd |
- e. Cabang Bandar Buat
- | | |
|-----------------|-------------------------|
| Kepala Cabang | : Fazat Rafi'ah, SE |
| Account Officer | : Guschandra, SE |
| | : Husnul Riyadi, A.Md |
| Teller | : Yunita Witriani, A.Md |
| Marketing Dana | : Retni, SE |
| | : Gabema, SE |
- f. Cabang Lubuk Buaya
- | | |
|-----------------|------------------------|
| Kepala Cabang | : Ihsan Candra, SE, MM |
| Account Officer | : Ade Surya Putra, SE |
| | : Fauzul Hamdi A.Md |
| Teller | : Elvi Enita, S.Kom |
| Marketing Dana | : Verawati, SE |
| | : Mainila Erlina A.Md |
- g. Cabang Siteba
- | | |
|-----------------|------------------------|
| Kepala Cabang | : Ihsan Candra, SE, MM |
| Account Officer | : Al Kadri, S. Pdi |
| Teller | : Susi Harmi, A.Md |
| Marketing Dana | : Nurhidayati, S Pd |
| | : Lusi Sepriyati A.Md |

- h. Cabang Alai
 - Kepala Cabang : Ismail Putra, SE
 - Account Officer : Hamdanil Fajri, SE
 - Teller : Tresma Edayu Arni, SE
 - Marketing Dana : Novi Yarni, A. Md
- i. Cabang Belimbing
 - Kepala Cabang : Fazat Rafi'ah, SE
 - Account Officer : Addahri, SH
 - Teller : Nike Dewi Novita A,Md
 - Marketing : Febriza Ningsih, S.Si
- j. Cabang Sungai Rumbai
 - Kepala Cabang : Syukrita, SE
 - Account Officer : Genta Prayuda, ST
 - Teller : Syukrita, SE
 - Marketing Dana : Ismail (dokumentasi BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat).

B. Faktor Internal yang Menyebabkan Menurunnya Jumlah Pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat

1. Pemasaran

a. Produk (*Product*)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Pimpinan Cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat menjelaskan “Pengurus Pusat BMT Taqwa Muhammadiyah Padang dalam membuat produk pembiayaan *Murabahah* sudah sesuai dengan syariat Islam, dan telah sesuai dengan kriteria pembuatan produk seperti kualitas produk, gaya dan desain produk, merek, kemasan, label produk, dan pelayanan pendukung produk.” (Fazat Rafi'ah, Wawancara Penelitian, 9 Juni 2020).

Pembuatan produk *Murabahah* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang sudah memenuhi kriteria dan sesuai syariat Islam, kriteria dalam pembuatan produk menurut Islam adalah :

- 1) Membuat produk dengan mengharapkan keridhoan Allah SWT dan menjunjung tinggi prinsip kejujuran, amanah, dan kebersamaan.
- 2) Berproduksi berdasarkan asas manfaat dan kemaslahatan umat.
- 3) Menghindari praktek produksi haram dan riba.

Kriteria atau bagian-bagian yang menjadi proses dalam pembuatan produk pembiayaan *Murabahah* oleh BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat yaitu :

1) Merek

Merek produk pembiayaan BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat adalah pembiayaan *Murabahah*

2) Kualitas produk

Kualitas produk pembiayaan *Murabahah* merupakan hal yang berkaitan langsung dengan kepuasan nasabah. Kualitas produk yang baik bisa membuat nasabah puas dan penjualan produk *Murabahah* akan meningkat, apabila kualitas produk tersebut buruk maka nasabah akan merasa tidak puas, sehingga nasabah lebih memilih produk lain yang kualitasnya lebih baik dari pembiayaan *Murabahah*.

3) Logo/label

pembiayaan *Murabahah*, dalam pembuatan produk *Murabahah* BMT tidak memakai logo khusus, hanya memakai logo BMT Taqwa Muhammadiyah Padang.

4) Kemasan

Kemasan merupakan pembungkus atau wadah yang disiapkan untuk pelindung produk saat penjualan atau pendistribusian produk. Fitur produk pembiayaan *Murabahah* adalah pengembangan atau pembeda pada suatu produk, sehingga memberikan nilai tambah pada produk tersebut. Fitur produk pembiayaan *Murabahah* seperti

pemberian jaminan atau asuransi kecelakaan, apabila nasabah pembiayaan meninggal maka pembiayaannya tersebut akan dihilangkan, karena saat akad diberikan fitur asuransi kecelakaan kepada nasabah.

Desain produk *Murabahah* merupakan kegiatan dalam membuat atau mengemas produk agar lebih menarik di mata nasabah dibandingkan produk lain yang serupa. Desain produk seperti pemberian merek, label, dan kemasan yang mencakup semua informasi pembiayaan *Murabahah* tersebut.

5) Pelayanan pendukung

BMT dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah pembiayaan *Murabahah* bersikap sopan dan cepat, sehingga nasabah merasa nyaman dan tidak menunggu lama saat pemrosesan data dan lain-lainnya.

BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat memberikan pelayanan informasi. Seperti informasi tentang syarat-syarat pembiayaan *Murabahah* seperti :

- a) Mengisi formulir
- b) Mempunyai usaha
- c) Foto copy KTP suami istri
- d) Foto copy kartu keluarga
- e) Foto copy surat nikah
- f) Jaminan, BPKB atau sertifikat tanah

BMT juga memberikan informasi nomor kontak yang bisa di hubungi yaitu :

- a) Fazat Rafi'ah : 085263199202
- b) Hamdani Fajri : 081374303348
- c) Guschandra: 085274010391

BMT juga memberikan daftar table pembiayaan produk yang ada di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat,

seperti contoh berapa *Platform* nasabah meminjam, berapa jangka waktu mereka meminjam, dan berapa angsuran yang akan nasabah bayar setiap bulannya.

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa produk tidak menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

b. Harga (*price*)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Pimpinan Cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat, dalam penetapan harga pimpinan cabang menjelaskan “Pengurus Pusat BMT Taqwa Muhammadiyah Padang sudah menyesuaikan dengan modal dan keadaan ekonomi masyarakat dan telah disesuaikan dengan *margin* yang diharapkan BMT” (Fazat Rafi’ah, Wawancara Penelitian, 9 Juni 2020).

BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dalam menetapkan harga kepada pembeli dengan mempertimbangkan beberapa hal yaitu :

1) Biaya Operasional

Biaya operasional yang akan dikeluarkan oleh BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat termasuk ke dalam penetapan harga, karena modal merupakan pengeluaran yang akan dikeluarkan oleh BMT setiap harinya.

2) Daya Beli

Daya beli masyarakat merupakan standar BMT dalam menetapkan harga, karena jika harga lebih tinggi dari daya beli masyarakat akan menyebabkan masyarakat tidak mampu untuk melakukan pembiayaan.

3) Bonus & Discount

Untuk menarik minat nasabah BMT Taqwa memberikan kemudahan kepada masyarakat, seperti dalam proses pembiayaan yang barang jaminannya itu liquid seperti emas, maka proses pencairan pembiayaannya dapat dilakukan dalam waktu yang singkat. Kepada nasabah yang memiliki tabungan deposito, jika mereka ingin mengajukan pembiayaan maka pihak BMT akan memberikan kemudahan dalam pemrosesan data, dan deposito nasabah tadi bisa langsung dijadikan jaminan untuk pembiayaan tersebut.

Margin yang ditetapkan oleh Pengurus Pusat BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat adalah 2%. *Margin* pembiayaan *Murabahah* di BMT merupakan *margin* tetap, berapapun nasabah meminjam atau melakukan pembiayaan, *margin* yang akan diambil BMT ialah 2% setiap bulannya.

Berdasarkan data dan hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat di atas, maka dapat penulis jelaskan bahwa penetapan harga pada BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat telah menyesuaikan dengan ekonomi masyarakat Bandar Buat dan juga telah memperhitungkan dengan baik *margin* yang ingin di capai, dan penulis juga menyimpulkan harga tidak menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

c. Tempat (*Place*)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Pimpinan Cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dalam pemilihan tempat sudah sangat strategis yaitu berada tepat di depan pasar Bandar Buat, tetapi terdapat permasalahan pada lahan parkir. Pimpinan Cabang juga menuturkan “lahan parkir menjadi kendala BMT Taqwa cabang Bandar Buat saat ini, karena berada tepat di pinggir jalan Raya Bandar Buat sehingga lahan parkir yang dimiliki BMT sangatlah

kecil, ini sudah disampaikan kepada pengurus pusat dan akan di tindak lanjuti dalam waktu dekat” (Fazat Rafi’ah, Wawancara Penelitian, 9 Juni 2020).

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa pemilihan tempat BMT Taqwa cabang Bandar Buat sangat strategis yaitu berada tepat di depan pasar Raya Bandar Buat, dan berada di pusat keramaian sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat. Akan tetapi, nasabah BMT mengalami kesulitan dalam memarkirkan kendaraannya, karena lokasi BMT berada di pinggiran jalan Raya Bandar Buat. Sehingga, bagi nasabah yang ingin datang langsung ke BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Bandar Buat mereka kesusahan dalam memarkirkan kendaraannya dan menurut penulis ini hanya permasalahan lahan parkir dan tidak berimbas langsung kepada menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Bandar Buat.

d. Promosi (*Promotion*)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Pimpinan Cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat “dalam melakukan promosi pihak BMT sudah melakukan dengan cara membagikan brosur-brosur pembiayaan kepada masyarakat Bandar Buat, *Account Officer* yang turun langsung ke lapangan mencari nasabah, dan kegiatan promosi penjualan lainnya seperti pemberian kalender yang berisikan informasi tentang BMT dan produk-produk yang ada di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat” (Fazat Rafi’ah, Wawancara Penelitian, 9 Juni 2020).

Kegiatan promosi dilakukan dengan cara sebagai berikut :

(1) Periklanan

Periklanan yang dilakukan oleh BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat adalah melalui penyebaran brosur. Brosur yang telah di cetak kemudian di bagikan kepada masyarakat sekitar BMT dan juga kepada masyarakat yang berada di

lingkungan pasar Bandar Buat, dan penempelan pada mading atau papan pengumuman.

(2) Penjualan pribadi

Penjualan pribadi yang dilakukan oleh karyawan BMT Taqwa Muhammadiyah merupakan bagian dari promosi. BMT Taqwa dalam melakukan penjualan pribadi lebih banyak yang bertugas adalah *Marketing* dan *Account Officer* untuk penjualan produknya karena *Account Officer* dapat bertemu langsung dengan nasabah dan ada juga nasabah yang datang langsung ke BMT Taqwa. Dengan demikian apabila calon nasabah mengalami kesulitan-kesulitan atau belum mengerti dengan keberadaan produk tersebut, maka *Account Officer* atau *marketing* langsung dapat memberikan penjelasan tentang produk tersebut.

Account Officer juga dapat langsung mengetahui apakah calon nasabah membeli atau menolak penjualan yang dilakukan. Kewajiban *marketing* atau *Account Officer* kepada calon nasabah yaitu :

- a) Menerangkan manfaat produk dengan jelas dan benar.
- b) Menyarankan untuk mengambil produk sesuai dengan kebutuhan.
- c) Menyakinkan bahwa sudah memahami semua keterangan yang diberikan sesuai dengan kondisi sebenarnya, sehingga apabila tidak benar dapat membatalkan kontrak (Fazat Rafi'ah, Wawancara Penelitian, 9 Juni 2020).

(3) Promosi penjualan

Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan BMT bertujuan meningkatkan penjualan, dengan cara mempengaruhi pasar sasaran. Kegiatan ini dilakukan BMT dengan cara menempelkan brosur atau pemberitaan lainnya di papan mading atau tempat-tempat yang mudah dibaca oleh nasabah pada saat datang ke BMT untuk lebih menarik perhatian perlu ditingkatkan pemilihan warna, kata-kata

yang lebih menarik. BMT juga memberikan kenang-kenangan yang berlogo BMT, seperti buku agenda, kalender dan lain-lainnya, sehingga nasabah tertarik dengan pembiayaan tersebut.

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa dari segi pemasaran secara keseluruhan tidak merupakan faktor penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*, hanya terkendala lahan parkir yang tidak berimbas langsung kepada menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

2. Penerapan Analisis 5C

a. Karakter (*Character*)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan *Account Officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dalam menilai karakter nasabah pembiayaan *Murabahah* kita harus selektif, *Account Officer* juga menuturkan “hal-hal yang menjadi penilaian BMT terhadap karakter nasabah ialah sifat nasabah, kepribadian dan integritas calon nasabah pembiayaan dengan tujuan untuk mengetahui kemauan dan komitmen nasabah untuk memenuhi kewajibannya” (Guschandra, Wawancara Penelitian, 8 Juni 2020).

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dalam menilai karakter nasabah melakukan dengan selektif, dan menilai kemauan dan komitmen nasabah untuk memenuhi kewajibannya. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka semakin selektif dan telitinya BMT dalam menilai karakter nasabah menjadi faktor penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*.

b. Kapasitas (*Capacity*)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan *Account Officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dalam menilai kapasitas nasabah kita harus menilai dengan teliti. *Account Officer* juga menuturkan “terkadang nasabah kapasitasnya mencukupi tetapi nasabah

tersebut memiliki tanggungan lain seperti arisan daging di pasar dan itu harus di data, ini akan menjadi pedoman kita dalam memberikan pembiayaan, agar nantinya tidak memberatkan nasabah dalam pembayaran angsurannya perbulan” (Guschandra, Wawancara Penelitian, 8 Juni 2020).

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa BMT dalam menganalisa kapasitas nasabah sudah sesuai dengan teori yang ada, yaitu bertujuan untuk mengetahui dan memahami kemampuan seorang nasabah dalam menjalankan usahanya dan untuk mengetahui kemampuan nasabah dalam memenuhi semua kewajibannya termasuk pengembalian pembiayaan. Penilaian ini bertujuan agar saat pembiayaan berjalan tidak terjadi kemacetan pembayaran angsuran oleh nasabah.

c. Modal (*Capital*)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan *Account Officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dalam menilai modal nasabah, BMT melakukannya sesuai dengan prosedur dan telah mempertimbangkan tingkat ekonomi nasabah agar terhindar dari kemacetan pembayaran angsuran. *Account Officer* juga menuturkan “kita harus menilai dengan teliti apakah nasabah ini ekonominya mencukupi dan kita juga harus membatasi sesuai kemampuan nasabah membayar angsuran perbulannya, ini dilakukan untuk menghindari kemacetan pembayaran angsuran” (Guschandra, Wawancara Penelitian, 8 Juni 2020).

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa modal sangat diperlukan dalam melakukan sebuah usaha, analisa ini diarahkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat modal yang dimiliki nasabah dan keyakinan nasabah dalam menjalankan usahanya. Melalui analisa ini pihak lembaga keuangan (BMT) dapat membatasi jumlah pemberian pembiayaan kepada nasabah, sehingga pihak lembaga keuangan (BMT) dapat terhindar dari kegagalan pelunasan pembiayaan.

d. Kondisi (*Condition*)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan *Account Officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dalam menilai kondisi nasabah, *Account Officer* menuturkan “kita harus menilai prospek usaha nasabah ke depannya dan juga membandingkan dengan usaha lain yang sejenis dengan nasabah, apakah prospeknya bagus dan bisa berkembang jika berikan pembiayaan” (Guschandra, Wawancara Penelitian, 8 Juni 2020). Analisa ini diarahkan pada kondisi yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan oleh nasabah. Hal ini perlu dilakukan karena suatu lembaga keuangan yang bergerak di bidang perekonomian dan perdagangan harus memperhatikan bagaimana kemungkinan yang timbul selama akad pembiayaan.

e. Jaminan (*Collateral*)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan *Account Officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat “dalam menilai jaminan nasabah *Account Officer* mendata surat-surat kepemilikan nasabah, kemudian mengukur dan memperkirakan stabilitas harga jaminan nasabah, dan rasio jaminan terhadap jumlah pembiayaan nasabah” (Guschandra, Wawancara Penelitian, 8 Juni 2020).

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa dari segi penerapan analisis 5C semakin ketat dan telitinya BMT menganalisa merupakan penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*, dalam menganalisa banyaknya calon nasabah yang tidak memenuhi kriteria sehingga tidak bisa diberikan pinjaman. Jadi, secara keseluruhan ketat dan telitinya analisa 5C yang dilakukan BMT menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* yang diberikan kepada nasabah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

3. *Monitoring*

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan *Account Officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dalam *monitoring* data atau berkas sudah diterapkan. Tanggal 1 sampai 20 setiap bulannya merupakan tanggal pencairan, sedangkan tanggal 21 sampai akhir bulan merupakan tanggal untuk *monitoring* pembiayaan.

Karyawan BMT yang melakukan kegiatan *monitoring* adalah *Account Officer*, seperti yang dijelaskan oleh *Account Officer* ”dalam *monitoring* saya sendiri yang melakukannya, biasanya dilakukan dengan 2 cara. Pertama ialah dengan menelfon nasabah dan kedua ialah melakukan kunjungan langsung kepada nasabah. Hal yang menjadi penghalang dalam kegiatan *monitoring* adalah kurang kooperatifnya nasabah, terkadang mereka sengaja tidak mengangkat telfon dan apabila kami melakukan kunjungan mereka tidak berada di tempat sehingga kegiatan *monitoring* tidak bisa dilakukan” (Guschandra, Wawancara Penelitian, 8 Juni 2020).

Kegiatan *monitoring* yang dilakukan oleh *Account Officer* terdiri dari dua macam :

- a. Kegiatan *monitoring* aktif, kegiatan *monitoring* aktif adalah kegiatan *monitoring* dengan cara melakukan kunjungan langsung ke tempat usaha nasabah ataupun langsung berkomunikasi dengan nasabah melalui telfon seluler.
- b. Kegiatan *monitoring* pasif, kegiatan *monitoring* pasif adalah kegiatan *monitoring* tanpa melakukan komunikasi langsung dengan nasabah, kegiatan ini biasanya dilakukan dengan cara mencek riwayat pembayaran angsuran nasabah setiap bulannya.

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa *Monitoring* telah dilakukan sesuai dengan teori dan tidak menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat, hanya terkendala kurang

kooperatifnya nasabah seperti saat di telfon nasabah tidak menjawab dan saat melakukan kunjungan nasabah tidak berada di tempat.

4. *Standard Operating Procedure (SOP)*

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Pimpinan cabang BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Bandar Buat dalam penerapan SOP, Pimpinan Cabang menuturkan ”kalau soal SOP wajib dilakukan. Terjadi kendala atau tidak, kita harus selalu menjalankan SOP, jika SOP tidak dilaksanakan maka kita tidak bisa melakukan kegiatan operasional” (Fazat Rafi’ah, Wawancara Penelitian, 9 Juni 2020).

Standard Operating Procedure (SOP) yang dipakai oleh BMT dalam pembiayaan *Murabahah* adalah :

- a. Pada saat calon nasabah datang ke BMT, pihak BMT akan secara ramah melayani calon nasabah, memberikan informasi mengenai pembiayaan atau terkait dengan informasi yang ingin ditanyakan calon nasabah tersebut.
- b. Kemudian BMT juga memberikan brosur pembiayaan kepada nasabah untuk bahan bacaan serta tabel daftar *platform* pengajuan pembiayaan.
- c. Setelah diberikan informasi, jika nasabah tertarik maka BMT akan memberikan lembaran data diri atau lembaran pengajuan permohonan yang harus di isi oleh calon nasabah tersebut.
- d. Setelah nasabah selesai mengisi formulir permohonan tersebut, maka data tadi akan di olah oleh bagian *Account Officer*.
- e. Setelah selesai mengolah data, apabila permohonan nasabah tersebut memenuhi syarat, maka *Account Officer* akan melakukan kunjungan ke tempat calon nasabah untuk menganalisa nasabah, apabila permohonan nasabah tersebut tidak memenuhi syarat, maka BMT akan langsung memberikan informasi kepada calon nasabah bahwa permohonan yang calon nasabah berikan tidak bisa di proses oleh pihak BMT.

- f. Selanjutnya *Account Officer* akan memberikan data hasil analisisnya tersebut kepada Pimpinan Cabang, dan Pimpinan Cabang yang menentukan apakah calon nasabah tersebut dapat diberikan pembiayaan atau tidak.
- g. Apabila setuju maka akan lanjut kepada pemrosesan akad, calon nasabah akan datang ke BMT membawa semua berkas yang di perlukan, dan terjadi akad.
- h. Saat proses pencairan dana, nasabah tadi akan langsung berurusan dengan *Teller*. *Teller* akan mencairkan dana sesuai dengan akad dan persetujuan dari Pimpinan Cabang.
- i. Setiap bulannya setelah terjadi pengikatan melalui akad, *Account Officer* akan melakukan *monitoring* terhadap usaha nasabah maupun pembayaran angsuran nasabah sampai pembiayaan berakhir.

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa *Standard Operating Procedure* (SOP) tidak menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*. *Standard Operating Procedure* (SOP) adalah suatu standar atau aturan tertulis yang dipergunakan untuk mendorong dan menggerakkan suatu kelompok agar terciptanya kinerja yang maksimal. *Standard Operating Procedure* (SOP) merupakan aturan yang harus kita lakukan dalam bekerja dan jika tidak kita terapkan maka kita tidak akan bisa beroperasi dan jika dipaksakan untuk dilakukan operasional, maka akan menimbulkan kecelakaan kerja.

5. Sumber Daya Manusia dan Porsi Kerja yang Berlebihan

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Pimpinan cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat, dalam peningkatan SDM yang dimiliki BMT selalu melakukan peningkatan secara terus menerus. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat sekarang ini menuntut karyawan BMT untuk dapat paham dan peka terhadap kejadian-kejadian saat sekarang ini. Pimpinan Cabang juga menuturkan "dalam peningkatan ilmu itu kita tidak pernah merasa cukup, jadi dalam meningkatkan SDM kita selalu melakukan pelatihan-pelatihan,

dan ini merupakan program BMT untuk kedepannya” (Fazat Rafi’ah, Wawancara Penelitian, 9 Juni 2020).

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa SDM yang dimiliki BMT dan porsi kerja yang berlebihan tidak menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*, karena BMT selalu melakukan peningkatan SDM, seperti peningkatan ilmu pengetahuan maupun peningkatan personal karyawan BMT tersebut. Pengurus pusat BMT Taqwa Muhammadiyah Padang setiap bulannya selalu melakukan pelatihan-pelatihan untuk setiap bagian di BMT, seperti pelatihan untuk *Account Officer*, pelatihan untuk *Teller*, dan pelatihan untuk Pimpinan Cabang.

6. Modal BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Pimpinan cabang BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Bandar Buat modal yang dimiliki oleh BMT ada pada zona aman, Pimpinan Cabang juga menuturkan ”modal yang kita miliki tidak kurang dan tidak juga berlebih. BMT dalam melakukan pembiayaan berada dalam zona aman yaitu tidak mengalami kekurangan modal dan tidak mengalami kelebihan modal” (Fazat Rafi’ah, Wawancara Penelitian, 9 Juni 2020).

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa modal merupakan hal utama dalam pembiayaan, jika modal yang dimiliki BMT kurang mencukupi maka pembiayaan akan berkurang juga. BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat modal berasal dari iuran para Pendiri BMT dan kemudian dikembangkan dalam beberapa produk pembiayaan maupun penyimpanan. Modal yang dimiliki BMT tidaklah kurang tetapi dalam pemberian pembiayaan *Murabahah* BMT selalu selektif agar terhindar dari kemacetan pembayaran angsuran pembiayaan *Murabahah*, jadi dari segi modal BMT tidak menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

C. Faktor Eksternal yang Menyebabkan Menurunnya Jumlah Pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat

1. Kurang Pemahannya Nasabah Terhadap Produk Syariah

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Pimpinan cabang BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Bandar Buat, kurang pemahannya nasabah terhadap pembiayaan *Murabahah* menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*, dan Pimpinan Cabang juga menuturkan ”kebanyakan nasabah yang mengajukan pembiayaan tidak mengetahui akad *Murabahah*. Saat penandatanganan akad kita berikan penjelasan dan kita berikan kebebasan kepada nasabah jika ia bersedia maka pembiayaan akan dilanjutkan apabila tidak mereka bisa membatalkan untuk melakukan pembiayaan” (Fazat Rafi’ah, Wawancara Penelitian, 9 Juni 2020).

Wawancara selanjutnya dengan *Account Officer* di BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Bandar Buat juga mengatakan ”banyak dari nasabah yang tidak mengerti pembiayaan *Murabahah*, mereka hanya tahu besarnya pinjaman, kemudian berapa angsuran yang harus mereka bayar setiap bulannya, di lapangan pun juga begitu ketika kita memasarkan produk pembiayaan *Murabahah* mereka hanya bertanya berapa *margin* yang kita ambil dan berapa angsuran meminjam. Saat itu kita harus menjelaskan terlebih dahulu bagaimana akad dan prosedur pembiayaan *Murabahah* agar nasabah paham apa yang dimaksud dengan pembiayaan *Murabahah*” (Guschandra, Wawancara Penelitian, 8 Juni 2020).

Berdasarkan data dan hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang dan *Account Officer* di atas, maka dapat penulis jelaskan bahwa Masyarakat kurang memahami prinsip syariah baik akad bagi hasil maupun akad jual beli. Sehingga masyarakat lebih memilih bertransaksi melalui lembaga keuangan konvensional karena masyarakat menilai sama saja produk lembaga keuangan syariah dengan produk lembaga keuangan konvensional. Pengetahuan nasabah terhadap produk pembiayaan

Murabahah sangat rendah, itu menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

2. Melemahnya Perekonomian Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan *Account Officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat melemahnya ekonomi masyarakat juga menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*, *Account Officer* juga menuturkan “ekonomi masyarakat yang lemah menjadi kendala, saat kita berikan tawaran pembiayaan kepada mereka, nasabah menolak karena takut tidak sanggup untuk membayar angsurannya, BMT sendiri merupakan lembaga keuangan yang nasabahnya merupakan masyarakat kalangan menengah ke bawah. Sehingga untuk mencari nasabah pembiayaan itu sulit, kita dituntut untuk selektif dalam melakukan pembiayaan agar nantinya tidak memberatkan terhadap nasabah tersebut” (Guschandra, Wawancara Penelitian, 8 Juni 2020).

Wawancara selanjutnya dengan Pimpinan Cabang di BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Bandar Buat juga mengatakan ”biaya hidup yang semakin tinggi setiap tahunnya, sedangkan penghasilan yang didapatkan sedikit menjadi penyebab melemahnya tingkat ekonomi masyarakat. Sehingga masyarakat menjadi takut untuk meminjam di lembaga keuangan (BMT), dampaknya bagi BMT adalah menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*” (Fazat Rafi’ah, Wawancara Penelitian, 9 Juni 2020).

Berdasarkan data dan hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang dan *Account Officer* di atas, maka dapat penulis jelaskan melemahnya ekonomi masyarakat merupakan penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*, karena ekonomi masyarakat yang melemah menyebabkan mereka tidak berani untuk mengajukan pembiayaan sehingga jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Bandar Buat mengalami penurunan.

3. Bank Pemerintah

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan *Account Officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat, Faktor eksternal lainnya yang menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* ialah Bank Pemerintah, *Account Officer* juga menuturkan “Bank Pemerintah suku bunganya rendah, BRI melalui produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) mampu memberikan pinjaman dengan suku bunga 6% pertahun. Sedangkan, BMT memberikan *margin* setiap bulannya sebesar 2%, ini menjadi kelemahan BMT dibandingkan pesaingnya” (Guschandra, Wawancara Penelitian, 8 Juni 2020).

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa keberadaan Bank Pemerintah yang memberikan produk pinjaman dengan suku bunga lebih rendah dari pembiayaan *Murabahah* merupakan penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat. Sejalan dengan kurang pahamiannya nasabah terhadap produk syariah menyebabkan nasabah memilih pembiayaan hanya berdasarkan suku bunga atau *margin* yang lebih rendah.

4. Karakter Nasabah yang Tidak Baik

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan *Account Officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat, saat di lapangan yang menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* adalah karakter nasabah. *Account Officer* juga menuturkan “Karakter nasabah yang tidak baik seperti tidak jujurnya nasabah saat BMT melakukan analisa pembiayaan, saat *monitoring* pembiayaan banyak nasabah yang susah untuk dihubungi menjadi faktor menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*” (Guschandra, Wawancara Penelitian, 8 Juni 2020).

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan nasabah banyak yang tidak bertanggung jawab terhadap pembiayaan yang mereka lakukan, sehingga memaksa BMT untuk lebih selektif lagi dalam

menganalisa pembiayaan, dan menurut penulis ini adalah penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

D. Upaya yang Dilakukan BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat Dalam Mengantisipasi Penurunan Pembiayaan *Murabahah* pada BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat

Dampak dari menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* yang dirasakan oleh BMT ialah menurunnya profit yang didapatkan oleh BMT sehingga dalam operasionalnya BMT harus bisa memanfaatkan SDM yang ada dan juga harus bisa berusaha sekuat tenaga untuk dapat meningkatkan jumlah pembiayaan yang ada di BMT.

Pimpinan Cabang BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Bandar Buat menambahkan “karena penurunan jumlah pembiayaan *Murabahah* setiap tahunnya berdampak kepada menurunnya jumlah profit yang didapatkan oleh BMT, sehingga BMT harus bisa berputar otak bagaimana cara untuk meningkatkan jumlah pembiayaan agar target profit yang diharapkan tercapai” (Fazat Rafi’ah, Wawancara Penelitian, 9 Juni 2020).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan *Account Officer* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat, upaya yang telah dilakukan oleh BMT ialah dengan melakukan kerja sama dengan berbagai instansi, *Account Officer* juga menuturkan “agar pembiayaan *Murabahah* ini meningkat kita harus memperbanyak pembagian brosur kepada masyarakat untuk menarik nasabah pembiayaan, kalau untuk *event-event* karena kita berada di bawah nama Muhammadiyah, maka *event-event* yang kita ikuti biasanya merupakan *event* yang diadakan oleh Muhammadiyah dan untuk kerja sama kita sudah menjalin kerja sama dengan beberapa sekolah seperti SDIT yang berlokasi di Simpang Gaduik dan juga dengan SMPIT yang berada di Cangkeh dan kita juga menerima pembayaran listrik, BPJS, dan BMT juga menjalin kerja sama dengan Koperasi Haji” (Guschandra, Wawancara Penelitian, 8 Juni 2020).

Pimpinan Cabang BMT Taqwa Muhammadiyah Bandar Buat juga menambahkan “kita harus lebih giat dalam menyebarkan brosur dan juga menjalin kerjasama dengan instansi lainnya dan sering-sering mengikuti acara amal dan *event-event* yang diadakan oleh pihak Muhammadiyah” (Fazat Rafi’ah, Wawancara Penelitian, 9 Juni 2020).

Berdasarkan data di atas, maka dapat penulis simpulkan BMT telah berusaha untuk meningkatkan jumlah pembiayaan *Murabahah* dengan berbagai cara yang antara lain adalah :

1. Memperbanyak pembagian brosur kepada masyarakat untuk menarik minat nasabah mengajukan pembiayaan *Murabahah*, seperti menyebarkan brosur kepada pedagang atau pembeli yang berada di pasar Bandar Buat.
2. Sering mengikuti acara amal atau *event-event* yang diadakan oleh Muhammadiyah dan pelaksana lainnya, sehingga bagi pengunjung yang datang untuk menyaksikan pameran dapat tahu dan memahami produk pembiayaan yang ada di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.
3. menjalin kerja sama dengan berbagai instansi seperti sekolah-sekolah, perusahaan-perusahaan kecil dan menengah, seperti saat sekarang ini BMT sudah menjalin kerja sama dengan berbagai instansi dan perusahaan-perusahaan antara lain :
 - a. Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) simpang Gaduik
 - b. Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu (SMPIT) Cangkeh
 - c. Koperasi Haji.
 - d. Pembayaran Token Listrik, Air, DLL.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian yang telah penulis lakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Faktor internal yang menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* adalah :
 - a. Pemasaran, telah terciptanya produk yang baik dan bisa diterima oleh masyarakat, serta pemasaran produk yang dilakukan oleh BMT sehingga dari segi pemasaran secara keseluruhan tidak merupakan faktor penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*, hanya terkendala lahan parkir yang tidak berimbas langsung kepada menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.
 - b. Analisis 5C, semakin ketat dan telitinya BMT menganalisa merupakan penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*, dalam menganalisa banyaknya calon nasabah yang tidak memenuhi kriteria untuk diberikan pinjaman, sehingga menyebabkan terjadi penurunan jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.
 - c. *Monitoring*, telah dilakukan sesuai dengan teori dan tidak menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat, hanya terkendala kurang kooperatifnya nasabah seperti saat di telfon nasabah tidak menjawab dan saat melakukan kunjungan nasabah tidak berada di tempat.
 - d. *Standart Operating Prosedur* (SOP), tidak menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*. *Standard Operating Procedure* (SOP) adalah suatu standar atau aturan tertulis yang dipergunakan untuk mendorong dan menggerakkan suatu kelompok agar terciptanya kinerja yang maksimal. *Standard*

Operating Procedure (SOP) merupakan aturan yang harus kita lakukan dalam bekerja dan jika tidak kita terapkan maka kita tidak akan bisa beroperasi dan jika dipaksakan untuk dilakukan operasional, maka akan menimbulkan kecelakaan kerja.

- e. Sumber Daya Manusia dan Porsi Kerja yang Berlebihan, karena BMT selalu melakukan peningkatan SDM, seperti peningkatan ilmu pengetahuan maupun peningkatan personal karyawan BMT tersebut. Pengurus pusat BMT Taqwa Muhammadiyah Padang setiap bulannya selalu melakukan pelatihan-pelatihan untuk setiap bagian di BMT, seperti pelatihan untuk *Account Officer*, pelatihan untuk *Teller*, dan pelatihan untuk Pimpinan Cabang.
 - f. Modal BMT Taqwa Muhammadiyah Padang Cabang Bandar Buat, merupakan hal utama dalam pembiayaan, jika modal yang dimiliki BMT kurang mencukupi maka pembiayaan akan berkurang juga. BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat modal berasal dari iuran para Pendiri BMT dan kemudian dikembangkan dalam beberapa produk pembiayaan maupun penyimpanan. Modal yang dimiliki BMT tidaklah kurang tetapi dalam pemberian pembiayaan *Murabahah* BMT selalu selektif agar terhindar dari kemacetan pembayaran angsuran pembiayaan *Murabahah*, jadi dari segi modal BMT tidak menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.
2. Faktor eksternal yang menyebabkan menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* adalah sebagai berikut :
- a. Kurang pahamnya nasabah terhadap produk pembiayaan *Murabahah* menjadi faktor penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* karena mereka tidak paham sehingga banyak nasabah yang lebih memilih pembiayaan konvensional. Untuk masyarakat memang sangat sedikit sekali yang mengerti akan produk pembiayaan *Murabahah* dan produk-produk lainnya

yang ada di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

- b. Tingkat ekonomi masyarakat yang lemah juga menjadi penyebab menurunnya pembiayaan *Murabahah* di BMT Taqwa Muhammadiyah cabang Bandar Buat, karena BMT merupakan lembaga keuangan Syariah yang konsumennya adalah masyarakat ekonomi menengah kebawah atau masyarakat yang memiliki usaha rumahan. Timbul keawatiran di diri nasabah dalam melakukan pembiayaan *Murabahah* yaitu takut kalau nanti pembiayaan mereka macet karena tidak sanggup membayar angsuran dan takut jaminan yang mereka berikan akan disita, lalu dengan apa mereka akan berusaha nantinya.
 - c. Adanya Bank milik pemerintah yang bisa memberikan suku bunga rendah juga menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah* karena masyarakat tentu lebih memilih Bank milik pemerintah yang menawarkan suku bunga rendah dibandingkan BMT yang dananya berasal dari petinggi BMT dan jumlahnya tentu tidak sebanyak Bank milik pemerintah.
 - d. Karakter nasabah yang tidak baik dan tidak bertanggung jawab terhadap kewajibannya menjadi penyebab menurunnya jumlah pembiayaan *Murabahah*.
3. Upaya yang Dilakukan BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat Dalam Mengantisipasi Penurunan Pembiayaan *Murabahah* :
- a. Memperbanyak pembagian brosur kepada masyarakat untuk menarik minat nasabah mengajukan pembiayaan *Murabahah*, seperti menyebarkan brosur kepada pedagang atau pembeli yang berada di pasar Bandar Buat.
 - b. Sering mengikuti acara amal atau *event-event* yang diadakan oleh Muhammadiyah dan pelaksana lainnya, sehingga bagi pengunjung yang datang untuk menyaksikan pameran dapat tahu dan

memahami produk pembiayaan yang ada di BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.

c. menjalin kerja sama dengan berbagai instansi seperti sekolah-sekolah, perusahaan-perusahaan kecil dan menengah, seperti saat sekarang ini BMT sudah menjalin kerja sama dengan berbagai instansi dan perusahaan-perusahaan antara lain :

- 1) Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) simpang Gaduik
- 2) Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu (SMPIT) Cangkeh
- 3) Koperasi Haji.
- 4) Pembayaran Token Listrik, Air, DLL.

B. Saran

1. Diharapkan kepada pengurus pusat untuk dapat mempertimbangkan untuk lokasi BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat agar dapat memiliki lahan parkir yang lebih luas sehingga nasabah dapat dengan mudah untuk mendatangi BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat.
2. Diharapkan kepada BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat untuk dapat lebih meningkatkan promosi penjualan yang dilakukan, sehingga produk yang dimiliki BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat dapat diketahui oleh masyarakat ramai.
3. Diharapkan kepada BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat untuk dapat lebih selektif dalam menganalisa nasabah yang mengajukan pembiayaan *Murabahah* agar terhindar dari kemacetan pembayaran.
4. Diharapkan kepada BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat untuk bisa membuat buku kunjungan nasabah, sehingga jika ada nasabah yang datang ke BMT atau melakukan pembayaran angsuran pembiayaan secara langsung maupun tidak langsung bisa terdata dan itu akan mempermudah BMT dalam melakukan monitoring pembiayaan *Murabahah*.

5. Diharapkan kepada karyawan BMT Taqwa Muhammadiyah Padang cabang Bandar Buat untuk dapat lebih meningkatkan ilmu pengetahuan dengan cara mengikuti berbagai macam pelatihan yang diadakan pengurus pusat maupun oleh lembaga pelatihan lainnya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku:

- Alma.B. 2000. *Kewirausahaan*, Alfabeta, Bandung.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Delapan, Alfabeta, Bandung.
- Ascarya. 2008. *Akad dan Produk Bank Syariah*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Antonio.N.S. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Edisi Pertama, Gema Insani Press, Jakarta.
- Assauri.S. 2009. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*, Edisi Pertama, Jakarta Grafindo Persada, Jakarta.
- Bangun.W. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Erlangga, Jakarta.
- Dendawijaya. L. 2005. *Manajemen Perbankan*, Ghalia Indonesia, Bogor
- Departemen Agama RI. 1989. *Al-Quran dan Terjemahannya*, Toha Putra, Semarang.
- Djazuli.A dkk. 2002. *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat*, Edisi Pertama, PT. Rajagrafindo, Jakarta.
- Ghufron.S. dkk. 2005. *Konsep dan Implementasi Bank Syariah*, Edisi Pertama, Renaisan, Jakarta.
- Hassan.A.R. 2004. *BMT&BANK ISLAM : Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi Pertama, Pustaka Bani Quraisy, Bandung.
- Huda.N. 2017. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, Edisi Pertama, Kencana, Jakarta.
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI). 2014. *Memahami Bisnis Bank Syariah*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*, Edisi Pertama, Kencana, Jakarta.
- Janwari.Y. 2015. *Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi Pertama, Rosda, Bandung.
- Karim.A.A. 2003. *Bank Islam : Analisis Fiqh dan Keuangan*, IIT, Jakarta.
- _____. 2010. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Edisi Keempat, Rajawali Grafindo Persada, Jakarta.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, Kencana, Jakarta.
- _____. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi Revisi, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____. 2015. *Manajemen Perbankan : Edisi Revisi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler.P. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1&2, PT. Intan Sejati Klaten, Jakarta.
- Laksmna.Y. 2009. *Tanya Jawab Cara Mudah Mendapatkan Pembiayaan di Bank Syariah*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Lativa.A & Algoud. L. 2003. *Perbankan Syariah Prinsip, praktik, prospek*, PT. Serambi Ilmu Semesta, Jakarta.

- Marty.Y.O. 2010. *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*, Edisi Pertama, Alfabeta, Bandung.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah*, Edisi Kedua, Unit Penerbitan dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta.
- Pujianto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*, Edisi Pertama, Andi Press, Yogyakarta.
- Rianto.M.N.A. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Edisi Pertama, Alfabeta, Bandung.
- Rivai.V. 2008. *Islamic Financial Management*, Edisi Pertama, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Sudarsono.H. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah : Deskripsi dan Ilustrasi*, Edisi Pertama, konisia, Yogyakarta.
- Sunarto.Z. 2003. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, Edisi Pertama, Zikrul Hakim Press, Jakarta.
- Sumitro.W. 2004. *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait di Indonesia*, Edisi Ketiga, PT. Rajagrafindo, Jakarta.
- Widyatama. 2007. *Pengantar Periklanan*, Edisi Pertama, Pustaka Book Publisher, Jakarta.
- Yusanto.M.I&Widjajakusuma.M.K. 2002. *Menggagas Bisnis Islam*. Gema Insani. Jakarta

Jurnal:

- Ilyas.R. 2015. Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syariah, *Jurnal Stain Syaikh Abdurahman Siddik Bangka Belitung*, 9(1): 186.

Skripsi dan Karya Tulis:

- Zainudin.M. 2015. Analisis Penurunan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan *Murabahah* di BMT Surya Sekawan Mandiri Boja Kendal, *Skripsi*. Program S1 Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.
- Ardiani.C.D. 2014. Faktor yang Mempengaruhi Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Umum Syariah Non Devisa di Indonesia. *Skripsi*. Program S1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PERBANAS. Surabaya.
- Syawaludin.A. 2014. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembiayaan *Murabahah Ba'I Bitsaman Ajil*. *Skripsi*. Program S1 Universitas Diponegoro. Semarang.
- Istiqomah.S. 2019. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembiayaan *Murabahah* pada Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2013-2018. *Skripsi*. Program S1 UIN Raden Intan. Lampung.