

**PREFERENSI NASABAH NONMUSLIM TERHADAP  
BMT AMANAH UMMAH**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

**DEFI KHUSNUL KHOTIMAH**

**NIM. 16.52.31.061**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS RADEN MAS SAID SURAKARTA  
2022**

PREFERENSI NASABAH NON MUSLIM TERHADAP BMT AMANAH  
UMMAH

SKRIPSI

Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Defi Khsunul Khotimah  
NIM : 16.52.31.061

Surakarta, 19 Oktober 2022

Disetujui dan disahkan oleh:  
Dosen Pembimbing Skripsi



Yulfan Arif Nurohman, MM  
NIK. 19860612 201701 1 177

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : DEFI KHUSNUL KHOTIMAH  
NIM : 16.52.31.061  
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **"PREFERENSI NASABAH NON MUSLIM TERHADAP BMT AMANAH UMMAH"**.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 24 Oktober 2022



Defi Khusnul khotimah

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : DEFI KHUSNUL KHOTIMAH

NIM : 16.52.31.061

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul "PREFERENSI NASABAH NON MUSLIM TERHADAP BMT AMANAH UMMAH".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari narasumber Nasabah Non Muslim di BMT Amanah Ummah. Apabila di kemudian hari bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 24 Oktober 2022



Defi Khusnul Khotimah

Yulfan Arif Nurohman, MM  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi  
Sdr : Defi Khusnul Khotimah

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas  
Said Surakarta

Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Defi Khusnul Khotimah NIM : 16.52.31.061 yang berjudul :

**PREFERENSI NASABAH NON MUSLIM TERHADAP BMT AMANAH UMMAH**

Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.

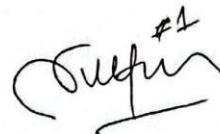
Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 19 Oktober 2022

Dosen Pembimbing Skripsi



Yulfan Arif Nurohman, MM

NIK. 19860612 201701 1 177

**PENGESAHAN**  
**PREFERENSI NASABAH NONMUSLIM TERHADAP**  
**BMT AMANAH UMMAH**


Oleh :

**DEFI KHUSNUL KHOTIMAH**  
**NIM. 16.52.31.061**

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
Pada hari Kamis tanggal 03 November 2022 M / 08 Rabiul Akhir 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi


Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Dr. Waluyo, Lc., M.A.  
NIP. 19790910 201101 1 005



---

Penguji II  
Supriyanto, S.Ud., M.Ud.  
NIP. 19860306 201503 1 005



---

Penguji III  
Mufti Arief Arfiansyah, M.Ak.  
NIP. 19890615 202012 1 006

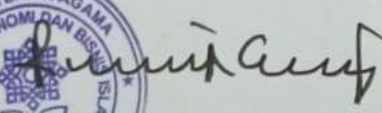


---

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



  
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.  
NIP. 19720304 200112 1 004

R

## **MOTTO**

“Kadang hidup memang melelahkan, tapi pasti ada saja alasan untuk kita terus berjalan dan kuat menghadapi segala kenyataan”

(Defi Khusnul Khotimah)

## PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta, kasih, sayang serta doa karya yang

sederhana ini untuk :

Diriku sendiri

Suamiku tercinta

Anakku Kenzo tercinta

Ayahku kandung tercinta

Ibuku tercinta

Ibuk Mertua di Surga

Ayahku Tiri di Surga

Adikku tercinta

Saudara – saudaraku tercinta

Teman teman seperjuangan.

Semua rekan rekan yang telah memberikan segenap tenaga dan pikirannya untuk

semua pencapaian yang telah saya dapatkan sampai saat ini.

Terima Kasih...



## **KATA PENGANTAR**

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb*

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat, karunia, hidayah, dan inayah- Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Preferensi Nasabah NonMuslim Terhadap BMT Amanah Ummah** ”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah banyak mendapat dukungan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, tenaga, waktu dan yang lainnya. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Mudhofir Abdullah, S.Ag., M.Pd., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Yulfan Arif Nurohman, MM, selaku dosen Pembimbing Akademik

Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak sekali perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.

5. Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.
7. Segenap keluarga besar BMT Amanah Ummah serta semua narasumber nasabah nonmuslim BMT Amanah Ummah yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian ini, semoga memberikan kontribusi bagi perkembangan lembaga keuangan syariah di masa mendatang.
8. Suamiku tercinta dan anakku tersayang, terimakasih atas segenap doa, cinta, kasih dan sayang serta selalu rela pengorbanan, kasih sayang kalian tidak akan terlupakan.
9. Segenap keluarga yang telah menyayangi, mendidik, mendoakan serta mendukung dengan penuh rasa cinta dan kasih.
10. Sahabat – sahabatku Wahidah, Ayu dan Wahyu yang selalu memberikan dukungan dan *support* tiada habisnya sampai saat ini.
11. Sahabatku Dyna yang telah ikut serta mengorbankan waktu, tenaga

serta pikiran dalam pengerjaan skripsi ini.

12. Semua sahabat sahabatku yang selalu memberikan dukungan, semangat dan keceriaan.
13. Teman – teman Perbankan Syariah angkatan 2016 umumnya dan teman teman Perbankan Syariah A khususnya atas kebersamaan dan segala dukungan yang diberikan dalam menuntut ilmu.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalas satu persatu, hanya doa dan puji syukur terhadap Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 24 Oktober

2022 Penulis

Defi Khusnul Khotimah

## **ABSTRACT**

*The objective of this study was to determine and analyze the the preferences of non-Muslim customers using the services of BMT Amanah Ummah. The variables used in this study are cultural, social, personal and psychological variables.*

*The method used in this research is descriptive qualitative research. The resource persons in this study amounted to 4 (four) people. Where 4 (four) people are non-Muslim customers who use the services at BMT Amanah Ummah. In collecting data, the writer uses interview and documentation techniques with data analysis using data reduction and data presentation.*

*This study resulted in a total of 4 BMT Amanah Ummah customers using the theory of factors influencing J. Setiadi's preferences as a reference. So it can be concluded that from 4 samples of non-Muslim customers, the factors that determine their preferences in choosing BMT Amanah Ummah for transactions are personal factors supported by social factors.*

**Keyword:** *Cultural, Social, Personal, and Psychological.*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis preferensi nasabah nonmuslim menggunakan jasa BMT Amanah Ummah. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel kebudayaan, Sosial, Pribadi Dan Psikologis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Narasumber dalam penelitian ini berjumlah 4 (empat) orang. Dimana 4 (empat) orang adalah nasabah nonmuslim yang menggunakan jasa di BMT Amanah Ummah. Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan teknik wawancara serta dokumentasi dengan analisis data menggunakan reduksi data dan penyajian data.

Penelitian ini menghasilkan bahwa sejumlah 4 orang nasabah dari BMT Amanah Ummah dengan menggunakan teori tentang faktor – faktor yang mempengaruhi preferensi dari J.Setiadi sebagai acuan nya. Maka dapat disimpulkan bahwa dari 4 orang sampel nasabah nonmuslim, faktor yang menentukan preferensi mereka dalam memilih BMT Amanah Ummah untuk bertransaksi adalah faktor pribadi didukung oleh faktor sosial.

**Kata Kunci** : Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....	iv
NOTA DINAS.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRACT.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	10
1.3. Batasan Masalah .....	11
1.4. Rumusan Masalah.....	11
1.5. Tujuan Penelitian .....	11
1.6. Manfaat Penelitian .....	12
1.6.1 Secara Akademis.....	12
1.6.2 Secara Praktis .....	12
1.7. Sistematika Penulisan Skripsi.....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>15</b>

2.1. Teori-Teori Tentang Tema Secara Umum.....	15
2.1.1. Konsep Preferensi .....	15
2.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Proses Seleksi Preferensi.....	17
2.1.3. Preferensi dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	20
2.1.4. Pengertian Nasabah.....	22
2.1.5. Pengertian Nonmuslim.....	24
2.1.6. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) .....	24
2.1.6.1 Pengertian BMT .....	24
2.1.6.2 Perilaku Konsumen.....	28
2.1.6.3 Asas dan Dasar Hukum.....	29
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian .....	30
3.2. Jenis Penelitian .....	30
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.3.1. Populasi .....	30
3.3.2. Sampel.....	31
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.4. Data dan Sumber Data .....	32
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5.1. Wawancara.....	33
3.5.2. Observasi.....	33
3.5.3. Kepustakaan .....	34
3.6. Teknik Analisis Data .....	34
<b>BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan .....</b>	<b>36</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	36
4.1.1 Gambaran Umum BMT Amanah Ummah .....	36

4.1.2. Produk BMT Amanah Ummah .....	37
4.2. Karakteristik Subjek Penelitian. ....	43
4.3. Pembahasan .....	45
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>57</b>
5.1. KESIMPULAN.....	57
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	57
5.3. Saran – Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>613</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Komposisi Pemeluk Agama di Indonesia Per Tahun 2010.....	8
Tabel 2. Data Penduduk Sukoharjo.....	9
Tabel 3 Data Narasumber.....	44
Tabel 4 Hasil Wawancara Faktor Kebudayaan .....	46
Tabel 5 Hasil Wawancara Faktor Sosial .....	49
Tabel 6 Hasil Wawancara Faktor Pribadi .....	51
Tabel 7 Hasil Wawancara Faktor Psikologis .....	53
Tabel 8 Hasil Wawancara dengan pihak BMT Amanah Ummah .....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....	63
Lampiran 2 Pedoman Wawancara .....	64
Lampiran 3 Form Catatan Wawancara .....	67
Lampiran 4 Bukti Dokumentasi .....	78
Lampiran 5 Daftar Riwayat hidup.....	80

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Laju pertumbuhan ekonomi pada suatu bangsa berpengaruh terhadap perkembangan lembaga keuangan di Indonesia. Lembaga keuangan semakin gencar dalam melakukan inovasi terkait dengan produk pembiayaan dan penyaluran dana kepada masyarakat. Hal tersebut sebanding dengan banyaknya masyarakat menengah ke bawah yang diimbangi dengan perilaku konsumtif dan gaya hidup.

Perbankan yang ada di Indonesia ada dua jenis yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Perbankan syariah merupakan bank yang dalam sistem operasionalnya menggunakan sistem syariah. Perbankan syariah sendiri terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Perbankan syariah sendiri diatur dalam undang undang nomor 21 tahun 2008, yang berisi segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah.

Peran lembaga keuangan bank maupun non-bank sebagai badan yang mempunyai fungsi untuk mengelola keuangan berperan penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat melalui penyaluran kredit maupun lainnya.

Lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan nonbank memiliki perbedaan dalam menjalankan kegiatan perekonomian. Peran lembaga keuangan menjadi wadah yang mampu menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat secara efektif dan efisien yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam penghimpunan dana dapat dikatakan bahwa lembaga keuangan bank dapat menghimpun dana secara langsung maupun tidak langsung dari masyarakat sedangkan lembaga keuangan nonbank menghimpun dana secara tidak langsung dari masyarakat.

Sesuai dengan pasal 33 ayat 1 Undang-Undang Dasar 1945 menyatakan bahwa perekonomian Indonesia dibangun sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan. Pasal tersebut menjelaskan bahwa perekonomian Indonesia mengarah pada terselenggaranya kegiatan ekonomi berdasarkan asas kekeluargaan. Lembaga keuangan yang menerapkan asas kekeluargaan dalam kegiatan ekonomi, yaitu lembaga keuangan bukan bank yang disebut koperasi..

Koperasi merupakan bagian dari sistem ekonomi. Pemerintah juga sangat tertarik dengan koperasi, karena koperasi merupakan penopang sistem perekonomian. Keberadaan koperasi itupun juga mempengaruhi perkembangan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Berdasarkan UU no. 25 Tahun 1992, tujuan koperasi adalah untuk memajukan kesejahteraan anggota dan terutama masyarakat.

Lembaga keuangan nonbank di Indonesia terus mengalami perkembangan. Perkembangan tersebut ditandai dengan mulai banyaknya lembaga keuangan nonbank, yaitu koperasi. Hasil penelitian (Siregar 2020) menyatakan bahwa kinerja keuangan koperasi di Indonesia menunjukkan perkembangan yang positif atau semakin membaik serta struktur permodalan koperasi seiring dengan berjalannya waktu semakin didominasi oleh modal luar yang pada umumnya berupa hutang.

Dalam tahap perkembangannya, lembaga keuangan syariah non bank juga mulai melakukan kegiatan keuangan berdasarkan prinsip syariah, seperti kegiatan lembaga keuangan perbankan. Salah satu lembaga keuangan non perbankan yang menerapkan prinsip syariah yaitu koperasi. Koperasi berbasis syariah disebut Baitul Maal wat Tamwil atau biasa disebut BMT.

Perkembangan BMT di Indonesia berawal dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992. Hal tersebut dikarenakan kegiatan perekonomian Bank Muamalat Indonesia belum mampu menyentuh masyarakat menengah ke bawah sehingga perlu adanya badan yang menjadi wadah untuk menjangkau aspek tersebut. Hasil penelitian (Dewi 2017) menyatakan bahwa BMT didirikan guna mengatasi hambatan kegiatan perekonomian yang terjadi di pelosok daerah. BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang mempunyai karakteristik khusus karena dalam pelaksanaannya memperhatikan nilai komersil dan nilai sosial.

Pendirian lembaga keuangan bank maupun nonbank yang melaksanakan kegiatan perekonomian berdasarkan prinsip Syariah mempunyai fungsi dan tujuan tertentu dari lembaga keuangan konvensional. Lembaga keuangan yang menerapkan prinsip Syariah melaksanakan kegiatan operasional sesuai dengan hukum-hukum Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadits. Dalam Al-Qur'an dan hadits jelas melarang umat Islam melaksanakan transaksi yang mengandung riba. Yang sesuai dengan Q.S. Ali Imran: 130 yang artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

Pesatnya perkembangan BMT juga telah diikuti dengan pesatnya kajian dan publikasi terkait dengan berbagai prinsip serta praktik yang dilaksanakan oleh BMT. Hadirnya BMT di Indonesia hingga saat ini mendapatkan respon positif oleh masyarakat dalam perkembangannya. Volume usaha yang kian meningkat dapat dilihat dari adanya perluasan jaringan kantor BMT. Namun demikian, sejauh ini berbagai kajian dan publikasi terkait dengan BMT hanya berfokus pada nasabah muslim sebagai sasaran utama.

Terkait hal tersebut sangat perlu untuk dikaji, mengingat bahwa di Indonesia terdapat masyarakat nonmuslim jumlahnya cukup besar juga memiliki potensi besar untuk menggerakkan roda perekonomian. Selain itu,

ada juga beberapa wilayah di Indonesia yang mayoritas merupakan penduduknya nonmuslim (Mutasowifin 2003). Dalam perkembangan lembaga keuangan Syariah, tidak cuma memprioritaskan sasaran nasabah yang muslim saja, melainkan juga masyarakat nonmuslim. Dikarenakan agama Islam tidak membandingkan antara orang muslim dan nonmuslim dalam bidang muamalah. Ada riwayat shahih dari Nabi Muhammad SAW yang mengambil tiga puluh wasaq gandum dari seorang yahudi dan menggadaikan baju besi beliau, seperti yang diriwayatkan al-Bukhari rahimahullah dari Aisyah RA, beliau berkata:

Sungguh Nabi Shallallahu'alaihi wa sallam membeli bahan makanan dari seorang Yahudi dengan hutang dan orang Yahudi mengambil baju besi beliau sebagai gadai jaminannya [HR al-Bukhari].

Berdasarkan hadits tersebut praktik muamalah lintas agama itupun juga pernah dilakukan oleh Rasulullah SAW. Pada waktu itu, Rasulullah SAW menggadaikan baju besinya kepada seorang Yahudi. Hal tersebut dilakukan sebagai jaminan ketika beliau mengutang gandum kepada mereka Kaum Yahudi.(Suhendi 2002)

Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan (Umairoh 2017) yang berjudul Preferensi Nasabah Muslim Tidak Menggunakan Bank Syariah menyimpulkan bahwa preferensi pengetahuan, pelayanan, keuntungan administrasi, produk, dan religiusitas terhadap nasabah muslim tidak menggunakan bank Syariah adalah positif. Hal tersebut menunjukkan

bahwa semakin tinggi pengetahuan nasabah terhadap Bank Syariah justru preferensi nasabah tidak menggunakan bank Syariah juga semakin tinggi.

Hasil penelitian (Latifah 2020) juga menjelaskan preferensi nasabah non muslim terhadap Fajar Sejahtera BPRS Kuta Bali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi nasabah non muslim dalam bertransaksi di BPRS Fajar Sejahtera merupakan faktor personal dan didukung oleh faktor sosial yang berkinerja baik bagi BPRS Fajar Sejahtera Kuta Bali berdasarkan fakta bahwa pelayanan yang diberikan sangat ramah dan mengurus semua surat sederhana.

Sebuah penelitian yang mengkaji sisi kualitas layanan dalam rangka *Islamic Banking Quality Award (IBQA) 2005*. Penelitian tersebut menggunakan metode *mystery shopping* yang dilakukan di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya tingkat kepuasan nasabah terhadap perbankan Syariah, namun nasabah menganggap kualitas layanan cabang Syariah masih di bawah kualitas pelayanan konvensional. Selain itu, penelitian (Utami, Ningsih, dan Paidi 2018) juga menyatakan bahwa kepatuhan, jaminan, keandalan, nyata, empati dan responsiveness secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota deposito mudharabah KSPPS BMT Cabang Tumang Selo.

Kota Sukoharjo adalah suatu kota dengan tingkat ekonomi masyarakat menengah kebawah. Dengan jumlah 12 kecamatan yang tersebar di berbagai wilayah di Sukoharjo tidak memungkinkan kegiatan



perbankan ada di setiap kecamatan tersebut. Kegiatan perbankan terpusat di pusat kota Sukoharjo saja baik konvensional maupun syariah. Namun hal ini berbeda dengan lembaga keuangan syariah lainnya khususnya lembaga keuangan syariah mikro. Lembaga keuangan syariah mikro yang ada di Sukoharjo salah satunya adalah BMT.

Hasil penelitian (Sukti, S. & Aliansyah 2017) menyatakan bahwa semenjak dibuka salah satu lembaga keuangan Syariah, yaitu Bank Syariah Mandiri Cabang Palangkaraya dari tahun 2010 hingga sekarang terdapat 70% nasabah nonmuslim yang menjadi nasabah dan 30% nasabah muslim. Dari hasil penelitian tersebut dijelaskan bahwa lebih banyak masyarakat nonmuslim yang daripada masyarakat muslim yang memilih bertransaksi di lembaga keuangan Syariah tersebut. Oleh karena itu muncul pertanyaan, kenapa lebih banyak masyarakat non-muslim yang lebih ingin bertransaksi di lembaga keuangan Syariah.

Kondisi yang dipaparkan di atas menarik perhatian peneliti, sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa mayoritas nasabah pada sebuah lembaga keuangan Syariah di Jakarta adalah nasabah nonmuslim. Pada penelitian di lembaga keuangan Syariah di Palangkaraya bahwa nasabah nonmuslim menyatakan lembaga keuangan Syariah lebih unggul daripada lembaga keuangan konvensional. Penelitian tersebut ditujukan pada lembaga keuangan Syariah di kota besar, yaitu DKI Jakarta dan Palangkaraya yang merupakan kota besar di Indonesia.

Salah satu BMT yang terkenal di Sukoharjo adalah BMT Amanah Ummah yang beralamat Jl. Slamet Riyadi No.292, Dusun III, Gumpang, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah, Indonesia dengan 6 cabang yang kini dimiliki (Web BMT Amanah Ummah). Dengan jumlah cabang BMT Amanah Ummah tersebut ada beberapa cabang yakni cabang Weru, cabang Banyudono, cabang Polokarto, cabang, Cepogo, dan cabang Ampel.

**Tabel 1. Komposisi Pemeluk Agama di Indonesia Per Tahun 2010**

<b>Agama</b>	<b>Jumlah (Jiwa)</b>
<b>Islam</b>	<b>207.176.162</b>
<b>Kristen</b>	<b>16.528.513</b>
<b>Katholik</b>	<b>6.907.873</b>
<b>Hindu</b>	<b>4.012.116</b>
<b>Budha</b>	<b>1.703.254</b>
<b>Kong Hu Chu</b>	<b>117.091</b>
<b>Lainnya</b>	<b>299.617</b>
<b>Tidak Ditanyakan</b>	<b>139.582</b>
<b>Tidak Terjawab</b>	<b>757.118</b>
<b>Total</b>	<b>237.641.326</b>

Sumber : BPS,Sensus Penduduk 2010

Indonesia memang terkenal dengan mayoritas penduduk beragama Islam atau sebesar 87 % dan sisanya adalah masyarakat non muslim sebesar 13 % . data tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Data penduduk di kabupaten Sukoharjo berdasarkan semester I tahun 2020 Badan Pusat Statistik (BPS) kabupaten Sukoharjo 927.631 ada berbagai macam pemeluk agama. Selain agama Islam, di Sukoharjo juga ada agama lainnya yaitu Budha, Hindu, Kristen Protestan, Kristen Katholik, dan Kong Hu Cu, dan kepercayaan.

**Tabel 2. Data Penduduk Sukoharjo Berdasarkan Agama Per Semester I Tahun 2020.**

Agama	Jumlah (Jiwa)
Islam	880.092
Kristen	24.161
Katolik	21.779
Hindu	814
Budha	779
Kepercayaan	6

Dari data tabel diatas disajikan bahwa mayoritas penduduk Sukoharjo memiliki kepercayaan agama Islam dengan jumlah 880.092 jiwa, yang lainya seperti agama Kristen sebanyak 24.161 jiwa, Katolik sebanyak 21.779 jiwa, Hindu sebanyak 814 jiwa, Budha sebanyak 779 jiwa dan Kepercayaan sebanyak 6 jiwa.

Maka dengan hal itu tidak menutup kemungkinan bahwa lembaga keuangan syariah di Indonesia dapat berekspansi dan menarik masyarakat nonmuslim agar tertarik untuk menggunakan atau menjadi anggota lembaga keuangan syariah khususnya BMT. BMT Amanah Ummah juga memiliki nasabah nonmuslim baik di pendanaan atau funding dan pembiayaan atau finance.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti memilih salah satu lembaga keuangan Syariah nonbank, yaitu BMT. BMT biasa disebut juga dengan koperasi Syariah. BMT yang dipilih adalah BMT Amanah Ummah yang berada di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. Belum diketahui kecenderungan pilihan masyarakat nonmuslim di Kabupaten Sukoharjo terhadap BMT. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Preferensi Nasabah Nonmuslim terhadap BMT Amanah Ummah di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo*”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan sistem lembaga keuangan yang dipakai di Indonesia menggunakan sistem konvensional dan sistem syariah. Dapat diketahui bahwa mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim sebesar 87% dan sisanya sebesar 13% adalah nonmuslim. Hal ini memungkinkan bahwa Indonesia menggunakan dua sistem lembaga keuangan. Seiring berjalannya waktu banyak masyarakat nonmuslim juga tertarik menggunakan jasa keuangan syariah khususnya BMT karena tidak ada unsur riba didalamnya. Hal ini didukung dengan ayat ayat dari berbagai

kitab agama yang ada. Dari hal hal yang telah disampaikan maka munculnya masalah apa saja preferensi nasabah Nonmuslim menggunakan jasa BMT Amanah Ummah.

### **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah yang akan diteliti sehingga analisis tidak keluar dari permasalahan, yaitu penelitian dilakukan hanya terbatas pada Preferensi Nasabah Nonmuslim terhadap BMT Amanah Ummah di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apa preferensi nasabah nonmuslim menggunakan jasa layanan di BMT Amanah Ummah?
2. Apa yang menjadi alasan nasabah nonmuslim dalam menggunakan jasa di BMT Amanah Ummah ?
3. Bagaimana respon pihak BMT Amanah Ummah terhadap nasabah Non- Muslim?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk preferensi atau kecenderungan nasabah

nonmuslim terhadap BMT Amanah Ummah di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

Terkait dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang dijelaskan sebagai berikut:

### **1.6.1 Secara Akademis**

1. Hasil kajian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu ekonomi, terutama perekonomian Syariah.
2. Dapat dijadikan sumber maupun referensi untuk peneliti lain yang penelitiannya relevan dengan penelitian ini.
3. Sebagai sumber pembelajaran dalam perkembangan ilmu perekonomian Syariah di Indonesia.

### **1.6.2 Secara Praktis**

1. Bagi pihak lembaga keuangan Syariah, hasil penelitian dijadikan sebagai rujukan untuk menarik nasabah muslim dan nasabah nonmuslim menggunakan jasa lembaga keuangan Syariah.
2. Bagi nasabah lembaga keuangan Syariah, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi terkait dengan sistem transaksi pada lembaga keuangan Syariah.
3. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi sekaligus memberikan motivasi pada masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan Syariah.

4. Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan serta ilmu sehingga menjadi informasi dan sumber rujukan yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

## **1.7. Sistematika Penulisan Skripsi**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memuat beberapa subbab di antaranya, yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini memuat beberapa subbab diantaranya, yaitu kajian teori tentang tema secara umum dan hasil penelitian yang relevan. Kajian teori yang diuraikan dalam penelitian ini merupakan sebagai landasan teori yang dijadikan acuan untuk mendukung dan memperjelas penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini memuat beberapa subbab diantaranya, yaitu waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat beberapa subbab diantaranya, yaitu gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data, dan pembahasan hasil analisis data.

## BAB V PENUTUP

Bab ini memuat beberapa subbab diantaranya, yaitu kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.

## DAFTAR PUSTAKA



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Teori-Teori Tentang Tema Secara Umum**

##### **2.1.1. Konsep Preferensi**

Preferensi memiliki makna yang berarti pilihan ataupun memilih. Setiap orang bebas menentukan pilihan dalam segala hal. Kecenderungan pilihan sudah dipertimbangkan kelebihan dan kekurangannya. Preferensi setiap orang terhadap pemenuhan kebutuhan sesuai dengan tujuannya. Keterkaitan preferensi merupakan deskripsi formal mengenai kemampuan dan kecenderungan pilihan jika konsumen dihadapkan pada suatu pilihan (Semaoen, I. & Kiptiyah 2013: 16). Sedangkan menurut (Ma'ruf 2006) preferensi memiliki makna perasaan menempatkan satu hal di atas yang lain. Contohnya sekelompok masyarakat lebih menyukai minum kopi yang berasa manis, sementara sekelompok masyarakat lain lebih menyukai minum kopi pahit.

Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada (Kotler 2000). Teori preferensi dapat digunakan oleh setiap orang untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen sehingga dapat diketahui seberapa optimal penyediaan barang dan jasa yang mampu memberikan kepuasan kepada masyarakat. Ketika sudah mengetahui tingkat

kepuasan konsumen maka dapat meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

Preferensi juga berkaitan dengan minat maupun kesukaan. Atas dasar kesukaan tersebut akan timbul dorongan dan minat konsumen terhadap kecenderungan pilihan. Munculnya minat maupun kesukaan juga dipengaruhi oleh pikiran dan perasaan masing-masing orang. Pikiran dan perasaan berkolaborasi untuk berfikir dan merasakan suatu kenyamanan sehingga muncul minat untuk memilih suatu pilihan.

Saat akan menggunakan produk barang maupun jasa akan dihadapkan pada beragam pilihan. Kecenderungan pilihan dari beragam pilihan tersebut didasarkan pada kesukaan, harapan yang akan diperoleh, dan tujuan tertentu. Derajat kesukaan setiap orang biasanya juga berdasarkan dari pengalaman. Pengalaman bisa datang dari pilihan sebelumnya maupun orang yang ada di sekitarnya. Setiap orang yang mengambil pilihan mempunyai harapan dan tujuan yang lebih baik dari sebelumnya. Menurut (Mappiare 1994) preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa preferensi merupakan kemampuan maupun kecenderungan setiap orang dalam memilih sesuatu dari beragam pilihan didasarkan atas rasa minat dan suka yang timbul dari pikiran dan perasaan sehingga diharapkan pilihannya sesuai dengan harapan dan tujuan yang akan dicapai.

### **2.1.2. Faktor yang Mempengaruhi Proses Seleksi Preferensi**

Menurut Nugroho J. Setiadi, preferensi konsumen terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor, sebagai berikut:

#### **1. Faktor-Faktor Kebudayaan**

- a. Kebudayaan menjadi faktor penentu yang paling mempengaruhi keinginan dan perilaku seseorang. Kebudayaan sudah ada sejak seseorang dilahirkan. Kebudayaan yang berdampingan dengan kehidupan seseorang sehingga mampu mempengaruhi dan membentuk perilaku seseorang. Setiap orang tumbuh dan berkembang akan mendapatkan pembelajaran dan pengalaman dari budaya di sekitar.
- b. Subbudaya, subbudaya dibedakan menjadi empat kelompok yang terdiri dari kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis. Kebudayaan yang terdiri dari subbudaya memberikan identifikasi serta sosialisasi yang lebih spesifik terhadap para anggotanya.

- c. Kelas sosial, kelas sosial merupakan sekelompok anggota yang bersatu dan bertahan pada kelompok yang relatif homogen serta mempunyai minat yang sama.

## 2. Faktor Sosial

- a. Kelompok referensi, kelompok ini merupakan kelompok yang memberikan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku seseorang. Ada kelompok primer dan kelompok sekunder. Kelompok primer terdiri dari keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. Kelompok sekunder yang cenderung lebih resmi dan jarang bersosialisasi.
- d. Keluarga, ada perbedaan keluarga dalam kehidupan pembeli. Keluarga orientasi dan keluarga prokreasi. Keluarga orientasi merupakan orang tua seseorang. Keluarga prokreasi merupakan pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti.
- e. Peran dan status sosial, setiap orang bergabung dalam berbagai kelompok seperti klub, organisasi, dan sebagainya. Posisi seseorang dapat diketahui dalam peran dan status.

## 3. Faktor Pribadi

- a. Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi setiap orang juga dipengaruhi dengan usia. Seorang remaja dengan seseorang yang telah dewasa memiliki daya konsumsi yang

berbeda. orang yang telah dewasa mengalami perubahan dalam gaya hidup dan perilaku konsumsi.

- b. Pekerjaan, pekerjaan yang ditekuni seseorang juga memiliki pengaruh terhadap daya konsumsi. Para pemasar mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap barang dan jasa tertentu.
- c. Gaya hidup, gaya hidup seseorang diekspresikan dalam bentuk kegiatan yang dilakukan setiap harinya. Gaya hidup dapat menggambarkan pola konsumsi seseorang. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas seseorang.
- d. Kepribadian, kepribadian merupakan konsep yang tertanam pada diri masing-masing. Kepribadian berkaitan dengan fisik dan psikis setiap orang.

#### 4. Faktor-Faktor Psikologis

Motivasi, adanya motivasi dikarenakan adanya kebutuhan dan keinginan maupun harapan yang ingin dicapai oleh seseorang. Adapun unsur yang terlibat dalam proses motivasi, yaitu kebutuhan, perilaku, tujuan, persepsi, proses belajar, dan kepercayaan.

### **2.1.3. Preferensi dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Dalam Islam, preferensi memiliki makna tersendiri dalam kaitannya dengan Quran dan Hadits. Dalam Islam seseorang mempelajari kesukaan seseorang, harus berhati-hati dalam menggunakan semua harta benda, yang terpenting dalam hal ini adalah cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan yang mengandung kebaikan dan keuntungan. Dengan demikian, kekayaan membawa kesejahteraan bagi individu (Navis 2015: 4).

Perekonomian dalam Islam mengarahkan setiap orang agar setiap preferensi yang dimiliki menuju pada nilai-nilai kebajikan. Selain itu, tidak melanggar perintah yang terdapat dalam Al-Qur'an maupun hadits. Nilai-nilai yang terdapat dalam Al-Qur'an maupun hadits menjadi pedoman setiap orang untuk melaksanakan kegiatan sosial dan ekonomi.

Selain itu, Al-Qur'an sangat menekankan kebebasan memilih yang diberikan kepada umat manusia. Keuntungan yang paling penting adalah kebebasan seseorang untuk memilih opsi yang tepat, meskipun kemungkinan memilih opsi lain yang salah juga tinggi. Hanya penggunaan kebebasan yang benar yang memotivasi orang untuk melakukan semua kegiatan yang terpuji (Arif 2014: 93).

Menurut (Madnasir & Khoirudin 2012: 85) empat prinsip pilihan nasional masih belum cukup karena dalam islam masih ada

prinsip yang harus diperbaiki dan ada beberapa penambahan, sebagai berikut :

1. Objek barang dan jasa tersebut harus halal dan toyib.
2. Kemanfaatan atau kegunaan barang dan jasa yang dikonsumsi, artinya lebih memberikan manfaat dan jauh dari merugikan baik dirinya maupun orang lain.
3. Adanya keseimbangan kuantitas barang dan jasa yang dikonsumsi, yaitu berarti tidak boleh berlebihan maupun terlalu sedikit.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa adanya perbedaan terhadap preferensi dalam perspektif Islam yang mana dalam segala kegiatan sosial maupun ekonomi harus didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits dan segala preferensi yang diambil oleh setiap orang harus halal dan memuat nilai-nilai kebajikan sehingga mampu memberikan kesejahteraan bagi individu tersebut. Seperti Firman Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah 168 yang artinya:

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

#### **2.1.4. Pengertian Nasabah**

Menurut (Bank Indonesia 2005) No.7/7/PBI/2005 “Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa Bank, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa Bank untuk melakukan transaksi keuangan”. Menurut (Nasution dan Sutisna 2015) “Nasabah adalah pelanggan (customer) baik perorangan maupun badan usaha, yang memperoleh manfaat dari produk dan jasa entitas perbankan, termasuk kegiatan pembelian, sewa guna usaha, dan jasa”.

Nasabah berperan penting dalam lembaga keuangan. Nasabah tidak bergantung pada suatu lembaga, melainkan lembaga itu sendiri yang membutuhkan nasabah. Lembaga keuangan yang dapat memberikan pelayanan yang baik akan mendapat keuntungan dari nasabah – nasabah yang transaksi didalamnya. Selain itu nasabah tersebut juga akan memberikan dampak positif bagi lembaga keuangan yang memberikan pelayanan terbaik. Seperti halnya nasabah tersebut merekomendasikan lembaga keuangan kepada orang lain.

Menurut Sciffman dan Kanuk (2015), perilaku pelanggan adalah studi tentang perilaku pelanggan dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan meninggalkan produk dan jasa yang mereka harapkan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Perilaku pelanggan ini juga menjelaskan bagaimana orang



membuat keputusan tentang penggunaan sumber daya yang tersedia, yaitu. waktu, uang dan tenaga, untuk produk atau jasa yang ditawarkan oleh pemasaran atau penyedia jasa (Netwan, Yasa, dan Sukaatmadja 2021).

Paul Peter and Jerry C. Olson Mendefinisikan perilaku nasabah sebagai nasabah bank (consumer behavior) adalah interaksi dinamis antara pengaruh dan persepsi, tindakan dan kejadian di sekitar kita, dimana orang memahami aspek sosial kehidupan, sedangkan menurut Alex S. Nitesemito, perilaku nasabah merupakan ilmu yang bertujuan untuk mempelajari perilaku nasabah sebagai nasabah bank. Pentingnya aktivitasnya dalam pembelian barang atau jasa perbankan (Rofiani 2008).

Proses keputusan nasabah adalah proses terintegrasi yang digunakan untuk menggabungkan pengetahuan serta untuk melakukan evaluasi dua atau lebih tindakan alternatif dan memilih salah satunya. Organisasi dapat membuat perubahan untuk melayani nasabah mereka dengan lebih baik karena tiga alasan utama:

1. Untuk menyediakan nasabah dengan produk berkualitas tinggi.
2. Utamakan nasabah, tingkatkan riset nasabah dan pemasaran untuk mengenal nasabah secara pribadi dan dampak strategi pemasaran serta perubahan strategi terhadap nasabah.

3. Pengembangan Internet sebagai alat pemasaran (e-marketing) untuk meningkatkan fokus pelanggan.

#### **2.1.5. Pengertian Nonmuslim**

Berdasarkan terminologi fiqh Islam klasik, non-Muslim disebut Zimmi. Ini berarti orang-orang yang hidup di bawah pemerintahan Islam yang dilindungi. Namun, keamanan hidupnya dan pembebasan dari tugas militer dan zakat Anda wajib membayar pajak (Jizya). Selama periode penaklukan politik Islam besar-besaran di wilayah tersebut sejak Kekhalifahan Rasyidin, ia memantapkan dirinya selama era Umayyah dan kemudian Abbasiyah. Non-Muslim kemudian diberi pilihan untuk menerima Islam atau tetap dalam agamanya, bersedia hidup dan diperintah oleh pemerintahan Islam yang menaklukkan mereka.

#### **2.1.6. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)**

##### **2.1.6.1 Pengertian BMT**

BMT merupakan singkatan dari Baitul Maal Wa Tamwil. BMT merupakan lembaga keuangan nonbank yang ada di Indonesia. BMT telah tersebar di seluruh Indonesia dan memberikan pelayanan dalam bentuk jasa terkait dengan penghimpunan dan penyaluran dana di masyarakat. Baitul maal memiliki fungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial. Sedangkan Baitul tamwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba (Ridwan 2014: 20).

Menurut (Azyumardi Azra 2003) Baitul Maal Wa Tamwil adalah lembaga keuangan non-bank yang beroperasi menurut prinsip syariah bagi hasil yang didirikan oleh masyarakat di satu tempat atau wilayah. BMT adalah lembaga keuangan non bank. Selain berfungsi sebagai lembaga keuangan, BMT juga berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Selain menghimpun dana dan menyalurkan kepada masyarakat, BMT juga berperan sebagai penyalur kegiatan ekonomi seperti perdagangan, industri dan pertanian.

Sedangkan menurut Arief Budiharjo, BMT adalah:

“Kelompok swadaya Masyarakat (KSM) sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan sistem bagi hasil untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil-bawah dalam rangka pengentasan kemiskinan”

BMT didirikan atas dasar saalam yaitu penuh keselamatan, kedamaian, dan kesejahteraan. Prinsip BMT adalah sebagai berikut :

- a. Ahsan (Mutu hasil kerja yang terbaik), thayyiban (terindah), ahsana'amalu (memuaskan semua pihak), dan sesuai nilai - nilai salaam ( kedamaian, keselamatan dan kesejahteraan ).
- b. Barakah
- c. Spiritual communication ( penguatan nilai ruhiyah )

- d. Demokratis, partisipatif, dan inklusif.
- e. Keadilan sosial dan kesetaraan gender, non diskriminatif.
- f. Ramah lingkungan, peka dan bijak terhadap pengetahuan dan budaya lokal, serta keanekaragaman budaya.
- g. Keberlanjutan memberdayakan masyarakat dengan cara meningkatkan kemampuan diri dan lembaga masyarakat lokal.

Berikut ini adalah Visi dan Misi dibentuknya BMT :

- a. Visi BMT adalah mewujudkan kualitas masyarakat sekitar BMT yang aman, tentram dan sejahtera dengan mengembangkan lembaga dan perusahaan BMT serta POKUSMA (Kelompok Usaha Muamalah) yang maju, terpercaya, aman, nyaman, transparan dan wajar..
- b. Misi BMT adalah mengembangkan POKUSMA dan BMT yang maju dan berkembang, handal, aman, nyaman, transparan dan peduli, sehingga kualitas masyarakat di sekitar BMT aman, tentram dan sejahtera..

Untuk dalam kegiatan dalam operasionalnya menggunakan 3 prinsip yaitu:

- a. Prinsip bagi hasil yakni, mudharabah, musyarakah, muzara'ah, dan musaqah.

- b. Jual beli disertai margin (keuntungan) yakni murabahah, Ba'I As-Salam, Ba'I Al-Istisna.
- c. Sistem profit yang diantaranya kegiatan operasional dalam menghimpun dana dari masyarakat dapat berbentuk Giro wadiah, Tabungan Mudharabah, Deposito Investasi Mudharabah, Tabungan Haji, dan Tabungan Qurban.

Seiring berkembangnya lembaga keuangan syariah di Indonesia, BMT juga terlibat dalam mempromosikan lembaga keuangan syariah. BMT yang berperan sebagai penggerak ekonomi dan sosial bagi banyak orang, pelopor pengenalan sistem ekonomi syariah, penghubung antara si kaya dan si miskin, sarana pendidikan informal untuk mewujudkan prinsip hidup berkah.

Menurut Arif (2017: 379-380), adapun kegunaan BMT di masyarakat adalah sebagai berikut.

- a. Menjauhkan masyarakat dari praktik ekonomi nonsyariah

Pendirian BMT dimaksudkan untuk menjauhkan masyarakat dari praktik-praktik kegiatan sosial ekonomi yang tidak sesuai dengan prinsip Islam. Dalam BMT, segala transaksi disesuaikan dengan perintah yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits.

- b. Melakukan Pembinaan dan Pendanaan Usaha Kecil

BMT harus mampu membina dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang mempunyai usaha kecil. Tindakan tersebut biasa disebut dengan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan cara memberikan pengawasan, pembinaan, penyuluhan, dan pendampingan terhadap usaha nasabah.

c. Melepaskan Ketergantungan Kepada Rentenir

Hal tersebut dikarenakan rentenir mampu memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan dalam masyarakat dengan menyediakan dana dengan segera. Oleh karena itu, BMT harus mampu melayani masyarakat dengan cara yang lebih baik.

d. Menjaga Keadilan Ekonomi Masyarakat dengan Distribusi yang Merata

BMT yang langsung berhadapan dengan masyarakat yang kompleks dituntut harus pandai bersikap. BMT harus memperhatikan kelayakan nasabah dalam hal golongan nasabah dan jenis pembiayaan.

### **2.1.6.2 Perilaku Konsumen**

Konsep dan definisi perilaku konsumen erat kaitannya dengan objek yang fokus pada permasalahan manusia. Studi pemasaran misalnya, dalam studi pemasaran konsep perilaku

konsumen selalu dikembangkan terus menerus dengan berbagai pendekatan. Perilaku konsumen memiliki pengertian tindakan yang dilakukan secara langsung untuk mendapatkan, mengkonsumsi, menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (J. Setiadi , N 2008:3).

Definisi perilaku konsumen menurut Hawkinns dkk (2007) dalam (Herawati dan Listyawati 2017:208) adalah studi tentang perorangan, kelompok atau organisasi tentang proses yang digunakan untuk memilih, mengamankan, memakai, dan menghabiskan produk, layanan, pengalaman atau ide untuk memenuhi kebutuhan dimana dampak dari proses ini mempengaruhi konsumen atau masyarakat. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2007) dalam (Herawati dan Listyawati 2017: 208-209) perilaku konsumen adalah perilaku yang ditampilkan konsumen dalam melakukan pembelian, penggunaan, evaluasi dan penggunaan produk dan jasa yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan mereka.

### **2.1.6.3 Asas dan Dasar Hukum**

BMT berasaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berlandaskan prinsip Syariah, keimanan, keterpaduan (kaffah),

kekeluargaan atau koperasi, kebersamaan, kemandirian dan profesionalisme. Prinsip Syariah yang dimaksud bahwa sistem kinerja BMT tidak pada sistem bunga yang dianggap riba. Dalam Al-Qur'an sudah diterangkan bahwa telah diharamkan proses jual beli dan diharamkan riba.

Berdasarkan Undang-Undang No. 25 tahun 1992. Maka badan hukum yang dapat digunakan oleh BMT, meliputi:

- a. Unit Jasa Keuangan Syari'ah (UJKS) dari Koperasi Serba Usaha (KSU)
- b. Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah (KSPS)
- c. Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS)

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa BMT merupakan organisasi yang sah dan legal dengan menjalankan kegiatan perekonomian berdasarkan dengan prinsip-prinsip islam yang mana tidak ada riba dalam segala transaksinya.

#### **2.1.6.4 Tujuan dan Fungsi BMT**

BMT didirikan dengan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pada anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya. Maksudnya dengan adanya BMT dapat mengentaskan kemiskinan dengan memberikan modal usaha kepada nasabah yang didasarkan pada prinsip syariah serta



memberikan bimbingan dalam usaha tersebut. BMT bersifat usaha untuk berbisnis dan berkembang dengan swadaya dan dikelola secara professional. Dengan bergabung dengan BMT, diharapkan masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup melalui usaha. Menurut (Ridwan 2014: 120) adapun fungsi Baitul Maal wa Tamwil (BMT) yaitu:

- a. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisir, mendorong, dan mengembangkan potensi serta kemampuan anggota, kelompok usaha anggota muamalat (Pokusma) dan kerjanya.
- b. Mempertinggi kualitas SDM anggota dan Pokusma menjadi lebih profesional dan Islami sehingga semakin utuh dan tangguh menghadapi tantangan global.
- c. Menggalang dan mengorganisir potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.
- d. Menjadi perantara keuangan (financial intermediary) antara shahibul maal dengan mudharib terutama untuk dana-dana sosial seperti zakat, infaq sedekah wakaf dan hibah.

## 2.2. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

No.	Hasil Penelitian yang Relevan
1.	<p>Hasil Penelitian (Sukti, S. &amp; Aliansyah 2017) yang berjudul <i>Preferensi Nasabah Non-Muslim Terhadap Bank Syariah (studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palangkaraya)</i>. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengapa lebih banyak masyarakat non-muslim yang cenderung memilih bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Palangkaraya. Perbedaan penelitian ini terdapat pada objek penelitian, yaitu nasabah non-muslim Bank Syariah Mandiri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi nasabah non-muslim terhadap Bank Syariah Mandiri cabang Palangkaraya adalah karena pelayanan karyawan bank itu sendiri yang baik dan ramah, kelengkapan fasilitas, antrian yang tidak banyak seperti bank yang lain, dan beberapa keuntungan yang didapatkan nasabah.</p>
2.	<p>Hasil penelitian (Noviyanti 2019) yang berjudul <i>Preferensi Masyarakat Terhadap BMT</i>. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field research), sedangkan sifat penelitian adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa adanya faktor yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat, yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Faktor psikologis menjadi sebuah dasar pokok masyarakat mengambil keputusan menjadi nasabah BMT, yaitu rasa puas, nyaman, dan kekeluargaan. Sedangkan dalam pengambilan keputusan dipengaruhi oleh tiga landasan waktu, yaitu masa lalu, masa kini, dan masa depan.</p>
3.	<p>Hasil penelitian (Khairunnisa 2015) yang berjudul <i>Persepsi dan Preferensi Nasabah Nonmuslim terhadap Produk Pembiayaan</i></p>

	<p><i>Rumah yang Ditawarkan Bank Muamalat di Kota Palangkaraya.</i></p> <p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah non-muslim yang berjumlah 5 orang dan 1 orang pihak pengembang perumahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi nasabah non-muslim yang menjadi subjek penelitian ini dipengaruhi oleh rekomendasi pihak pengembang perumahan, angsuran tetap yang memberikan kepastian nasabah, dan kemudahan pengurusan pengambilan biaya rumah.</p>
4.	<p>Hasil Penelitian (Nur 2019) yang berjudul <i>Preferensi Pedagang di Pasar Mijen Menabung di BMT Walisongo Semarang.</i> Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pedagang di Pasar Mijen menabung di BMT Walisongo Semarang didapatkan dari pengalaman yang diperoleh sebelumnya.</p>

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian**

Lokasi yang menjadi tempat dilaksanakannya penelitian adalah di BMT Amanah Ummah Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. Waktu yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian ini direncanakan selama 3 bulan.

#### **3.2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Peneliti berperan untuk mengumpulkan data, menganalisis data, dan mengambil kesimpulan atas data yang telah dianalisa. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk menggambarkan suatu masalah (Suryabrata 1995: 18).

#### **3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **3.3.1. Populasi**

Setiap penelitian memiliki tujuan populasi yang akan dijadikan sasaran dalam penelitian. Populasi terdiri atas keseluruhan unit yang masuk dalam ruang lingkup penelitian. Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu

wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian (Martono 2019). Populasi yang termasuk dalam penelitian adalah sejumlah 4 nasabah nonmuslim yang menjadi nasabah di BMT Amanah Ummah Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.

### **3.3.2. Sampel**

Sampel mempunyai peran penting dalam penelitian. Sampel berarti sebagian dari populasi yang sesuai dengan kriteria untuk penelitian. Sampel merupakan bagian penting dalam membentuk kekuatan sehingga menunjukkan keabsahan terkait dengan hasil penelitian. Seorang peneliti hanya akan mengambil beberapa bagian dari populasi dengan ciri tertentu sebagai sampel. Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti (Martono 2019). Sampel yang digunakan peneliti ini merupakan nasabah nonmuslim BMT Amanah Ummah Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. Sampel yang diambil sebanyak 4 orang.

### **3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel merupakan teknik yang digunakan oleh peneliti dalam pengambilan data. Teknik

pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono 2001: 57).

### **3.4. Data dan Sumber Data**

Sebuah penelitian harus menggunakan sumber data dalam penelitiannya. Sumber data ialah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sehubungan dengan pernyataan tersebut, peneliti menggunakan sumber data berupa dokumen yang merupakan data sekunder. Data adalah segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi (Arikunto 2002).

Data dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari sampel yang dijadikan responden penelitian. Sedangkan data sekunder, yaitu data dan informasi yang diperoleh dari pihak-pihak yang terkait langsung maupun tidak langsung dengan objek penelitian, serta literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dipakai peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara dan tergantung pada fokus dan

tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini meliputi:

### **3.5.1. Wawancara**

Wawancara mendalam merupakan salah satu teknik yang dipakai peneliti dalam mengumpulkan data. Penggunaan wawancara dalam pengumpulan data membutuhkan narasumber sebagai sumber informasi yang akan digali oleh peneliti. Sebelum melakukan wawancara, peneliti harus mempersiapkan daftar pertanyaan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai. Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan jalan pertanyaan sepihak maupun dua belah pihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian (Marzuki 2000: 62). Teknik wawancara ini digunakan untuk mengambil data yang berasal dari informan.

### **3.5.2. Observasi**

Dalam sebuah penelitian, peneliti juga dapat melakukan pengamatan dan disertai dengan pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Cara ini tidak hanya terbatas pada pengamatan terkait apa yang terjadi di lapangan. Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan, pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki (Hadi 2002: 136). Teknik ini digunakan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya terjadi di lapangan.

### **3.5.3. Kepustakaan**

Studi pustaka merupakan bagian dari metode dalam pengumpulan data. Studi pustaka dilakukan dengan cara mendalami dan menelaah beberapa literatur yang dapat digunakan sebagai pendukung data dalam suatu penelitian. Peneliti mencari sumber-sumber yang relevan dengan kajian yang akan dilaksanakan. Studi pustaka merupakan sebuah proses mencari, membaca, memahami, dan menganalisis berbagai literatur, hasil kajian (hasil penelitian) yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti (Martono 2019).

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah suatu upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk mengolah data, menemukan pola, memilih-milihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain (Moleong 2009: 248). Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif lapangan karena data yang diperoleh berupa kata-kata maupun uraian. Peneliti menggunakan data yang diperoleh dalam bentuk uraian dan dianalisa dengan menggunakan cara berfikir induktif sehingga peneliti dapat mengetahui, mendeskripsikan, dan menjelaskan mengenai preferensi nasabah nonmuslim terhadap BMT Amanah Ummah Kecamatan



Kartasura Kabupaten Sukoharjo. Adapun metode berfikir yang peneliti gunakan dalam merumuskan kesimpulan tulisan ini adalah cara berfikir induktif, yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta – fakta yang khusus dan konkret tersebut ditarik secara generalisasi umum (Hadi 2002: 40).

## **BAB IV**

### **Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum BMT Amanah Ummah**

Lembaga keuangan syariah yang juga dikenal sebagai BMT AUM atau BMT Amanah Ummah, menerima dana dalam bentuk simpanan dari anggotanya dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pinjaman dengan skema bagi hasil. BMT Amanah Ummah memiliki dua jenis kegiatan yaitu kegiatan usaha (Tamwil) dan kegiatan sosial (Maal).

Kegiatan usaha yang dilakukan oleh BMT Amanah Ummah bertujuan untuk membantu para pemilik usaha kecil dengan memberikan pinjaman modal kerja. BMT dapat mengambil manfaat dari kegiatan usaha ini dan menjadi mandiri.

BMT Amanah Ummah juga mengembangkan beberapa kegiatan seperti :

- 1) menggalang dana yang akan digunakan untuk mendanai usaha anggotaMemberikan pembiayaan kepada para anggotanya sesuai dengan standar kelayakan.
- 2) Mengelola ihsan usaha simpan pinjam agar kegiatan BMT menguntungkan.

Adapun juga kegiatan sosial yang dikembangkan BMT Amanah Ummah yakni meliputi :

- 1) Pendanaan masyarakat bertujuan untuk mengurangi beban ekonomi dengan tidak menikmati manfaat ekonomi.
- 2) Bantuan dalam bentuk pinjaman untuk kegiatan non produktif seperti biaya pengobatan, biaya sekolah.

Sebagai Lembaga Perbankan Syariah, BMT Amanah Ummah bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta bertujuan untuk meningkatkan daya dan posisi tawar UKM terhadap pelaku ekonomi.

#### **4.1.2. Produk BMT Amanah Ummah**

##### **a. Produk Pembiayaan**

- 1) Pembiayaan Modal Usaha

Pinjaman modal kerja merupakan salah satu cara bagi seorang pengusaha untuk memulai atau membangun usahanya. Menjalankan perusahaan yang sukses tentu menjadi dambaan setiap pengusaha. Sayangnya, tidak semua orang memiliki modal awal yang cukup. Menemukan investor dan investor tidak semudah menghadirkan perusahaan yang baik. Bahkan anak-anak terkadang kesulitan meyakinkan orang tuanya untuk

membelikan mereka gadget terbaru. Terutama bagi pengusaha untuk meyakinkan orang asing bahwa mereka ingin mendanai pengembangan perusahaan mereka. AUM adalah solusi pembiayaan modal usaha dengan berbagai kemudahan dalam akad syariah melalui BMT (BMT AMANAH UMMAH 2022).

## 2) Pembiayaan Kendaraan Bermotor

Sepeda motor dan mobil kini menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Untuk menunjang kegiatan kerja dan kegiatan lainnya. Mempertimbangkan hal di atas, kami di KSPPS BMT Amanah Ummah akan berusaha membantu Anda mencapai sepeda motor yang Anda inginkan, baik baru maupun bekas (BMT AMANAH UMMAH 2022).

## 3) Pembiayaan Pembelian Tanah

Tanah adalah investasi tanpa kerugian yang pasti akan naik harganya, baik untuk hunian maupun terbengkalai. Banyak orang memiliki tanah di beberapa lokasi. Bagi Anda yang ingin memiliki tanah, kami menawarkan produk pembiayaan tanah dengan proses sederhana dan jangka waktu hingga 15 tahun (BMT AMANAH UMMAH 2022).

#### 4) Pembiayaan Renovasi Rumah

BMT Amanah Ummah sediakan produk pembiayaan renovasi rumah dengan proses mudah dan jangka waktu bisa sampai 15 tahun (BMT AMANAH UMMAH 2022)

Keuntungan melakukan pembiayaan di BMT Amanah Ummah:

- a. Akad sesuai Syariah
- b. Margin lebih murah
- c. Angsuran flat/tetap hingga pelunasan

#### 5) Pembiayaan Emas dan Perhiasan

BMT Amanah Ummah sediakan produk pembiayaan emas dan perhiasan dengan Keuntungan melakukan pembiayaan di BMT Amanah Ummah (BMT AMANAH UMMAH 2022) :

- a. Akad sesuai Syariah
- b. Margin lebih murah
- c. Angsuran flat/tetap hingga pelunasan

#### 6) Pembiayaan Pendidikan

BMT Amanah Ummah sediakan produk pembiayaan pendidikan dengan keuntungan melakukan pembiayaan di BMT Amanah Ummah (BMT AMANAH UMMAH 2022) :

- a. Akad sesuai Syariah
- b. Margin lebih murah
- c. Angsuran flat/tetap hingga pelunasan

7) Pembiayaan Rumah Sakit

BMT Amanah Ummah sediakan produk pembiayaan rumah sakit dengan cara keuntungan melakukan pembiayaan di BMT Amanah Ummah (BMT AMANAH UMMAH 2022) :

- a. Akad sesuai Syariah
- b. Margin lebih murah
- c. Angsuran flat/tetap hingga pelunasan

8) Pembiayaan Elektronik dan Rumah Tangga

BMT Amanah Ummah sediakan produk pembiayaan pendidikan dengan keuntungan melakukan pembiayaan di BMT Amanah Ummah (BMT AMANAH UMMAH 2022):

- a. Akad sesuai Syariah
- b. Margin lebih murah
- c. Angsuran flat/tetap hingga pelunasan

## **b. Produk Simpanan**

### 1) Simpanan Wadiah

Simpanan Wadiah adalah jenis Simpanan yang menggunakan prinsip menitipkan tanpa adanya bagi hasil. Simpanan Wadiah menggunakan akad Wadiah Yad Dhamanah.

### 2) Simpanan Investasi Mudharabah

Simpanan Investasi Mudharabah (SIM) adalah jenis simpanan yang menggunakan prinsip investasi (bagi hasil) dan dapat diambil sewaktu-waktu dengan saldo mengendap minimal sesuai dengan ketentuan. Simpanan Investasi Mudharabah (SIM) Menggunakan Akad Mudharabah Mutlaqah.

### 3) Simpanan Mudharabah Plus (SMP)

Simpanan Mudharabah Plus (SMP) adalah jenis simpanan yang menggunakan prinsip investasi (bagi hasil) dan dapat diambil sewaktu-waktu dengan saldo mengendap minimal sesuai dengan ketentuan. Simpanan Mudharabah Plus (SMP) menggunakan Akad Mudharabah Mutlaqah.

#### 4) Simpanan Investasi Mudharabah Berjangka (IMB)

Simpanan Investasi Mudharabah Berjangka (IMB) adalah jenis simpanan yang menggunakan prinsip investasi (bagi hasil) dengan jangka waktu yang telah ditentukan. Simpanan Investasi Mudharabah Berjangka (IMB) menggunakan Aqad Mudharabah Mutlaqah.

#### 5) Simpanan Multiguna Syariah (SMS)

Simpanan Multiguna Syariah (SMS) adalah jenis simpanan yang menggunakan prinsip investasi (bagi hasil) dengan pembayaran rutin setiap bulan dan dapat diambil pada saat jatuh tempo sesuai dengan jangka waktu yang disepakati. Simpanan Multiguna Syariah (SMS) menggunakan Aqad Mudharabah Mutlaqah.

#### 6) Simpanan Umrah

Simpanan Umroh adalah jenis simpanan yang menggunakan prinsip investasi (bagi hasil) dan secara khusus diperuntukkan menunaikan Ibadah Umroh. Simpanan Umroh menggunakan Akad Mudharabah Mutlaqah.



#### 7) Simpanan Haji Mabror

Simpanan Haji Mabror adalah jenis simpanan yang menggunakan prinsip investasi (bagi hasil) dan secara khusus diperuntukkan menunaikan ibadah haji. Simpanan Haji Mabror menggunakan Akad Mudharabah Mutlaqah.

#### 8) Simpanan Qurban

Simpanan Qurban adalah jenis simpanan yang menggunakan prinsip investasi (bagi hasil) dan secara khusus diperuntukkan Ibadah Qurban. Simpanan Qurban menggunakan Akad Mudharabah Mutlaqah.

### **4.2. Karakteristik Subjek Penelitian.**

Dalam penelitian ini, peneliti telah memilih 4 orang yang digunakan menjadi narasumber dalam penelitian ini. Dengan 4 orang narasumber tersebut peneliti dirasa dapat mencapai hasil yang diharapkan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini didapati bahwa 4 narasumber yang dipilih sudah sesuai karena semuanya adalah nasabah di BMT Amanah Ummah serta sesuai dengan masalah yang diangkat yaitu nasabah nonmuslim di BMT Amanah Ummah. Keempat narasumber tersebut 3 diantaranya adalah menggunakan produk simpanan biasa yaitu simpanan investasi mudharabah untuk masa depan dan yang terakhir adalah menggunakan pembiayaan kendaraan bermotor.

**Tabel 3****Data narasumber**

No	Nama	Agama	Pekerjaan	Produk yang digunakan
1.	Ari Tamtomo	Kristen	Guru	Pembiayaan Bermotor
2.	Wuri Sulistyani	Budha	Pedagang	Simpanan Investasi Mudharabah
3.	Lisa	Kristen	Pedagang	Simpanan Investasi Mudharabah
4.	Novianti Shinta	Kristen	Pedagang	Simpanan Investasi Mudharabah

Sumber : data primer yang diolah (2022)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa ada 1 (satu) orang yang menggunakan produk pembiayaan kendaraan bermotor dan ada 3 (tiga) orang yang menggunakan produk simpanan biasa yaitu Simpanan Investasi Mudharabah. Dalam menggunakan jasa BMT Amanah Ummah narasumber pertama yaitu Bapak Ari Tamtomo yang beragama kristen dan berprofesi sebagai guru memaparkan bahwa sudah menjadi nasabah di BMT Amanah Ummah selama 3 tahun. Bapak Ari Tamtomo menggunakan pembiayaan kendaraan bermotor sudah 4 motor.

Narasumber kedua yaitu ibu Wuri Sulistyani yang beragama kristen yang berprofesi sebagai pedagang sudah menggunakan jasa BMT Amanah Ummah sudah cukup lama. Beliau juga memaparkan bahwa

selama menggunakan jasa BMT Amanah Ummah selalu memuaskan. Narasumber ketiga yaitu Ibu Lisa yang berprofesi sebagai pedagang yang juga sudah lama menggunakan jasa BMT Amanah Ummah. Narasumber terakhir adalah ibu Novianti Shinta yang beragama kristen dan memiliki usaha kosmetik memaparkan bahwa sudah bertahun - tahun menggunakan jasa BMT Amanah Ummah dan juga lancar tidak ada kendala.

#### **4.3. Pembahasan**

Menurut Nugroho J. Setiadi (2008), preferensi konsumen terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh 4 faktor, yaitu Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis.

##### **1. Faktor Kebudayaan**

- a. Kebudayaan menjadi faktor penentu yang paling mempengaruhi keinginan dan perilaku seseorang. Kebudayaan sudah ada sejak seseorang dilahirkan. Kebudayaan yang berdampingan dengan kehidupan seseorang sehingga mampu mempengaruhi dan membentuk perilaku seseorang. Setiap orang tumbuh dan berkembang akan mendapatkan pembelajaran dan pengalaman dari budaya di sekitar.
- b. Subbudaya, subbudaya dibedakan menjadi empat kelompok yang terdiri dari kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis. Kebudayaan yang terdiri dari subbudaya memberikan identifikasi serta sosialisasi yang lebih spesifik terhadap para anggotanya.

- c. Kelas sosial, kelas sosial merupakan sekelompok anggota yang bersatu dan bertahan pada kelompok yang relatif homogen serta mempunyai minat yang sama.

**Tabel 4**

**Hasil Wawancara Faktor Kebudayaan**

No	Pertanyaan	Nasabah			
		Ari Tamtomo	Wuri Sulistyana	Lisa	Noviana Shinta
1	Bagaimana pendapat anda jika bertransaksi di BMT Amanah Ummah yang notabene adalah bank Islam ?	Hanya istilahnya saja yang saya tidak mengerti	Ada beberapa istilah yang sulit dipahami	Ya kadang saya bingung sama istilahnya	Cuman kadang gak tau aja istilah-istilah yang ada disana
2	Apakah dengan menggunakan perjanjian – perjanjian yang dipakai di BMT Amanah Ummah dapat	Bisa paham tapi beberapa saja	Kadang masih bingung tapi bisa dipahami	Dapat kami pahami, tapi kadang bingung istilahnya	Saya bisa ngerti tapi tidak sepenuhnya

	dimengerti?				
3	Apa pendapat anda dengan pelayanan BMT Amanah Ummah menggunakan prinsip Syariah ?	Tidak apa – apa	Gak masalah	Cukup membantu	Gak papa
4	Apakah pelayanan BMT Amanah Ummah melayani sesuai dengan budaya yang ada?	Sudah	Sudah	Sudah	Sudah

Data : Diolah 2022

Keberadaan budaya atau adat tersebut dalam suatu masyarakat adalah pakem, telah mendarah daging, dan tidak berubah-ubah agar bisa dijadikan sebagai amalan baku, dan tidak simpang siur.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa preferensi nasabah nonmuslim terhadap BMT Amanah Ummah tidak dipengaruhi oleh faktor budaya.

## 2. Faktor – Faktor Sosial

Kelompok referensi, kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang yang menghasilkan preferensi. Beberapa di antaranya kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti: keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat. Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.

- a. Keluarga, kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah Keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.
- b. Peran dan Status, seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

Tabel 5

## Hasil Wawancara Faktor Sosial

No	Pertanyaan	Informan			
		Ari Tamtomo	Wuri Sulistiyana	Lisa	Noviana Shinta
1	Bagaimana anda mendapatkan informasi mengenai BMT Amanah Ummah?	Dari marketing	Dari marketing BMT	Dari Ibu saya	Promosi dari marketing datang ke toko
2	Apakah teman, tetangga, kerabat anda ada yang menjadi nasabah di BMT Amanah Ummah?	Tidak tau	Tidak ada	Ibu saya	Tidak tau
3	Kenapa teman, tetangga, kerabat anda menjadi nasabah di BMT Amanah Ummah?	Tidak tau	Tidak ada	Karena cepat, mudah dan aman	Tidak tau
4	Apakah BMT Amanah	Lumayan	Tidak begitu	Iya, karena	Tidak begitu

	Ummah terkenal daripada BMT yang lain?			ibu saya nasabah disitu	terkenal
--	--	--	--	-------------------------------	----------

Data : Diolah 2022

Tidak salah jika Islam merupakan ajaran yang paling komprehensif, Islam sangat rinci mengatur kehidupan umatnya, melalui kitab suci al-Qur'an. Allah SWT memberikan petunjuk kepada umat manusia bagaimana menjadi insan kamil atau pemeluk agama Islam yang kafah atau sempurna. Secara garis besar ajaran Islam bisa dikelompokkan dalam dua kategori yaitu Hablum Minallah (hubungan vertikal antara manusia dengan Tuhan) dan Hablum Minannas (hubungan manusia dengan manusia). Allah menghendaki kedua hubungan tersebut seimbang walaupun hablumminannas lebih banyak di tekankan. Namun itu semua bukan berarti lebih mementingkan urusan kemasyarakatan, namun hal itu tidak lain karena hablumminannas lebih kompleks dan lebih komprehensif. Oleh karena itu suatu anggapan yang salah jika Islam dianggap sebagai agama transedental.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi nasabah nonmuslim terhadap BMT Amanah Ummah dipengaruhi oleh faktor sosial yang dimana sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya dari Khairunnisa (2015) bahwa preferensi nasabah non-muslim yang menjadi subjek penelitian dipengaruhi oleh rekomendasi pihak pengembang perumahan.

### 3. Faktor – Faktor Pribadi

- a. Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya



- mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.
- b. Pekerjaan, para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok –kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata – rata, terhadap produk dan jasa tertentu.
  - c. Gaya hidup, gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang di ekspresikan oleh kegiatannya, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.
  - d. Kepribadian dan konsep diri, yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

**Tabel 6**

**Hasil Wawancara Faktor Pribadi**

No	Pertanyaan	Nasabah			
		Ari Tamtomo	Wuri Sulistyani	Lisa	Noviana Shinta
1	Kenapa anda lebih memilih menjadi nasabah di BMT Amanah Ummah?	Dari promosi yang dilakukan BMT ke sekolah	Dari promosi yang dilakukan marketing BMT	Dari ibu saya dulu menabung di BMT Amanah Ummah	Dari marketing BMT
2	Apa Alasan anda menjadi nasabah di	Syaratnya mudah, proses	Syaratnya Mudah dan cepat	Syaratnya mudah dan cepat	Karena mudah gak ribet

	BMT Amanah Ummah?	lebih cepat, bunga kompetitif			
3	Bagaimanakah pelayanan nasabah di BMT Amanah Ummah?	Ramah, baik, sopan	Jujur dan bertanggung jawab	Bagus, saya jadi banyak tau istilah – istilah dalam Islam	Tidak membedakan tetap ramah
4	Apa yang membedakan anda memilih BMT Amanah Ummah dibandingkan dengan bank yang lain?	Bisa jemput bola, tidak usah antri, lebih murah dari leasing	Simple praktis dan bisa jemput bola	Gak antri, bisa jemput bola	Jemput bola, ramah, dan cepet

Data : diolah 2022

Menjadi pribadi yang bermanfaat adalah salah satu karakter yang harus dimiliki oleh seorang Muslim. Setiap Muslim diperintahkan untuk memberikan manfaat bagi orang lain. Memberikan manfaat kepada orang lain, maka manfaatnya akan kembali untuk kebaikan diri kita sendiri.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi nasabah nonmuslim terhadap BMT Amanah Ummah dipengaruhi oleh faktor pribadi yang dimana sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya dari (Sukti, S. & Aliansyah 2017) yang menyatakan bahwa preferensi nasabah non-muslim terhadap Bank

Syariah Mandiri cabang Palangkaraya adalah karena pelayanan karyawan bank itu sendiri yang baik dan ramah,.

#### 4. Faktor Psikologis

Motivasi, beberapa kebutuhan biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti: rasa lapar, haus, resah tidak nyaman. Adapun kebutuhan lain bersifat psikogenik, yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

**Tabel 7**

#### Hasil Wawancara Faktor Psikologis

No	Pertanyaan	Informan			
		Ari Tamtomo	Wuri Sulistyani	Lisa	Noviana Shinta
1	Apa penawaran menarik dari BMT Amanah Ummah?	Kalau telat gak papa, yang penting masih dalam bulan itu dan bisa jemput bola	Bisa jemput bola jadi tidak repot ke kantor	Ada petugas yang ambil tabungan dan narik juga gampang	Petugas datang ke toko
2	Apakah menjadi nasabah BMT Amanah	Iya dengan sistem pembayarannya yang mudah jadi	Iya karena gak ribet	Nyaman sekali karena pelayanan sangat baik juga	Nyaman

	Ummah membuat nyaman bertransaksi?	nyaman dan sangat memudahkan			
3	Bagaimana pelayanan BMT Amanah Ummah dibandingkan dengan bank lain?	Sangat baik	Baik gampang	Sangat baik menurut saya tidak membedakan	Sangat baik

Data : Diolah 2022

Al-Qu'an memandang manusia sebagai makhluk Allah swt. yang memiliki keunikan tertentu. Manusia diciptakan dengan bentuk raga yang sebaik-baiknya ( Q S : 95 : 4 ). Dalam beberapa ayat berikut al-Qur'an secara gamblang menegaskan manusia memiliki potensi- potensi ; kekuatan fisi, nafs, akal, hati dan ruh.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi nasabah nonmuslim terhadap BMT Amanah Ummah tidak dipengaruhi oleh faktor psikologis karena tidak semua narasumber memberikan jawaban yang mendukung untuk faktor psikologis dalam menentukan preferensi.

## 5. Pendukung Penelitian

Berikut adalah tabel pertanyaan yang diajukan kepada pihak peneglola BMT Amanah Ummah beserta jawaban nya sebagai pendukung hasil penelitian yang sudah dilakukan :

Tabel 8

## Hasil Wawancara dengan Pihak BMT Amanah Ummah

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana upaya pihak BMT Amanah Ummah untuk menarik nasabah nonmuslim?	Saat ini BMT Amanah Ummah menarik nasabah dengan cara promosi dan juga bekerja sama dengan instansi – instansi
2	Bagaimana cara anda meyakinkan nasabah nonmuslim untuk bertransaksi di BMT Amanah Ummah?	Memberikan penjelasan bahwa BMT Amanah Ummah yakni suatu jasa keuangan yang legal yang
3	Apa ada penawaran – penawaran tertentu yang ditujukan kepada nasabah nonmuslim?	Tidak ada semuanya tetap menggunakan penawaran dan sistem yang sama
4	Bagaiman anda mempertahankan kepercayaan nasabah nonmuslim yang sudah menjadi nasabah di BMT Amanah Ummah?	Memberikan pelayanan yang terbaik dan tetap bersikap ramah walaupun beda agama atau tidak membedakan.

Diolah :2022

Dari hasil penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi nasabah nonmuslim terhadap BMT Amanah Ummah dipengaruhi faktor sosial dan faktor pribadi serta preferensi nasabah nonmuslim terhadap BMT Amanah Ummah tidak dipengaruhi oleh faktor budaya dan faktor psikologis.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. KESIMPULAN**

Bedasarkan dari hasil yang penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel sejumlah 4 orang nasabah dari BMT Amanah Ummah dengan menggunakan teori tentang faktor – faktor yang mempengaruhi preferensi dari (J Setiadi 2008) sebagai acuan nya. Maka dapat disimpulkan bahwa dari 4 orang sampel nasabah nonmuslim, faktor yang menentukan preferensi mereka dalam memilih BMT Amanah Ummah untuk bertransaksi adalah faktor pribadi didukung oleh faktor sosial.

Hasil penelitian menunjukkan yang menjadi alasan nasabah nonmuslim dalam menggunakan jasa di BMT Amanah Ummah bahwa pelayanan yang diberikan proses lebih cepat, Syaratnya mudah, bunga kompetitif dan pengurusan segala surat yang tidak ribet.

Hadirnya BMT di Indonesia hingga saat ini mendapatkan respon positif oleh masyarakat khususnya nasabah Non-Muslim. Volume usaha yang kian meningkat dapat dilihat dari adanya perluasan jaringan kantor BMT, kemudahan layanan yang ditawarkan serta keuntungan keuntungan menjanjikan kepada nasabah BMT Amanah Ummah.

#### **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Narasumber dalam penelitian ini cukup terbatas dikarenakan adanya ketidaksediaan narasumber untuk diwawancarai.
2. Masih terdapat keterbatasan penulis dalam menggali informasi terhadap narasumber yang memungkinkan terjadi ketidak pahaman dalam menjawab pertanyaan.

### **5.3. Saran – Saran**

Bagi penulis selanjutnya yang mengangkat tema yang sama dengan penelitian ini diharapkan bisa mengembangkan penelitian selanjutnya lebih baik lagi. Dapat memperoleh narasumber penelitian yang lebih banyak lagi. Penelitian selanjutnya dapat melengkapi kekurangan – kekurangan yang ada dipenelitian ini. Dapat memberikan manfaat dan informasi yang berguna bagi semua pembaca. Adanya keterbatasan dan kekurangan dalam penelitian ini diharapkan untuk peneliti yang akan datang dapat menjelaskan faktor lain selain yang ada di penelitian ini. Sehingga parameter preferensi nasabah nonmuslim menggunakan jasa lembaga keuangan syariah dapat dikembangkan lebih luas dibandingkan penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arif, N. R. A. 2014. *Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Arikunto. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azyumardi Azra. 2003. *Berdema Untuk Semua*. Jakarta: PT.Mizan Publika.
- Bank Indonesia. 2005. “Peraturan BI Nomor 7/7/PBI/2005 Tentang Penyelesaian Pengaduan Nasabah.” *Bank Indonesia*.
- BMT AMANAH UMMAH. 2022. “BMT Amanah Ummah.” *BMT AMANAH UMMAH*. Diambil (<https://bmtaum.co.id/>).
- Dewi, N. 2017. “Regulasi Keberadaan Baitul Maal Wat Tamswil (BMT) dalam Sitem Perekonomian di Indonesia.” *Jurnal Serambi Hukum* 11(1):96–110.
- Hadi, S. 2002. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Ofset.
- Herawati, Andry, dan Liling Listyawati. 2017. “Faktor Penentu Keputusan Nasabah Muslim Dan Non Muslim Dalam Memilih Jasa Bank Syariah Di Kota Surabaya.” *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi* 14(2):205–21. doi: 10.31113/jia.v14i2.114.
- J Setiadi, Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen : Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Latifah, S. C. 2020. “Preferensi Nasabah Nonmuslim terhadap BPRS Fajar

- Sejahtera Kuta Bali.” Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Ma’ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Madnasir & Khoirudin. 2012. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Seksi Penerbitan  
Fakultas Syariah IAIN Raden Intan.
- Mappiare, A. 1994. *Psikologi Orang Dewasa bagi Penyesuaian dan Pendidikan*.  
Surabaya: Usana Offsetprinting.
- Martono, N. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo  
Persada.
- Marzuki. 2000. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: PT Prasetia Widia Pratama.
- Moleong, L. J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mutasowifin, Ali. 2003. “Menggagas Strategi Pengembangan Perbankan Syariah  
Di Pasar Nonmuslim.” *Jurnal Universitas Paramadina* 3(1):25–39.
- Nasution, Mislah Hayati, dan Sutisna Sutisna. 2015. “Faktor-Faktor Yang  
Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking.” *Nisbah: Jurnal  
Perbankan Syariah* 1(1):62. doi: 10.30997/jn.v1i1.241.
- Navis, Mar’atus Syawalia. 2015. “Preferensi Pedagang Pasar Tradisional  
Terhadap Sumber Permodalan ( Studi Pada Pedagang Pasar Merjosari).”  
*Jurnal Ilmiah* 1(1):1–22.
- Netwan, Jeffry Z. C., Ni Nyoman Kerti Yasa, dan I. Putu Gede Sukaatmadja.  
2021. *Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin*.

diedit oleh R. R. Reung. Penerbit Media Sains Indonesia.

Noviyanti. 2019. "Preferensi Masyarakat terhadap BMT." Institut Agama Islam Negeri Metro.

Nur, M. 2019. "Preferensi Pedagang di Pasar Mijen Menabung di BMT Walisongo Semarang." Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Ridwan, M. 2014. *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press.

Rofiani, Novi. 2008. "Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegadaian Pada PT. Bank Syariah Mandiri TBK."

Semaoen, I. & Kiptiyah, S. M. 2013. *Mikro Ekonomi*. Malang: Universitas Brawijaya Press.

Siregar, A. P. 2020. "Kinerja Koperasi di Indonesia." *Jurnal Ilmu Pertanian Tropika dan Subtropika* 5(1):31–38.

Sugiyono. 2001. *Statistika untuk Penelitian*. diedit oleh Alfabeta. Bandung.

Suhendi, Hendi. 2002. "Fiqh Muamalah." Hal. 107 in. PT Raja Grafindo Persada.

Sukti, S. & Aliansyah, M. 2017. "Preferensi Nasabah Non-Muslim terhadap Bank Syariah Mandiri Cabang Palangkaraya." *El-Mashlahah* 7(2).

Suryabrata, S. 1995. *Metologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Press.

Umairroh, Resti. 2017. "Preferensi Nasabah Muslim Tidak Menggunakan Bank Syariah." Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Utami, Wikan Budi, Suhesti Ningsih, dan Paidi Paidi. 2018. "the Effect of Service Level Baitul Maal Wat-Tamwil Tumang on Member'S Satisfaction of Mudharabah Deposits." *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* 1(01). doi: 10.29040/ijebar.v2i02.280.

**LAMPIRAN**

## Lampiran 1 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan												Tahun
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	
1	Pengajuan Judul		X											2020
2	Survey Awal Pencarian Data		X											2021
2	Pengajuan Proposal			X										2021
3	Konsultasi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	2021
4	Penyusunan BAB I	X	X	X										2021
5	Penyusunan BAB II	X	X	X										2021
6	Penyusunan BAB III	X	X	X	X									2021
7	Pendaftaran Seminar Proposal				X									2021
8	Seminar Proposal				X									2021
9	Pengumpulan Data								X					2022
10	Analisis data								X					2022
11	Penyusunan BAB IV								X	X	X			2022
12	Penyusunan BAB V								X	X	X	X		2022
13	Pendaftaran Munaqasah										X			2022

## Lampiran 2 Pedoman Wawancara

### A. Wawancara Pihak BMT Amanah Ummah

1. Bagaimana upaya BMT Amanah Ummah untuk menarik nasabah nonmuslim?
2. Bagaimana cara anda meyakinkan nasabah nonmuslim untuk bertransaksi di BMT Amanah Ummah?
3. Apakah ada penawaran – penawaran yang ditujukan khusus kepada nasabah non muslim di BMT Amanah Ummah ?
4. Bagaimana anda mempertahankan kepercayaan nasabah nonmuslim di BMT Amanah Ummah?

### B. Wawancara Nasabah Nonmuslim BMT Amanah Ummah

#### **Faktor Kebudayaan**

1. Bagaimana pendapat anda jika bertransaksi di BMT amanah Ummah yang notabene adalah Bank Islam ?
2. Apakah dengan menggunakan perjanjian-perjanjian yang dipakai di BMT amanah Ummah dapat dimengerti ?
3. Apa pendapat anda dengan pelayanan BMT amanah Ummah menggunakan prinsip syariah ?
4. Apakah pelayanan BMT Ummah sudah melayani sesuai dengan Budaya yang ada di Jawa Tengah?

**Faktor Sosial**

1. Bagaimana anda mendapatkan informasi mengenai BMT amanah Ummah ?
2. Apakah teman tetangga kerabat Anda ada yang menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?
3. Kenapa teman tetangga kerabat anda menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?
4. Apakah BMT amanah Ummah terkenal daripada BMT yang lain?

**Faktor Pribadi**

1. Kenapa Anda lebih memilih menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?
2. Apa alasan anda menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?
3. Bagaimanakah pelayanan Nasabah di BMT amanah Ummah?
4. Apa yang membedakan Anda memilih BMT amanah Ummah dibandingkan dengan bank syariah yang lain?

**Faktor Psikologis**

1. apa penawaran menarik di BMT amanah Ummah?
2. Apakah menjadi nasabah BMT amanah Ummah membuat Anda nyaman bertransaksi?

3. Bagaimanakah pelayanan BMT amanah Ummah dibandingkan dengan bank lain?



### **Lampiran 3 Form Catatan Wawancara**

#### Wawancara Informan 1

Nama : Ari Tamtomo

Jabatan : Nasabah BMT Amanah Ummah

1. Bagaimana pendapat anda jika bertransaksi di BMT amanah Ummah yang notabene adalah Bank Islam ?

“Hanya istilahnya saja yang saya tidak mengerti tapi selebihnya saya sangat nyaman bertransaksi di BMT tersebut karena mudah”.

2. Apakah dengan menggunakan perjanjian-perjanjian yang dipakai di BMT amanah Ummah dapat dimengerti ?

“Bisa faham tapi saya hanya paham beberapa saja karena selebihnya saya susah untuk mengerti istilah tersebut”

3. Apa pendapat anda dengan pelayanan BMT amanah Ummah menggunakan prinsip syariah ?

“Saya tidak ada masalah Mbak tidak apa-apa karena semua proses yang ada di BMT itu mudah dan cepat”

4. Apakah pelayanan BMT Ummah sudah melayani sesuai dengan Budaya yang ada di Jawa Tengah?

“Menurut saya sudah kok Mbak”

5. Bagaimana anda mendapatkan informasi mengenai BMT amanah Ummah?

“saya tahu dari marketingnya Mbak”

6. Apakah teman, tetangga, kerabat Anda ada yang menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?

“Saya kurang tahu juga Mbak”

7. Kenapa teman, tetangga, kerabat anda menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?

“Saya juga tidak tahu Mbak”

8. Apakah BMT amanah Ummah terkenal daripada BMT yang lain?

“Menurut saya BMT amanah Ummah lumayan terkenal Mbak Karena tempatnya juga luas”

9. Kenapa anda lebih memilih menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?

“Karena dari promosi yang dilakukan BMT ke sekolah membuat saya tertarik untuk melakukan transaksi di sana Mbak”

10. Apa alasan anda menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?

“Syaratnya mudah prosesnya lebih cepat, dan bunganya kompetitif Mbak”

11. Bagaimanakah pelayanan Nasabah di BMT amanah Ummah?

“Yang saya suka di sana itu karena pelayanannya itu sangat ramah  
Mbak orang-orangnya juga baik serta orangnya juga sopan”

12. Apa yang membedakan Anda memilih BMT amanah Ummah dibandingkan dengan bank lain?

“Kalau di BMT amanah Ummah itu sistemnya bisa jemput bola Mbak  
Jadi saya nggak perlu ngantri dan disana itu lebih murah daripada di  
leasing”

13. Apa penawaran menarik dari BMT amanah Ummah?

“Kalau telat itu nggak papa mbak yang penting masih dalam bulan itu  
dan bisa jemput bola salah satunya”

14. Apakah menjadi nasabah BMT amanah Ummah membuat Anda nyaman untuk bertransaksi?

“Menurut saya Iya mbak soalnya dengan sistem pembayaran yang  
mudah jadi nyaman dan sangat memudahkan saya”

15. Bagaimana pelayanan BMT amanah Ummah dibandingkan dengan bank lain?

“disana Baik kok Mbak orang-orangnya saya senang kalau kesana”

#### Wawancara Informan 2

Nama : Wuri Sulistyani

Jabatan : Nasabah BMT Amanah Ummah

1. Bagaimana pendapat anda jika bertransaksi di BMT amanah Ummah yang notabene adalah Bank Islam ?  
“Tidak keberatan Mbak Tapi saya tidak mengerti beberapa istilah yang ada karena sulit untuk dipahami”
2. Apakah dengan menggunakan perjanjian-perjanjian yang dipakai di BMT amanah Ummah dapat dimengerti ?  
“Saya kadang masih bingung Mbak tapi masih bisa kok untuk dipahami walaupun tidak semuanya”
3. Apa pendapat anda dengan pelayanan BMT amanah Ummah menggunakan prinsip syariah ?  
“Saya tidak masalah Mbak karena proses di BMT tersebut sangat membantu untuk saya yang malas ribet”
4. Apakah pelayanan BMT amanah Ummah telah melayani sesuai dengan budaya yang ada di Jawa Tengah ?  
“Sudah mbak”
5. Bagaimana anda mendapatkan informasi mengenai BMT amanah Ummah?  
“ Saya tahunya dari marketing BMT Mbak”
6. Apakah teman tetangga kerabat Anda ada yang menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?  
“ Saya tidak mempunyai teman tetangga maupun kerabat Mbak yang menjadi Nasabah di sana”

7. Kenapa teman, tetangga, kerabat anda menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?  
“ Saya tidak tahu karena saya tidak punya”
8. Apakah BMT amanah Ummah terkenal daripada BMT Yang lain?  
“ Kalau menurut saya sih biasa aja ya mbak soalnya saya juga nggak pernah transaksi di BMT sebelumnya”
9. Kenapa anda lebih memilih menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?  
“ ya karena ada marketing yang promosi di di tempat saya aja Mbak”
10. Apa alasan anda menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?  
“ kalau itu ya karena syaratnya mudah dan cepat Mbak Saya nggak suka ribet”
11. Bagaimanakah pelayanan Nasabah di BMT amanah Ummah?  
“ di sana pelayanannya jujur dan bertanggung jawab Mbak”
12. Apa yang membedakan Anda memilih BMT amanah Ummah dibandingkan dengan Bank yang lain?  
“ saya sukanya karena simple praktis dan bisa jemput bola”
13. Apa penawaran menarik dari BMT amanah Ummah?

“ bisa jemput bola jadi saya tidak perlu ke kantor untuk mengambil”

14. Apakah menjadi nasabah BMT amanah Ummah membuat Anda nyaman bertransaksi di sana?

“ Iya karena nggak ribet Mbak”

15. Bagaimana pelayanan BMT amanah Ummah dibandingkan dengan Bank yang lain?

“ Di sana orang-orangnya itu baik mbak Terus kalau di sana tuh prosesnya itu gampang dan cepat”

### Wawancara informan 3

Nama : Lisa

Jabatan : Nasabah BMT Amanah Ummah

1. Bagaimana pendapat anda jika bertransaksi di BMT amanah Ummah yang notabene adalah Bank Islam ?

“Ya kadang saya bingung Mbak sama istilahnya tapi selebihnya saya nyaman bertransaksi di BMT tersebut”

2. Apakah dengan menggunakan perjanjian-perjanjian yang dipakai di BMT amanah Ummah dapat dimengerti ?

“Dapat kami pahami tapi kadang saya juga bingung dengan istilahnya”

3. Apakah pendapat anda dengan pelayanan BMT amanah Ummah menggunakan prinsip syariah ?

“Menurut saya tidak masalah karena syarat-syarat di BMT itu mudah dan cukup membantu”

4. Apakah pelayanan BMT amanah Ummah melayani sesuai dengan budaya yang ada ?

“Menurut saya sih sudah ya mbak”

5. Bagaimana anda mendapatkan informasi mengenai BMT amanah Ummah?

“ Saya tahu informasi dari BMT amanah Ummah itu dari ibu saya Mbak. Ibu saya dulu itu jadi Nasabah di BMT amanah Ummah dan beliau menyarankan untuk menabung”

6. Apakah teman,angga, kerabat Anda ada yang menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?

“ Ibu saya mbak yang jadi Nasabah di sana”

7. Kenapa teman, tetangga, kerabat anda menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?

“ karena kata ibu saya di sana itu cepat mudah dan aman Mbak terus di sana itu juga bisa jemput bola jadi untuk pedagang seperti saya yang tidak sempat mengantri lama bisa lebih mudah”

8. Apakah BMT amanah Ummah terkenal daripada BMT lain?

“ menurut saya sih iya ya Mbak Soalnya Ibu saya juga Nasabah di sana”

9. Kenapa anda lebih memilih menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?

“ Soalnya Ibu saya dulu menabung di BMT amanah Ummah Mbak dan ibu cerita kalau disana itu enak”

10. Apa alasan anda menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?

“ Saya senang Mbak di sana karena syaratnya mudah serta Penanganannya itu cepat”

11. Bagaimanakah pelayanan Nasabah di BMT amanah Ummah?

“ di sana pelayanannya bagus Mbak Jadi saya lebih banyak tahu istilah-istilah yang ada dalam Islam”

12. Apa yang membedakan Anda memilih BMT amanah Ummah dibandingkan dengan Bank yang lain?

“ enaknya di sana itu nggak ngantri terutama bisa jemput bola”

13. Apa penawaran menarik dari BMT amanah Ummah?

“ Ada petugas yang ngambil tabungan dan narik juga gampang mbak”

14. Apakah menjadi nasabah BMT amanah Ummah membuat Anda nyaman untuk bertransaksi?

“ nyaman sekali karena pelayanannya sangat baik juga”



15. Bagaimanakah pelayanan BMT amanah Ummah dibandingkan dengan Bank yang lain?

“sangat baik menurut saya tidak membedakan antar agama”

#### Wawancara Informan 4

Nama : Novianti Shinta

Jabatan : Nasabah BMT Amanah Ummah

1. Bagaimana pendapat anda jika bertransaksi di BMT amanah Ummah yang notabene adalah Bank Islam ?

“Tidak masalah sih mbak cuman kadang nggak tahu aja istilah-istilah yang ada di sana soalnya asing juga saya mendengarnya”

2. Apakah dengan menggunakan perjanjian-perjanjian yang dipakai di BMT amanah Ummah dapat dimengerti?

“Saya bisa mbak mengerti tapi tidak semuanya saya bisa mengerti”

3. Apa pendapat anda dengan pelayanan yang diberikan oleh BMT amanah Ummah dengan menggunakan prinsip syariah?

“Nggak papa Mbak saya tidak ada kendala disitu”

4. Apakah pelayanan BMT amanah Ummah melayani sesuai dengan budaya yang ada ?

“Menurut saya sih sudah ya Mbak tidak ada masalah dengan budaya yang ada”

5. Bagaimana anda mendapatkan informasi mengenai BMT amanah Ummah?

“Saya tahu dari promosi marketing yang datang ke toko”

6. Apakah teman, tetangga kerabat Anda ada yang menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah ?

“Saya tidak tahu”

7. Kenapa teman, tetangga, kerabat anda menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?

“ Saya tidak tahu karena tidak ada”

8. Apakah BMT amanah Ummah terkenal daripada BMT yang lain?

“ menurut saya tidak begitu terkenal sih mbak soalnya saya juga kurang tahu kalau yang namanya BMT itu”

9. Kenapa anda lebih memilih menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?

“Saya tahu dari marketing BMT”

10. Apa alasan anda menjadi Nasabah di BMT amanah Ummah?

“ karena di BMT situ nggak ribet Mbak mudah sekali”

11. Bagaimanakah pelayanan Nasabah di BMT amanah Ummah?

“ tidak membedakan Tapi tetap ramah”

12. Apa yang membedakan Anda memilih BMT amanah Ummah daripada bank yang lain?

“ bisa jemput bola petugasnya ramah serta prosesnya cepat”

13. Apa penawaran menarik yang ada di BMT amanah Ummah?

“ petugas bisa langsung datang ke toko”

14. Apakah menjadi nasabah BMT amanah Ummah membuat anda menjadi nyaman bertransaksi?

“Iya saya nyaman bertransaksi di BMT tersebut”

15. Bagaimana pelayanan BMT amanah Ummah dibandingkan dengan Bank yang lain?

“ di sana pelayanannya sangat baik”

## Lampiran 4 Bukti Dokumentasi

Nasabah pertama Bapak Ari Tamtomo



Nasabah kedua Wuri Sulistyani



Nasabah Ketiga Ibu Lisa



Nasabah Keempat Novianti Shinta



## Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup

### A. Data Pribadi

Nama Lengkap : Defi Khusnul Khotimah  
Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 06 Februari 1999  
Agama : Islam  
Alamat : Soko 017/000 Gondang Sragen  
Email : [Devi1999993@gmail.com](mailto:Devi1999993@gmail.com)  
HP : 085235898761

### B. Pendidikan

2016-2022 : UIN Raden Mas Said  
2013-2016 : MAN 4 Ngawi  
2010-2013 : SMP N 1 Widodaren  
2004-2010 : SDN 1 Widodaren  
2003-2004 : TK Dharma Wanita Widodaren

BMT AMANAH UMMAH			
ORIGINALITY REPORT			
<b>25%</b>	<b>22%</b>	<b>12%</b>	<b>18%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
<b>1</b>	<b>bmtaum.co.id</b> Internet Source		<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>repository.iainpalopo.ac.id</b> Internet Source		<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>repo.itera.ac.id</b> Internet Source		<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to St. Ursula Academy High School</b> Student Paper		<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>dspace.uii.ac.id</b> Internet Source		<b>2%</b>
<b>6</b>	<b>bidsosdarussalam.wordpress.com</b> Internet Source		<b>2%</b>
<b>7</b>	<b>repository.iainpurwokerto.ac.id</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>e-journal.iain-palangkaraya.ac.id</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>www.scribd.com</b> Internet Source		<b>1%</b>