

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG PASAR SUMBERSARI BANTUL MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN

Oleh:

**ROSIANA DWI LESTARI
NPM. 1602100065**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2022 M**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG
PASAR SUMBERSARI BANTUL MELAKUKAN
PEMBIAYAAN DI BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH
(BTM) SURYA METRO SELATAN**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

ROSIANA DWI LESTARI
NPM. 1602100065

Pembimbing: Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2022 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Untuk Dimunaqosyahkan**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di –
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara :

Nama : ROSIANA DWI LESTARI
NPM : 1602100065
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG PASAR SUMBERSARI BANTUL MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di munaqosyahkan. Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb

Metro, November 2022

Dosen Pembimbing


Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN. 2008029201

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi di bawah ini:

Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG PASAR SUMBERSARI BANTUL MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN

Nama : ROSIANA DWI LESTARI

NPM : 1602100065

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam sidang Munaqosyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, November 2022

Dosen Pembimbing



Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN. 2008029201



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

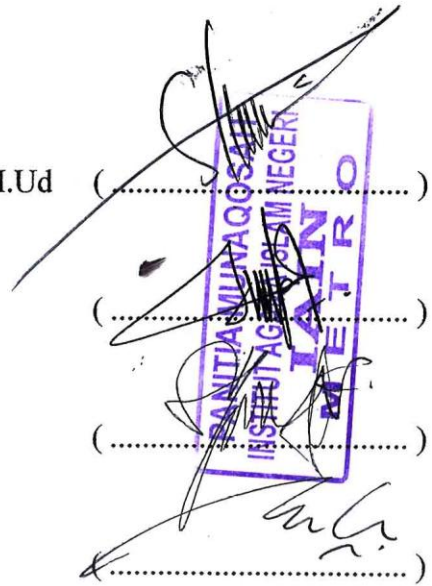
PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-4565/In.28.3/D/PP.00.5/12/2022.....

Skripsi dengan Judul: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG PASAR SUMBERSARI BANTUL MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN, disusun Oleh: ROSIANA DWI LESTARI, NPM: 1602100065, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Selasa/06 Desember 2022.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud (.....)
Penguji I : Liberty, SE, M.A (.....)
Penguji II : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M (.....)
Sekretaris : Nur Syamsiyah, M.E (.....)



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jabil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 0014

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG PASAR SUMBERSARI BANTUL MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN

Oleh

Rosiana Dwi Lestari

Pasar Sumbersari Bantul merupakan pasar tradisional lainnya di pasar ini pedagang juga membutuhkan tambahan modal. Pedagang di pasar ini tidak hanya mengajukan pembiayaan ke lembaga perbankan namun juga ke BTM sebagai pinjaman untuk menambah modal dalam skala kecil. Mereka menganggap BTM lebih mudah dan fleksibel dalam proses pengajuan pinjaman. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang pasar Sumbersari Bantul melakukan pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan.

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah yaitu penelitian lapangan atau *field research*, dimana penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian dengan bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data peneliti menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan interview bebas terpimpin. Sumber data diambil dari berbagai informan diantaranya manager dan karyawan Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan serta pedagang pasar Sumbersari Bantul.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Sumbersari Bantul Melakukan Pembiayaan Di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan dapat dikategorikan ke dalam dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi yaitu: keyakinan, motivasi, pekerjaan, dan persepsi. Faktor eksternal yang mempengaruhi yaitu pelayanan dan lokasi. Berdasarkan beberapa faktor tersebut, faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pedagang Pasar Sumbersari dalam memilih pembiayaan pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan adalah faktor keyakinan dimana pedagang menjadikan agama sebagai dasar utama karena menganggap bunga ataupun riba hukumnya haram. Pedagang menyatakan bahwa BTM Surya Metro Selatan adalah lembaga keuangan yang berdasarkan hukum Islam.

ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rosiana Dwi Lestari

NPM : 1602100065

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Tugas Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 06 Desember 2022
Yang Menyatakan



Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.” (Ar Rad11)¹

¹Departemen Agama RI, *Al Quran Tajwid & Terjemah* (Bandung: CV Dipenogoro, 2010), 250.

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT saya dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE). Saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Orang tua tercinta Bapak Rosidal (Alm) dan Ibu Sukitri yang tidak pernah lelah untuk mendo'akan dan mendukung baik dalam bentuk moril maupun materil serta selalu mencurahkan kasih sayang dan motivasi yang tidak terbatas.
2. Kakak saya Hendi Widodo yang selalu memberikan semangat.
3. Semua dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membimbing dan membagi ilmunya, memberi petunjuk, bimbingan dari materi skripsi ini, serta memberikan motivasi untuk bisa terus semangat dalam menyelesaikan skripsi ini, dan Terimakasih atas nasehat serta ilmu yang telah diberikan.
4. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan di Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, Selaku Rektor IAIN Metro.
2. Dr. Mat Jalil, M.Hum, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M, Selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud, selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, 06 Desember 2022
Peneliti,



Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Penelitian Relevan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Keputusan Konsumen.....	11
1. Pengertian Keputusan Konsumen.....	11
2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	12
3. Tingkat Pengambilan Keputusan Konsumen	16
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen	17
B. Pembiayaan.....	27
1. Pengertian Pembiayaan	27
2. Unsur Pembiayaan	30
3. Tujuan Pembiayaan	31

C. Baitul Tamwil Muhamadiyah	32
1. Pengertian Baitul Tamwil Muhamadiyah.....	32
2. Produk-produk Baitul Tamwil Muhamadiyah.....	34
3. Prinsip Muamalah Baitul Tamwil Muhamadiyah	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	38
B. Sumber Data	39
C. Teknik Pengumpulan Data	40
D. Teknik Analisa Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	43
1. Profil BTM Surya Metro Selatan	43
a. Sejarah BTM Surya Metro Selatan	43
b. Visi, Misi dan Tujuan BTM Surya Metro Selatan	43
c. Stuktur Organisasi BTM Surya Metro Selatan	44
d. Produk-Produk BTM Surya Metro Selatan.....	46
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Sumbersari Bantul Melakukan Pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan	48
B. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Sumbersari Bantul Melakukan Pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan.....	57
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Jumlah Pedagang Pasar Sumpersari yang Melakukan Pembiayaan	4

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1. Struktur Organisasi BTM Surya Metro Selatan.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan (SK Penunjukkan Pembimbing Skripsi)
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Izin Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Foto-foto Penelitian
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan merupakan suatu badan usaha yang berfungsi sebagai penghimpun dan penyalur dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan produktif yaitu modal usaha maupun pembiayaan konsumtif. Lembaga keuangan adalah suatu badan usaha yang kekayaannya yang utama dalam bentuk aset keuangan (*financial asset*) atau tagihan-tagihan misalnya saham, obligasi dibandingkan aset riil misalnya gedung, peralatan, dan bahan baku. Menurut surat keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 729 Tahun 1990 tentang “Lembaga Keuangan”, lembaga keuangan diberi batasan semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama pada pembiayaan investasi perusahaan.”¹

Pada umumnya di Indonesia lembaga keuangan yang dikenal adalah lembaga keuangan bank dan bukan bank.² Kedua lembaga keuangan tersebut tentunya merupakan lembaga keuangan formal yang memiliki kekuatan hukum yang jelas. Muncul dan berkembangnya lembaga keuangan syariah di Indonesia seperti Bank Syariah, Asuransi Syariah, Pegadaian Syariah, Pasar

¹ Irham Fahmi, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori Dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 2.

² Jamal Wiwoho, “Peran Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat”, *MMH*, Jilid 43 No. 1 Januari 2014, 88.

Modal Syariah,³ juga telah berdampak terhadap perkembangan lembaga keuangan di Indonesia seperti Baitul Mal wa Tamwil. Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) yang merupakan amal usaha Muhammadiyah yang mandiri dalam bidang ekonomi. Di dalam ayat Al Quran disebutkan bahwa:

وَإِنْ كَانَتْ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۚ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ ۖ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai Dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.⁴ (QS. Al Baqarah: 280)

Ayat tersebut dengan tegas dengan menerapkan Islam secara parsial, kita akan mengalami keterpurukan duniawi dan kerugian ukhrawi. Selama islam hanya ditunjukkan dengan ritual ibadah saja, sementara dimarginalkan dari aktivitas perbankan dan lembaga keuangan lainnya maka umat islam telah mengubur Islam dalam-dalam dengan tangannya sendiri. Sebagai akibatnya umat islam tidak memiliki konsep apapun tentang bisnis dan keuangan.

Tidak semua lapisan masyarakat khususnya lapisan masyarakat kelompok bawah dapat terlayani oleh lembaga keuangan formal baik yang berskala besar ataupun yang berskala kecil, maka oleh sebab itu banyak bermunculan lembaga keuangan syariah sebagai alternatif pembiayaan masyarakat kelompok bawah. Lembaga keuangan syariah cenderung lebih

³ Nonie Afrianty, et. all., *Lembaga Keuangan Syariah* (Bengkulu: CV Zigie Utama, 2019), 3.

⁴ Departemen Agama RI, *Al Quran dan Terjemahnya* (Bandung CV Dipenogoro, 2015), 78.

dipilih oleh masyarakat menengah ke bawah baik untuk modal usaha maupun untuk kegiatan konsumtif.⁵ Begitu pula yang terjadi di pasar tradisional, dimana pedagangnya notabene berpenghasilan rendah dan membutuhkan tambahan modal, sehingga pedagang di pasar tradisional mengajukan kredit atau pembiayaan kepada lembaga keuangan syariah.

Lembaga keuangan syariah seperti Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) menjadi incaran pedagang pasar tradisional sebagai tempat untuk mengajukan pembiayaan untuk tambahan modal dengan skala yang lebih besar. Baitut Tamwil Muhammadiyah, yaitu lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah artinya, semua transaksi keuangan dilakukan dengan akad sesuai Syariat Islam. Sedangkan kedudukan lembaga keuangan tersebut merupakan amal usaha ekonomi Muhammadiyah.⁶ Banyaknya lembaga keuangan yang ada membuat banyak pilihan bagi pedagang di pasar tradisional untuk memilih BTM sebagai tempat mengajukan pembiayaan.

Ada banyak faktor yang tentunya mempengaruhi para pedagang untuk memilih BTM sebagai tempat meminjam uang. Faktor-faktor tersebut tentu mempengaruhi perilaku pedagang sebagai konsumen di lembaga keuangan tempat mereka meminjam uang. Perilaku konsumen dipengaruhi latar belakang yang sangat kompleks, antara lain adalah tingkat pengetahuan, wawasan, lingkungan, sosial budaya, kemampuan ekonomi dan budaya,

⁵ Maesaroh, "Perilaku Masyarakat Dalam Memilih Pembiayaan", *Al-Iqtishad*, Vol. II, No. 2, Juli 2010, 5.

⁶ Samsuri, Mukhlisin, "Implementasi Peran dan Fungsi Dewan Pengawas Syariah (DPS) di Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) di BTM Sang Surya Pamekasan", *An Nawazil*, Vol. 3 No. 1 Maret 2021, 36.

kemampuan ekonomi dan kepribadian (psikologis). Dari faktor-faktor tersebut akan terbentuk keputusan konsumen yang menentukan pemilihan lembaga keuangan mana sebagai tempat untuk mengajukan pembiayaan.

Penelitian ini akan difokuskan kepada pedagang muslim di pasar tradisional Sumbersari Bantul. Seperti pasar tradisional lainnya di pasar ini pedagang juga membutuhkan tambahan modal. Pedagang di pasar ini tidak hanya mengajukan pembiayaan ke lembaga perbankan namun juga ke BTM sebagai pinjaman untuk menambah modal dalam skala kecil. Mereka menganggap BTM lebih mudah dan fleksibel dalam proses pengajuan pinjaman. Namun lembaga perbankan juga tidak luput dari perhatian mereka karena pinjaman ke BTM notabene berskala kecil, untuk tambahan modal yang lebih besar para pedagang cenderung mengajukan pinjaman ke lembaga keuangan formal yang tentunya menggunakan agunan sebagai jaminan dari pinjaman mereka.

Berdasarkan hasil survey diketahui bahwa terdapat kurang lebih 35 pedagang yang ada di pasar Sumbersari Bantul dengan rincian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Pedagang Pasar Sumbersari yang Melakukan Pembiayaan

No	Lembaga Keuangan Syariah	Jumlah Pedagang
1	BTM Surya Metro	10
2	BMT Wanmu	7
3	KSPPS Wijaya Kusuma KC Margototo	7
4	Lembaga Keuangan Lain	8
5	Tidak melakukan pembiayaan	3
Jumlah		35

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dari 35 orang pedagang yang ada di Pasar Sumbersari terdiri dari 10 orang melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro, 7 orang melakukan pembiayaan di BMT Wanmu, 7 orang melakukan pembiayaan di KSPPS Wijaya Kusuma KC Margototo, dan 8 orang melakukan pembiayaan di lembaga keuangan lain sedangkan 3 orang pedagang tidak melakukan pembiayaan. Dari 10 orang yang melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro terdiri dari 9 pedagang yang sudah melakukan pembiayaan ulang dan 1 pedagang melakukan pembiayaan baru sekali.⁷ Pembiayaan berulang rata-rata pedagang lakukan sebanyak 3-4 kali karena kemudahan persyaratan pembiayaan serta strategi jempot bola yang digunakan BTM Surya. Di sekitar pasar Sumbersari Bantul terdapat beberapa lembaga keuangan selain BTM Surya Metro yaitu BMT Wanmu dan KSPPS Wijaya Kusuma KC Margototo. Walaupun lokasi BTM Surya lebih jauh dari pada BMT lainnya, tetapi banyak pedagang yang melakukan pembiayaan dikarenakan karyawan BTM Surya yang memberikan kemudahan akses dalam penyetoran pembiayaan. Hal ini membuat pedagang pasar lebih tertarik dalam melakukan pembiayaan di BTM Surya. Pedagang di pasar Sumbersari Bantul biasanya meminjam uang ke lembaga perbankan maupun lembaga keuangan syariah untuk tambahan modal. Ibu Warsini yang merupakan pedagang di Pasar Sumbersari mengatakan uang hasil penjualan dagangannya hanya cukup untuk membiayai kebutuhan sehari-hari sehingga untuk modal ia cenderung mengandalkan pinjaman ke BTM. Ia melakukan pinjaman ke BTM

⁷ Wawancara dengan Bapak Ibni, selaku *Manager* BTM Surya Metro pada 10 November 2021

dan ia meminjam kepada rentenir. Hal ini terpaksa ia lakukan untuk menutupi kebutuhan sehari-hari yang begitu besar.⁸ Bahkan kebanyakan pedagang di pasar ini sudah sangat tergantung kepada pinjaman ke BTM, besarnya biaya hidup ditambah lagi biaya pendidikan anak mereka menyebabkan hasil penjualan tidak mencukupi untuk dijadikan modal kembali sehingga menyebabkan mereka mengajukan pinjaman ke BTM.

Ibu Erna yang merupakan pedagang kue di pasar Sumbersari Bantul melakukan pinjaman ke BTM Surya Metro untuk tambahan modal. Ia juga mengatakan hal yang sama dengan pedagang sebelumnya bahwa hasil penjualannya hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarganya sehingga untuk tambahan modal ia mengandalkan pinjaman ke BTM Surya Metro. Ia lebih memilih pinjaman ke BTM Surya Metro karena setoran pembiayaan bisa dilakukan dengan menabung ke petugas BTM Surya Metro yang setiap harinya datang ke pasar Sumbersari Bantul.⁹

Atas dasar permasalahan tersebut, perlu diadakan penelitian, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Sumbersari Bantul Melakukan Pembiayaan Di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan**”.

⁸ Wawancara dengan Ibu Warsini selaku pedagang di Pasar Sumbersari Bantul yang melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro pada 10 November 2021

⁹ Wawancara dengan Ibu Erna selaku pedagang di Pasar Sumbersari Bantul yang melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro pada 10 November 2021

B. Pertanyaan Penelitian

Atas dasar masalah di atas maka yang menjadi pertanyaan penelitian sebagai berikut: “Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang pasar Sumbersari Bantul melakukan pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang pasar Sumbersari Bantul melakukan pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1) Bagi Peneliti

Penelitian secara teoritis dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam penelitian untuk menyusun karya ilmiah serta memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi syariah khususnya tentang perilaku pedagang dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam melakukan pembiayaan ke lembaga keuangan syariah.

2) Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan menambah wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang pasar melakukan pembiayaan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang membangun guna mengatasi masalah pembiayaan.

Sebagai masukan yang membangun guna meningkatkan dalam mengatasi masalah modal, jam kerja, dan lama usaha yang mempengaruhi pendapatan pasar Sumpalsari Bantul kecamatan Metro Selatan.

2) Bagi BTM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi lembaga keuangan untuk memberikan referensi dan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang pasar melakukan pembiayaan.

D. Penelitian Relevan

Sebelum penelitian yang peneliti lakukan, telah ada beberapa hasil penelitian yang berhubungan dengan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Sumpalsari Bantul Melakukan Pembiayaan Di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan. Beberapa karya ilmiah dan hasil penelitian sebelumnya yang pokok bahasannya hampir sama dengan penelitian ini adalah:

Penelitian oleh Khusnul Khotimah dengan judul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Merek Honda (Studi Kasus Di Desa Triharjo Kecamatan Merbau Mataram Tahun*

2014)”. Penelitian ini secara rinci menggambarkan perilaku konsumen terhadap pembelian motor merek honda, sehingga kesimpulan yang di dapat adalah di Desa Triharjo kecamatan Merbau Mataram penelitian menyimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian sepeda motor merek honda dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal meliputi faktor budaya dan faktor sosial terdiri dari kelompok referensi. Faktor internal meliputi keluarga dan pribadi terdiri dari kelompok ekonomi, gaya hidup, pekerjaan dan faktor psikologis terdiri dari motivasi dan persepsi.¹⁰ Persamaan dengan penelitian tersebut adalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan konsumsi. Adapun perbedaannya terletak pada objek yang diteliti, lokasi penelitian dan juga pada penelitian sebelumnya membahas tentang konsumsi pada produk barang sedangkan pada penelitian ini membahas mengenai konsumsi produk jasa.

Penelitian oleh Titin Siti Mahfudhotin Amin yang berjudul “*Perilaku Anggota Terhadap Keputusan Memilih Produk Asuransi Syariah Di PT. Asuransi Tafakul Keluarga Bandar Lampung*”. Penelitian ini menjelaskan tentang perilaku anggota dalam memilih produk asuransi syariah dan faktor-faktor yang mempengaruhi anggota dalam memilih produk asuransi syariah di PT. Asuransi Tafakul Keluarga Bandar Lampung. Hasil dari penelitian ini adalah perilaku anggota terhadap keputusan memilih asuransi tafakul diantaranya adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi produk,

¹⁰ Khusnul Khotimah “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Motor Merek Honda (Studi Di Desa Triharjo Kecamatan Merbau Mataram Tahun 2014)*” Kumpulan Skripsi IAIN Metro

evaluasi produk dan memilih produk. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi anggota dalam memilih produk asuransi adalah faktor eksternal (budaya) dan faktor internal (psikologis).¹¹ Perbedaan dari penelitian tersebut terdapat pada objek penelitian dan juga lokasi penelitian. Sedangkan persamaannya adalah mengenai perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam melakukan konsumsi pada produk jasa.

Selanjutnya terdapat skripsi yang berjudul "*Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Memilih Pembiayaan Dari Lembaga Keuangan (Studi Kasus Pedagang Pasar kampung Melayu)*" yang diteliti oleh Ilah Padilah pada tahun 2014. Hasil dari penelitian ini adalah faktor bauran pemasaran, sosial-budaya dan psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pedagang muslim dalam memilih pembiayaan dari lembaga keuangan. Sedangkan faktor yang paling dominan adalah faktor psikologi.¹²

Adapun persamaan dari penelitian tersebut mengenai perilaku konsumen dan juga faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Perbedaan dari penelitian tersebut yaitu mengenai objek yang diteliti dan lokasi penelitian, selain itu pada penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat kuantitatif.

¹¹ Titin Siti Mahfudhotin Amin "*Perilaku Anggota Terhadap Keputusan Memilih Produk Asuransi Syariah Di PT. Asuransi Tafakul Bandar Lampung Tahun 2016*" Kumpulan Skripsi IAIN Metro.

¹² Ilah Padilah "*Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Memilih Pembiayaan Dari Lembaga Keuangan (Studi Kasus Pedagang Pasar Kampung Melayu Tahun 2014)*" UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Keputusan Konsumen

1. Pengertian Keputusan Konsumen

Pada lembaga keuangan syariah tidak mengenakan pembelian akan tetapi keputusan anggota sebab dalam lembaga keuangan syariah menjual jasa. Sehingga keputusan anggota disini diartikan keputusan anggota menggunakan jasa. Dalam keputusan menggunakan jasa, biasanya pelaku erat dikaitkan dengan perilaku dalam pembelian.¹

Menurut Nugroho J. Setiadi keputusan membeli seseorang merupakan “hasil suatu hubungan yang saling memengaruhi dan yang rumit antara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi”.²

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.³

Menurut G.R Terry, keputusan pembelian adalah “Decision making can be defined as the selection based on some criteria of one

¹ Zulkifli Zainuddin, Yahya Hamja, Siti Hamidah Rustiana, “Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat)”, *JRMB*, Volume 1, Nomor 2 1, Juni 2016, 3.

² Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 14.

³ Santri Zulaicha, Rusda Irawati, “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam”, *Inovbiz: Jurnal Inovasi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, Desember 2016, 124.

behavior alternative from two or more possible alternative”⁴ Artinya: Pengambilan keputusan dapat didefinisikan sebagai pemilihan alternatif kelakuan tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada.

Menurut Kanuk keputusan pembelian adalah proses penyeleksian terhadap dua pilihan alternatif atau lebih yang menghasilkan keputusan untuk membeli atau tidak membeli. Pilihan alternatif harus tersedia ketika konsumen akan mengambil keputusan. Proses pengambilan keputusan pembelian membutuhkan pencarian atau penerimaan informasi yang berbeda.⁵

Berdasarkan uraian di atas, maka pengertian dari pengambilan Keputusan Anggota adalah suatu proses kognitif yang terdiri dari serangkaian tahapan untuk memilih salah satu diantara dua pilihan alternatif atau lebih untuk memenuhi kebutuhan.

2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Menurut Engel, Blackwell & Miniard, proses yang digunakan konsumen untuk mengambil keputusan terdiri dari:

a. Pengenalan Kebutuhan

Proses pengambilan Keputusan Anggota membeli produk tertentu, buatan perusahaan tertentu, atau merek dagang tertentu, dimulai sejak mereka merasakan suatu kebutuhan tertentu yang belum terpenuhi. Proses membeli diawali dengan adanya kebutuhan.

Kebutuhan timbul karena adanya perbedaan antara keadaan yang

⁴ H. Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 54.

⁵ Schiffman dan Kanuk, *Perilaku konsumen*, (Jakarta: Indeks, 2008), 485

sesungguhnya dengan keadaan yang diinginkan. Pengenalan kebutuhan pada hakikatnya tergantung pada banyaknya ketidaksesuaian antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkan.⁶

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Dengan rangsangan internal, salah satu dari kebutuhan seseorang normal-rasa lapar, seks-naik ketinggian maksimum dan menjadi dorongan; atau kebutuhan bisa timbul akibat rangsangan eksternal. Seseorang mungkin mengagumi mobil baru tetangga atau melihat iklan televisi untuk liburan ke Hawaii, yang memicu pemikiran tentang kemungkinan melakukan pembelian.⁷

Pengenalan kebutuhan pada dasarnya tergantung pada banyaknya ketidaksesuaian antara keadaan aktual dengan keadaan yang diinginkan

b. Pencarian Informasi

Intensitas upaya konsumen mencari informasi tentang produk yang mereka butuhkan ditentukan berbagai macam sebab, antara lain mendesaknyanya kebutuhan dan nilai produk yang dibutuhkan. Pencarian informasi ditentukan oleh situasi, produk, pengecer dan karakteristik

⁶ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), 51.

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks, Edisi 12, 2007), 117.

konsumen (pengetahuan, keterlibatan, kepercayaan dan sikap, serta karakteristik demografi).⁸

c. Evaluasi Alternatif

Setelah konsumen mengumpulkan informasi tentang jawaban alternatif terhadap suatu kebutuhan yang dikenali, maka konsumen mengevaluasi pilihan serta menyempitkan pilihan pada alternatif yang diinginkan.⁹

Bagaimana konsumen mengolah informasi merek mereka yang bersaing dan membuat penilaian akhir? Tidak ada proses evaluasi tunggal sederhana yang digunakan oleh semua konsumen atau oleh satu konsumen dalam semua situasi pembelian. Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan dan model-model terbaru yang memandang proses evaluasi konsumen membentuk penilaian atas produk dengan sangat sadar dan rasional.¹⁰

d. Pembelian

“Apabila tidak ada faktor-faktor lain yang memengaruhinya, konsumen akan membeli produk dengan merek yang paling banyak menjanjikan atribut yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Akan tetapi apabila pada saat konsumen akan memutuskan pembelian timbul faktor-faktor yang menghambat keputusan pembelian, maka faktor-faktor tersebut akan menjadi bahan

⁸ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, 51.

⁹ Rachmad Hidayat, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Consumer Decision Making Process* (Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjay Madura)”, *JieMS* Vol. 9, No 2, August 2016, 80.

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 184.

pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.”¹¹

e. Pemakaian

Setelah terjadi pembelian, konsumen telah memiliki produk dan konsumsi dapat terjadi pada saat konsumen menggunakan produk. Bagaimana konsumen menggunakan produk menunjukkan kepuasan mereka terhadap keputusannya tersebut dan apakah mereka akan membeli produk atau merek yang sama di masa yang akan datang.¹²

f. Evaluasi Setelah Pemakaian

Setelah pemakaian, langkah selanjutnya adalah evaluasi di mana konsumen merasakan puas atau tidak puas terhadap produk yang telah dikonsumsi.¹³

Setelah pembelian dilakukan, konsumen akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Konsumen akan membandingkan produk yang telah ia beli, dengan produk lain. Hal ini dikarenakan konsumen mengalami ketidakcocokan dengan fasilitas-fasilitas tertentu pada barang yang telah ia beli, atau mendengar keunggulan tentang merek lain.¹⁴

¹¹ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, 53.

¹² Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), 124.

¹³ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, 124.

¹⁴ Dwi Ajeng Wulandari, Farah Oktafani, “Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike”, *Jurnal Computech & Bisnis* Vol. 11 No. 1 Juni 2017, 52.

3. Tingkat Pengambilan Keputusan Konsumen

Engel membagi pengambilan keputusan ke dalam beberapa tingkatan, yaitu:

a. Pengambilan Keputusan Diperluas

Ketika konsumen belum memiliki kriteria untuk mengevaluasi kategori produk atau merek yang memenuhi kategori tertentu atau banyaknya merek yang harus dipertimbangkan terlalu banyak, usaha pengambilan keputusan tersebut dikategorikan sebagai pengambilan keputusan diperluas. Pada tingkat pengambilan keputusan diperluas konsumen memerlukan informasi yang banyak untuk menentukan kriteria guna mengambil keputusan.¹⁵

Tahapan proses pengambilan keputusan diikuti meskipun tidak berurutan dan akan banyak alternatif yang dievaluasi. Jika hasil yang diharapkan terpenuhi, maka keputusan ditunjukkan dalam bentuk rekomendasi pada orang lain dan keinginan untuk membeli kembali.¹⁶

b. Pengambilan Keputusan Antara

Pengambilan keputusan ini berada diantara kedua titik ekstrim yaitu pengambilan keputusan diperluas dan pengambilan keputusan terbatas. Tahap pencarian informasi dan evaluasi alternatif juga dilakukan oleh konsumen tetapi intensitasnya terbatas.¹⁷

¹⁵ Yohanes Suhari, "Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya", *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, Volume XIII, No.2, Juli 2008, 141.

¹⁶ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap & Pemasaran)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 44.

¹⁷ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap & Pemasaran)*, 44.

c. Pengambilan Keputusan Terbatas

Pada tingkat ini, konsumen telah menentukan kriteria dasar untuk melakukan evaluasi kategori produk dan berbagai merek untuk kategori produk tersebut. Pencarian informasi tambahan tentang masing-masing merek ditujukan agar pilihan menjadi lebih baik. Pengambilan keputusan dalam membeli dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan dijelaskan pada bagian selanjutnya.¹⁸

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Perilaku anggota bank dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti keyakinan anggota terhadap bank yang bersangkutan, kepuasan konsumen terhadap pelayanan bertransaksi, keyakinan terhadap referen serta pengalaman masa lalu konsumen. Keputusan pembelian barang /jasa termasuk jasa perbankan sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, keyakinan, lokasi, dan psikologi.¹⁹

Menurut Jhon Sviokla “faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa yaitu kualitas pelayanan”. Kualitas Pelayanan adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.²⁰

¹⁸ Yohanes Suhari, “Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya”, 141.

¹⁹ Alvin Handrianto Saputra, Rinda Hesti Kusumaningtyas, Nita Alfiani, “Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan (Studi Kasus: Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)”, *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 10 No. 1, 2017, 22.

²⁰ I Gede Adi Wirapradnyana, Lulup Endah Tripalupi, Anjuman Zukhri, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Anggota PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Buleleng”, *e-Journal Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol: 4 No: 1 Tahun: 2014, 4.

Menurut Kotler terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis.²¹

a. Faktor Budaya

Budaya adalah penyebab dasar keinginan dan perilaku konsumen. Perilaku manusia sebagian besar merupakan hasil proses belajar. Sewaktu tumbuh dalam suatu masyarakat, seorang anak belajar mengenai nilai persepsi, keinginan, dan perilaku dasar dari keluarga dan lembaga penting lainnya.²²

Budaya merupakan susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi lainnya. Kelas sosial berpengaruh terhadap Keputusan Anggota dalam berbelanja, hal ini dibuktikan bahwa kelas sosial konsumen dapat menunjukkan pemilihan terhadap merek atau produk tertentu yang dibeli oleh konsumen. Konsumen yang berada pada kelas sosial tinggi, akan membeli produk dengan model, merek-merek yang terkenal dan memiliki kualitas yang bagus. Indikator yang digunakan untuk mengukur kelas sosial, yaitu (a) tingkat penghasilan dan (b) tingkat kesejahteraan.²³

²¹ Aprizal, *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing* (Makasar: Celebes Media Perkasa, 2018), 74.

²² Kotler & Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks, 2007), 200-201

²³ Kadek Indayanti, et. Al., "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Mobil", dalam *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, (Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha), Volume 2 Tahun 2014, 4.

b. Faktor Sosial

1) Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial ditentukan oleh satu faktor tunggal, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan lain-lain. Dalam beberapa sistem sosial, anggota dari kelas yang berbeda memelihara peran tertentu dan tidak dapat mengubah posisi sosial mereka.²⁴

Kelas sosial berbeda dengan status sosial walaupun sering kedua istilah ini diartikan sama. Sebenarnya kedua istilah tersebut merupakan dua konsep yang berbeda. Contohnya, walaupun seorang konsumen berada pada kelas sosial yang sama, memungkinkan status sosialnya berbeda, atau yang satu lebih tinggi status sosialnya daripada yang lainnya.

Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen dapat dikarakteristikan antara lain:

- a) Kelas sosial golongan atas memiliki kecenderungan membeli barang-barang yang mahal, membeli pada toko yang berkualitas dan lengkap (toko serba ada, supermarket),

²⁴ Suprihati, Wikan Budi Utami, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsuen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo", dalam *Paradigma*, (Surakarta: STIE AAS Surakarta), Vol. 13, No. 1, Juli 2015, 107.

konservatif dalam konsumsinya, barang-barang yang dibeli cenderung untuk dapat menjadi warisan bagi keluarganya

- b) Kelas sosial golongan menengah cenderung membeli barang dengan jumlah yang banyak dan kualitasnya cukup memadai. Mereka berkeinginan membeli barang yang mahal dengan sistem kredit, misalnya membeli kendaraan, rumah mewah, perabot rumah tangga.
- c) Kelas sosial golongan rendah cenderung membeli barang dengan mementingkan kuantitas daripada kualitasnya. Pada umumnya mereka membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari, memanfaatkan penjualan barang-barang yang diobral atau penjualan dengan harga promosi.²⁵

2) Keluarga

Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli.²⁶

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diteliti secara eksensif. Para pemasar tertarik dengan peran dan pengaruh relative dari suami, istri dan anak-anak dalam pembelian berbagai macam

²⁵ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), 43.

²⁶ *Ibid.*, 44.

produk dan jasa. Peran dan pengaruh ini akan sangat bervariasi di Negara-negara dan kelas-kelas social yang berbeda.²⁷

Anggota keluarga dapat mempengaruhi tingkah laku pembeli. Keputusan pembelian keluarga tergantung pada produk dan situasi anggota keluarga individual menggunakan jumlah pengaruh yang berbeda.

c. Faktor-faktor Kepribadian

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi diantaranya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

1) Usia dan Siklus Hidup Keluarga

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya yang dimana setiap kegiatan konsumsi ini dipengaruhi oleh siklus hidup keluarga.²⁸

2) Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi

Pekerjaan dan lingkungan ekonomi seseorang dapat mempengaruhi pola konsumsinya. Selain itu, biasanya pemilihan produk juga dilakukan berdasarkan oleh keadaan ekonomi seseorang seperti besaran penghasilan yang dimiliki, jumlah tabungan, utang dan sikap terhadap belanja atau menabung.²⁹

²⁷ Juli E.S Towoliu, Willem. J.F.A Tumbuan, "Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Waroeng Tepi Laut, Manado", dalam *Jurnal EMBA*, Vol.5 No.2 Juni 2017, 310.

²⁸ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, 45.

²⁹ *Ibid.*, 46.

3) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah suatu bentuk kompensasi terhadap kekurangsempurnaan tertentu. Gaya hidup adalah bagaimana orang menghabiskan waktu dan uangnya. Artinya pemasar bisa menganalisis gaya hidup seseorang dari bagaimana orang itu beraktivitas yaitu menjalankan tuntutan pekerjaannya, memenuhi hasratnya untuk melakukan berbagai hobinya berbelanja, maupun melakukan olahraga kegemarannya.³⁰

Gaya hidup dapat diartikan sebagai sebuah pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat dan opininya yang terbentuk melalui sebuah kelas sosial, dan pekerjaan. Tetapi, kelas sosial dan pekerjaan yang sama tidak menjamin munculnya sebuah gaya hidup yang sama. Melihat hal ini sebagai sebuah peluang dalam kegiatan pemasaran, banyak pemasar yang mengarahkan merek mereka kepada gaya hidup seseorang.³¹

4) Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya (motif, IQ, emosi, cara berpikir, persepsi) dan faktor eksternal dirinya (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah,

³⁰ Sunaryo, *Psikologi* (Jakarta: EGC, 2004), 109.

³¹ *Ibid.*, 109.

lingkungan alam). Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan membeli.³²

Setiap orang memiliki berbagai macam karakteristik kepribadian yang berbeda-beda yang dapat mempengaruhi aktivitas kegiatan pembeliannya. Kepribadian merupakan ciri bawaan psikologis manusia yang berbeda yang menghasilkan sebuah tanggapan relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan beradaptasi.³³

5) Psikologis

Terakhir, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis. Faktor ini dipengaruhi oleh empat faktor utama diantaranya sebagai berikut:

a) Motivasi

Istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu, yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat. Kebutuhan psikologis yang muncul adalah kebutuhan akan

³² Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, 45.

³³ *Ibid.*, 45.

pengakuan, penghargaan atau rasa memiliki. Kebanyakan dari kebutuhan ini tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang.³⁴

b) Persepsi

Persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi. Dalam kehidupan sehari-hari, kita akan melihat reaksi setiap orang akan berbeda sekalipun stimuli yang dihadapi adalah sama baik bentuknya, tempatnya dan waktunya. Umpamanya, dua orang pada lingkungan yang sama akan berbeda bentuk reaksinya dalam menghadapi stimuli yang sama. Hal ini karena komposisi potensi dan kapabilitas mereka berbeda dalam menunjukkan kemampuan, kualitas, berpikir dan keakuratan mengambil tindakan. Kaitan ini sifatnya sangat individu.³⁵

Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen muslim, perbedaan persepsi manusia ini tidak dapat dielakkan. Namun demikian, bukan berarti bahwa persepsi tidak memiliki rambu-rambu, sebab pada dasarnya ada batasan-batasan tertentu yang harus ditaati persepsi agar tidak liar.³⁶

³⁴ Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi & Pengukurannya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 3.

³⁵ Rohmaul Listyana & Yudi Hartono, "Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013)", *Jurnal Agastya*, Vol 5 No 1 Januari 2015, 121

³⁶ Rohmaul Listyana & Yudi Hartono, "Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013)", 121.

c) Pengetahuan dan pembelajaran

Pada umumnya perilaku manusia merupakan hasil dari proses belajar. Pengetahuan seorang dihasilkan melalui unsur-unsur dorongan, rangsangan, petunjuk, tanggapan dan penguatan yang saling berinteraksi satu sama lainnya.

Pembelajaran berdampak pada adanya perubahan seorang individu/konsumen dikatakan belajar jika ada perubahan ke arah yang lebih baik dalam tiga aspek (kognitif, afektif dan psikomotor) yang bersifat permanen. Konsumen akan belajar setelah mendapatkan pengalaman, baik pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain.³⁷

d) Sikap dan Kepercayaan

Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam situasi dan kondisi tertentu secara konsisten. Sikap memengaruhi kepercayaan, dan kepercayaan memengaruhi sikap.³⁸

Jadi, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Selain itu terdapat faktor eksternal yang mempengaruhi pengambilan keputusan yaitu pemasaran

³⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi, 2013), 25.

³⁸ *Ibid.*, 26.

d. Pemasaran (Eksternal)

Dalam dunia perbankan fungsi jabatan *marketing funding* juga sering disebut dengan *funding officer*. *Funding officer* pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai *outcome* dari kegiatan distribusi dan logistic, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Lebih jauh Kotler dan AB. Santoso menjelaskan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan managerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain". Definisi ini berdasarkan pada konsep inti; kebutuhan, keinginan, dan permintaan; produk; nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran, transaksi, dan hubungan; pasar; pemasaran dan pemasar, sehingga secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi

kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.³⁹

Dengan demikian, untuk meningkatkan minat anggota pada Bank Syariah sangat memerlukan strategi dalam memasarkan produk dan jasanya. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan.

Dengan strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan target pasar tentu saja sangat membantu memperlancar dalam menjual produk-produknya. Semakin banyak produk terjual ke pasar akan memberikan kontribusi pada peningkatan penerimaan perusahaan, dan pada akhirnya dapat berpengaruh langsung pada pencapaian target keuntungan yang semakin meningkat pula.⁴⁰

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syari'ah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syari'ah. Dimana penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana.⁴¹

³⁹ Nilam Sari, "Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan dalam Perspektif Islam", *Media Syariah*, Vol. XIV No. 2 Juli – Desember 2012, 201.

⁴⁰ Ismawati, "Peran Dan Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Penabung Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Panakukang Kota Makassar", *AL-Mashrafiyah*, Vol. 3 Nomor 1 April 2019, 71-72.

⁴¹ Ismail, *Perbankan Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 106.

Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah dalam prakteknya di perbankan syariah telah membentuk sub-sistem, sistem pembiayaan berdasarkan prinsip syariah dilihat dari sudut pandang ekonomi berdasarkan sifat penggunaannya ada 2 hal, yaitu:

- a. Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk meningkatkan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi,
- b. Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.⁴²

Berdasarkan pendapat di atas, dapat diketahui bahwa pembiayaan dapat dibagi menjadi dua yaitu pembiayaan produktif dan pembiayaan konsumtif. Istilah pembiayaan pada intinya berarti *I Believe, I Trust*, 'saya percaya' atau 'saya menaruh kepercayaan. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (*trust*), berarti lembaga pembiayaan selaku *shahibul mal* menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil, dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat yang jelas, dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.⁴³

⁴² Aan Suhendri, Ahmad Mukhlisin, "Dimensi Ekonomi Islam dalam Sistem Pembiayaan Bank Syariah", dalam *Jurnal Al Iqtisaduna*, Metro: IAIN Metro, Volume 4 Nomor 1 Ed. Juni 2018, 2.

⁴³ Veithzal Rivai, Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008), 3.

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara lembaga keuangan pihak lain yang mewajibkan pihak meminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu, dengan imbalan atau bagi hasil.

Pembiayaan atau *financing*, yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

Pembiayaan dalam bank Islam adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

- a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *Mudharabah* dan *Musyarakah*.
- b. Transaksi sewa dalam bentuk ijarah atau sewa dengan opsi perpindahan hak milik dalam bentuk *Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik*.
- c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *Murabahah*, *Salam*, dan *Istishna*.
- d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *Qardh*, dan
- e. Transaksi multijasa dengan menggunakan akad *Ijarah* atau *Khafalah*.⁴⁴

Berdasarkan keterangan di atas, pembiayaan dalam bank Islam adalah penyediaan dana atau tagihan berupa transaksi bagi hasil dalam bentuk *Mudharabah* dan *Musyarakah*, Transaksi sewa dalam bentuk ijarah

⁴⁴ Veithzal Rivai, Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*, 4

atau sewa, transaksi jual beli dalam bentuk piutang *Murabahah*, *Salam*, dan *Istishna*, transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *Qardh* serta transaksi multijasa dengan menggunakan akad *Ijarah* atau *Khafalah*.

2. Unsur Pembiayaan

Pembiayaan pada dasarnya diberikan atas dasar kepercayaan. Dengan demikian, pemberian pembiayaan adalah pemberiaan kepercayaan. Hal ini berarti prestasi yang diberikan benar-benar harus diyakini dapat dikembalikan oleh penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang telah disepakati bersama. Berdasarkan hal di atas, unsur-unsur dalam pembiayaan tersebut adalah:

- a. Adanya dua pihak, yaitu pemberi pembiayaan (*shahibul mal*) dan penerima pembiayaan (*mudharib*). Hubungan pemberi pembiayaan dan penerima pembiayaan merupakan kerja sama yang saling menguntungkan.
- b. Adanya kepercayaan *shahibul mal* kepada Mudharib yang didasarkan atas prestasi dan potensi Mudharib.
- c. Adanya persetujuan, berupa kesepakatan pihak *shahibul mal* dengan pihak lainnya yang berjanji membayar dari *Mudharib* kepada *shahibul mal*. Janji membayar tersebut dapat berupa janji lisan, tertulis (akad pembiayaan) atau berupa instrumen (*Credit Instrument*), sebagaimana firman Allah Subhanahuata'alam dalam surat Al-Baqarah [2]: 282.
- d. Adanya penyerahan barang, jasa atau uang dari *shahibul mal* kepada *mudharib*.

- e. Adanya unsur waktu (*time element*). Unsur waktu merupakan unsur esensial pembiayaan. Pembiayaan terjadi karena unsur waktu, baik dilihat dari *shahibul mal* maupun di lihat dari *mudharib*.
- f. Adanya unsur risiko (*degree of risk*) baik dari pihak *shahibul mal* maupun dipihak *mudharib*. Risiko dipihak *shahibul mal* adalah risiko gagal bayar (*risk of default*), baik karena kegagalan usaha (pinjaman atau komersial) atau ketidak mampuan bayar (pinjaman konsumen) atau karena ketidak sediaan membayar.⁴⁵

Unsur-unsur dalam pembiayaan terdiri dari adanya dua pihak, adanya kepercayaan *shahibul mal* kepada Mudharib, adanya persetujuan, adanya penyerahan barang, jasa atau uang dari *shahibul mal* kepada *mudharib*, adanya unsur waktu (*time element*) dan adanya unsur risiko (*degree of risk*).

3. Tujuan Pembiayaan

Dalam membahas tujuan pembiayaan, mencakup lingkup yang luas. Pada dasarnya terdapat dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan yaitu:

- a. *Profitability*, yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama anggota. Oleh karena itu bank hanya akan menyalurkan pembiayaan kepada usaha-usaha anggota yang

⁴⁵ Veithzal Rivai, Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*, 4

diyakini mampu dan mau mengembalikan pembiayaan yang telah diterimannya.

- b. *Safety*, keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti. Oleh karena itu, dengan keamanan ini dimaksudkan agar prestasi yang diberikan dalam bentuk modal, barang atau jasa itu betul-betul terjamin pengembaliannya sehingga keuntungan (*profitability*) yang diharapkan dapat menjadi kenyataan.⁴⁶

Berdasarkan pendapat di atas, dapat diketahui bahwa fungsi pembiayaan terdiri dari *Profitability* dan *Safety*. *Profitability*, yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama anggota sedangkan *Profitability*, yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama anggota.

C. Baitul Tamwil Muhamadiyah

1. Pengertian Baitul Tamwil Muhamadiyah

Baitul Tamwil Muhammadiyah atau BTM merupakan Lembaga Keuangan Mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah artinya, semua transaksi keuangan dilakukan dengan akad sesuai syariat Islam. Sedangkan kedudukan lembaga keuangan tersebut

⁴⁶ Veithzal Rivai, Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management*, 5-6.

merupakan Amal Usaha Ekonomi Muhammadiyah.⁴⁷ Menurut bahasa, *Baitut Tamwil* berasal dari gabungan dua pengertian, yaitu *Bait* yang artinya rumah dan *Tamwil* (pengembangan harta kekayaan) yang asal katanya *Maal* atau harta.

Secara keseluruhan *Baitut Tamwil* dimaknai sebagai tempat untuk mengembangkan usaha atau tempat untuk mengembangkan harta kekayaan. Pengertian dua suku kata itulah yang kemudian digunakan sebagai penamaan untuk lembaga keuangan mikro, yaitu berfungsi sebagai lembaga pemberdayaan pedagang.⁴⁸ Sebagai lembaga keuangan syariah BTM harus mendapat pengawasan yang layak, yang dilakukan oleh dewan pengawas syariah.⁴⁹

Pada BTM, bidang sosial ditiadakan karena di Muhammadiyah sudah lebih dulu ada lembaga amil zakat. demikian, mekanisme kerja BTM dengan lembaga amil zakat Muhammadiyah dapat disinergikan. Misalnya pengelolaan zakat, infaq dan sedekah untuk usaha produktif dikerjasamakan dengan BTM atau lembaga amil zakat dapat saja berkantor bersama dengan BTM supaya lebih hidup.⁵⁰ Pertumbuhan dan perkembangan aktivitas kehidupan masyarakat yang begitu dinamis saat ini ternyata tetap memposisikan BTM sebagai lembaga yang masih tetap dibutuhkan dan diperlukan oleh masyarakat. Penyebaran BTM bukan

⁴⁷ Djazuli, Yadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat, Sebuah Pengenalan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002), 183.

⁴⁸ Ma'had Alif Tarbiyah Mubalighin Muhammadiyah, *Pedoman Pendirian BTM*, (Bandar Lampung: 2008), 4.

⁴⁹ Nurhasanah Neneng, "Optimalisasi Dewan Pengawas Syariah dilembaga keuangan syariah", *Jurnal syiar Hukum Unisna*, Vol.8 (3) 2011, , 218-231.

⁵⁰ Ma'had Alif Tarbiyah Mubalighin Muhammadiyah, *Pedoman Pendirian BTM*, 5.

hanya di perkotaan namun telah memasuki perdesaan. Artinya masyarakat sudah bersentuhan secara langsung dengan BTM dan termasuk ikut menerima manfaat dari keberadaan BTM itu sendiri.⁵¹

2. Produk-produk Baitul Tamwil Muhamadiyah

Pada dasarnya produk-produk yang ditawarkan Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) atau BMT tidak berbeda dengan produk bank syari'ah, yaitu:

a. Produk Simpanan

Produk simpanan ini biasanya menggunakan pola titipan (wadiah). Wadiah merupakan suatu barang titipan yang dititipkan oleh seseorang kepada kepada pihak lain untuk di jaga kemudian dirawat sebagaimana mestinya. Titipan tersebut juga merupakan titipan murni yang setiap saat dapat diambil. Wadiah di bagi menjadi dua jenis, yakni: wadiah yad al-amanah (*trustee Depository*), dan wadiah yad adh-dhamanah (*guarantee depository*).⁵² Akad wadiah ini biasanya digunakan untuk simpanan modal dan simpanan hutang.

b. Produk Pembiayaan

1) *Murabahah* (Jual Beli)

Adalah jual beli dimana si penjual atau bank syariah mengambil keuntungan dari barang yang di jualnya, sementara itu si pembeli atau anggota mengetahui harga awal dari barang yang

⁵¹ Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 164.

⁵² Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 186.

akan dibelinya tersebut. Bentuk pembayaran dalam akad ini dapat dilakukan secara tunai maupun cicilan. Bentuk pertama pembayaran pada awal kontrak kemudian anggota atau pembeli menandatangani barang kemudian pembayaran dilakukan secara cicilan. Dan bentuk kedua anggota memperoleh barang dan melakukan pembayaran secara tunai.

2) *Mudharabah* (Bagi Hasil)

Adalah akad kerjasama antara dua orang atau lebih, dimana pihak pertama (shahibul Mal) yang menyediakan seluruh modal, kemudian pihak yang lainnya bertugas mengelola modal, dengan keuntungan di bagi berdasarkan kesepakatan bersama. Dengan ketentuan apabila terjadi kerugian maka akan di tanggung pemilik modal selama kerugian tersebut bukan karena kelalaiaan dari si pengelola, tetapi apabila kerugian tersebut di sebabkan karena kelalaian si pengelola, maka pengelola tersebut wajib bertanggung jawab.⁵³

3) *Musyarakah*

Adalah akad kerjasama antara dua orang atau lebih untuk menjalankan usaha tertentu. Dan masing-masing pihak memberikan dana dengan ketentuan keuntungan dan risiko di tanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.⁵⁴

⁵³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 169-170.

⁵⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, 169-170.

4) Ijarah (Sewa Jasa)

Al-ijarah merupakan akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa di ikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang yang di sewakan tersebut. Adapula jenis ijarah dengan perjanjian alih kepemilikan barang yaitu ijarah muntahiya bittamlik. Ijarah muntahiya bittamlik (IMBT) adalah transaksi sewa dengan perjanjian untuk menjual atau menghibahkan objek sewa di akhir periode sehingga transaksi ini di akhiri dengan alih kepemilikan objek sewa.⁵⁵

3. Prinsip Muamalah Baitul Tamwil Muhamadiyah

Prinsip Muamalah yang wajib dipegang erat oleh para pengurus dan pengelola BTM dalam menjaga kegiatannya adalah:

- a. Memegang teguh sifat amanah, artinya harus menjaga dengan baik amanat uang yang dititipkan oleh masyarakat, oleh anggota dan para penabung untuk dikelola secara baik dan menguntungkan. Tidak boleh terjadi keputusan pembiayaan yang berdasarkan emosional, tetapi pertimbangan kelayakan usaha secara ekonomis dan bisnis.
- b. Memiliki sifat Fatonah, artinya memiliki kemampuan profesional sebagai seseorang pengelola BTM, maka keberlangsungan BTM sangat di khawatirkan, terjadinya macet pembiayaan atau Loss (hilang) akan sangat besar. Jika ini terjadi, maka pembangunan image tentang manajemen profesional yang diajarkan dalam Islam akan sangat sulit,

⁵⁵ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013), 103.

karena bisnis BTM adalah bisnis kepercayaan, sebagaimana bisnis lembaga keuangan lainnya.

- c. Memiliki sifat *sidiq* (benar), artinya para pengelola BTM harus menjadi seseorang yg dipercaya oleh masyarakat setempat, karena memiliki kebiasaan dan sifat yang baik, yang apa bila berbicara dan berjanji benar.⁵⁶

Apabila yang mengolah BTM adalah orang yang memiliki reputasi kurang baik dalam kejujuran, misalnya sebelum orang tersebut terkenal sering menyiksa masyarakat dan banyak kegiatan-kegiatan yang merugikan orang banyak jangan harap. BTM tersebut akan dapat berkembang dengan baik. Memilih orang yang jujur dan benar walaupun masih harus belajar lagi dengan pengetahuan BTM lebih baik, daripada menggunakan orang yang reputasinya sudah cacat disahkan.

⁵⁶ Buchari dan Donni Juni Priansa, *Manajaemen Bisnis Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 19.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan). Penelitian lapangan itu sendiri adalah suatu penelitian yang memiliki tujuan untuk mempelajari secara intensif latar belakang dan keadaan sekarang dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu keadaan sosial, individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat.¹ Penelitian ini digunakan untuk mengetahui tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang pasar Sumbersari Bantul melakukan pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk menggambarkan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang pasar Sumbersari Bantul melakukan pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan yang diuraikan dengan kata-kata atau kalimat untuk memperoleh kesimpulan.

¹ Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Edisi Ke 2, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), 4

B. Sumber Data

Penetapan sumber data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan dan menjangkau sebanyak mungkin informasi dari berbagai macam sumber/informan. Sebelum melakukan pengumpulan data yang akan dikumpulkan pada penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu, sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah

- a. Ketua cabang BTM Surya Metro Selatan
- b. *Account Officer* BTM Surya Metro Selatan
- c. *Marketing* BTM Surya Metro Selatan
- d. Pedagang di Pasar Summersari Bantul yang berjumlah 10 orang.

Untuk mengambil responden tersebut peneliti gunakan *insidental sampling*. *Insidental Sampling* adalah “teknik penentuan sampel, berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.”²

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah bahan-bahan data yang menjadi pelengkap atau penunjang dari sumber data primer.³ Sumber data sekunder merupakan data yang mencakup dokumen-dokumen, buku-buku, hasil

² Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 96.

³ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008), 140

penelitian yang berwujud laporan, buku harian, majalah, koran, makalah, dan internet.

Adapun dokumen dan buku-buku yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ristiyani Prasetya dan John J.OI perilaku konsumen, Veithzal Rivai, Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management* dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang pasar Sumbersari Bantul melakukan pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiono, teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, pengumpulan data adalah tahapan yang paling penting dalam penelitian ini, bila dilihat dari sumber data primer dan sumber data sekunder.⁴

Agar penelitian dapat berjalan dengan baik, maka peneliti menentukan teknik pengumpulan data sesuai dengan rencana jenis data yang akan diambil metodenya adalah:

⁴ P. Joko Subagyo, *Metodologi Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 224

1. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan atau metode pengumpulan data yang dilakukan dengan bertatap langsung responden, sama seperti penggunaan daftar pertanyaan.⁵

Peneliti juga menyiapkan garis besar pertanyaan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang pasar Sumbersari Bantul melakukan pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan. Dalam melakukan wawancara, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang telah dirancang kepada:

- a. Pedagang di Pasar Sumbersari Bantul yang berjumlah 10 orang.
- b. Ketua cabang BTM Surya Metro Selatan
- c. Account Officer BTM Surya Metro Selatan
- d. *Marketing* BTM Surya Metro Selatan yang berjumlah 3 orang.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan melihat sumber-sumber dokumen yang ada kaitannya dengan jenis data yang diperlukan.⁶ Metode dokumentasi adalah cara yang efisien untuk melengkapi hal-hal yang belum didapat dari wawancara. Metode dokumentasi yang digunakan untuk mendapatkan data dari bahan-bahan tentang profil BTM Surya Metro Selatan.

⁵ Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), 143

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 129.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata data secara sistematis untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti. Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai dengan menelaah seluruh data yang terkumpul dari berbagai sumber.

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif. Penalaran induktif adalah berangkat dari fakta-fakta atau peristiwa yang khusus, peristiwa-peristiwa yang konkret, kemudian dari fakta-fakta atau peristiwa yang khusus, ditarik menjadi generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum”.⁷

Cara berfikir induktif ini peneliti gunakan untuk mengetahui informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang pasar Summersari Bantul melakukan pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan dengan melakukan wawancara terhadap sumber data primer penelitian yaitu para pedagang, ketua cabang, AO dan marketing BTM Surya sehingga memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang pasar Summersari Bantul melakukan pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro kemudian hasil wawancara tersebut ditelaah, dikaji, dan disimpulkan sesuai dengan tujuan dan kegunaan peneliti, dalam memperoleh kecermatan, ketelitian dan kebenaran

⁷ Sutrisno Hadi, *Metodologi Reasearch Jilid 1*, (Yogyakarta: UGM, 2004), 42

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil BTM Surya Metro Selatan

a. Sejarah BTM Surya Metro Selatan

Salah satu lembaga yang masih beroperasi dan berperan langsung terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat adalah Baitul Tamwil Muhammadiyah yang berada di Metro Selatan. BTM Surya Metro Selatan adalah koperasi serba usaha dengan prinsip syariah yang didirikan pada tanggal 14 Juli 2014 oleh Pimpinan Cabang Muhammadiyah Metro Selatan.

BTM Surya Metro Selatan adalah lembaga keuangan mikro syariah yang membantu memecah masalah-masalah permodalan yang telah dihadapi para pelaku usaha kecil dan mikro di Kecamatan Metro Selatan. BTM Surya Metro Selatan mengajak semua masyarakat untuk berhijrah dari sistem ekonomi konvensional (riba) sehingga usaha masyarakat Metro Selatan menjadi berkah dan mendapat keuntungan serta rezeki yang halal.¹

b. Visi, Misi dan Tujuan BTM Surya Metro Selatan

1) Visi

“Meraih Berkah Bersama Syariah”

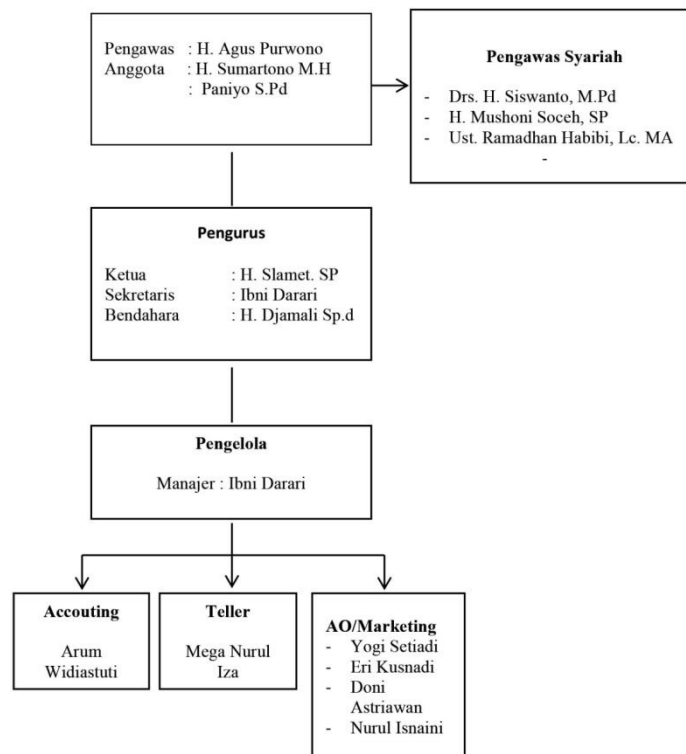
¹ Dokumentasi, Profil BTM Surya Metro Selatan Tahun 2021

2) Misi

- a) Memberikan layanan simpanan dengan prinsip syariah dan menguntungkan.
- b) Memberikan bantuan modal usaha kepada anggota melalui pembiayaan yang sesuai dengan syariat Islam.
- c) Menggapai keberkahan rezeki dari Allah SWT dengan meninggalkan segala bentuk riba.
- d) Melakukan penguatan kelembagaan, modal, dan akses layanan koperasi
- e) Mengurangi penduduk miskin dan pengangguran.²

c. Struktur Organisasi BTM Surya Metro Selatan

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BTM Surya Metro Selatan³



² Dokumentasi, Profil BTM Surya Metro Selatan Tahun 2022

³ Dokumentasi, Profil BTM Surya Metro Selatan Tahun 2022

Pada penelitian ini, peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada manager, teller, dan account officer.

a. Manajer

- 1) Manajer mempunyai tugas memimpin organisasi dan keuangan di BTM Surya Metro Selatan, dan melakukan evaluasi dan memutuskan permohonan pembiayaan melalui mekanisme atau forum komite pembiayaan.
- 2) Wewenang Manajer adalah melakukan pengendalian atau pembinaan terhadap pengembalian pembiayaan dan menandatangani berbagai berkas atau dokumen transaksi keuangan BTM Surya Metro Selatan.

b. *Accounting Officer*

- 1) Tugas *Account Officer* adalah Bertanggung jawab atas pengelolaan dan keselamatan asset BTM.
- 2) Bersama ketua/manajer melakukan pembinaan dan pengawasan tugas-tugas pengelola, terutama dibidang penerimaan dan pengeluaran uang, pembukuan atau akuntansi dan membuat laporan keuangan harian, bulanan, triwulan, dan tahunan BTM Surya Metro Selatan.

c. *Teller*

- 1) Tugasnya memberikan pelayanan kepada anggota baik penarikan maupun penyeteroran (simpanan maupun pembiayaan), dan

menghitung keadaan keuangan atau transaksi setiap hari di BTM Surya Metro Selatan.

- 2) Wewenang Teller adalah mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai baik pembiayaan ataupun simpanan yang telah disetujui oleh manajer, dan menghitung uang tunai dari staf pemasaran *lending*, maupun staf pemasaran *funding*.

d. Produk-Produk BTM Surya Metro Selatan

Produk yang ditawarkan oleh BTM Surya Metro Selatan yaitu produk simpanan dan produk pembiayaan, secara lebih rinci dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Produk simpanan BTM Surya Metro
 - a) Simpanan Walimah/Nikah (Si WALI)
 - b) Simpanan MULIA (Si MULI)
 - c) Simpanan PENDIDIKAN (Si DIK)
 - d) Simpanan WADIAH (Si DIAH)
 - e) Simpanan BERJANGKA (Si JAKA)
 - f) Simpanan QURBAN (Si BAN)
 - g) Simpanan IDUL FITRI (Si FITRI)
 - h) Simpanan UMROH (Si ROH)
- 2) Produk Pembiayaan BTM Surya Metro Selatan
 - a) *Mudharabah* (Bagi Hasil)

Pembiayaan *mudharabah* adalah pembiayaan dimana pihak BTM Surya Metro Selatan menyediakan modal (shahibul maal)

sedangkan anggota menyediakan usaha atau sebagai pengelola (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha bersama, dengan dengan hasil keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama.

b) *Musarakah* (Penyertaan)

Musarakah adalah akad pembiayaan antara pihak BTM Surya Metro Selatan dengan anggota, dan masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

c) *Murabahah* (Jual Beli)

Secara sederhana *murabahah* berarti suatu penjualan barang seharga barangtersebut ditambah keuntungan yang disepakati kedua pihak, harus menyepakati harga jual dan waktu pembayaran. BTM bertindak sebagai penjual tetapi dilakukan tidak secara langsung. BTM hanya menalangi (menyediakan dana) untuk pembelian barang modal yang diajukan oleh anggota untuk kemudian anggota/anggota tersebut membeli sendiri barang modal yang dikehendaki.

d) *Ijarah* (Jasa)

Ijarah adalah bentuk pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan dimana BTM memberikan fasilitas pinjaman kepada anggota/anggota sebagai penyewa, dan memberi kepadanya

kesempatan untuk mengambil kemanfaatan dari barang sewaan untuk jangka waktu tertentu dengan imbalan yang besarnya telah disepakati bersama.⁴

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Sumbersari Bantul Melakukan Pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan

BTM Surya Metro Selatan didirikan pada tanggal 14 Juli 2014 oleh pimpinan cabang Muhammadiyah Metro. Atas dasar organisasi Muhammadiyah yang berfungsi untuk pembiayaan dan penyaluran dana kepada masyarakat umum tidak hanya untuk kalangan kelompok Muhammadiyah tapi juga untuk semua basis organisasi, dan untuk semua umat Islam pada umumnya yang ada di daerah Metro Selatan. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya BTM Surya Metro Selatan memiliki beberapa produk pembiayaan untuk masyarakat, seperti mudharabah, musyarakah, murabahah, dan ijarah. Keempat produk pembiayaan tersebut merupakan produk yang paling diminati. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah anggota yang terus mengalami peningkatan setiap tahun. Hal tersebut tentu salah satunya dipengaruhi oleh keputusan anggota dalam menggunakan pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan.

Lahirnya suatu keputusan tidak serta merta berlangsung secara sederhana, sebab sebuah keputusan itu selalu saja lahir berdasarkan dari proses yang memakan waktu, tenaga dan pikiran hingga akhirnya lahirlah keputusan tersebut. Keputusan tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor.

⁴ Dokumentasi, Profil BTM Surya Metro Selatan Tahun 2021

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang Pasar Sumbersari dalam memilih produk pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan, peneliti melakukan wawancara kepada pihak BTM Surya Metro Selatan dan pedagang Pasar Sumbersari sebagai berikut:

Bapak Ibnu Darari selaku manajer di BTM Surya Metro Selatan menuturkan bahwa seiring dengan perkembangan jaman masyarakat, seperti pedagang di daerah Metro Selatan ini mulai menyadari bahwa adanya lembaga keuangan syariah dapat membantu dalam kegiatan ekonomi mereka seperti pemberian modal dan penyimpanan uang. Produk pembiayaan yang ada di BTM Surya Metro Selatan yaitu) *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah* , dan *ijarah*. Dengan beragam pilihan produk pembiayaan yang ditawarkan, masyarakat, seperti pedagang Pasar Sumbersari akan dengan mudah menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Sehingga pada akhirnya dapat mempengaruhi keputusan pedagang tersebut menjadi anggota BTM Surya Metro Selatan.⁵

Selanjutnya Ibu Mega Nurul Iza selaku *teller* BTM Surya Metro Selatan menerangkan bahwa keputusan masyarakat seperti pedagang untuk menabung di BTM Surya Metro Selatan tahun semakin meningkat. Hal ini karena BTM Surya Metro Selatan menerapkan fasilitas jempot bola membuat calon anggota tertarik untuk menabung di BTM Surya Metro Selatan ini. Selain pihak KSU BTM Surya Metro Selatan memberikan

⁵ Ibnu Darari, manajer BTM Surya Metro Selatan, wawancara pada tanggal 13 September 2022

pengenalan terhadap produk-produk pembiayaan dengan sosialisasi terhadap orang-orang terdekat terlebih dahulu. Kemudian promosi yang dilakukan BTM Surya Metro Selatan dengan cara mulut ke mulut atau terjun langsung ke pasar untuk mencari calon anggota di pasar tetapi tetap memberikan pelayanan dan kualitas yang baik akan menarik calon anggota yang lain untuk menjadi calon anggota BTM Surya Metro. Untuk produk pembiayaan yang paling diminati masyarakat saat ini adalah *mudharabah*.⁶

Selanjutnya, Ibu Nurul Istiani selaku *Account Officer* menuturkan bahwa produk pembiayaan sangat diminati masyarakat, seperti pedagang karena sangat bermanfaat untuk membantu keperluan pedagang dalam membantu usahanya. Lokasi BTM Surya Metro Selatan sendiri termasuk sangat strategis yaitu di dekat pasar tradisional Metro Selatan dan mayoritas anggota adalah 85% pedagang yang ada di pasar tersebut.⁷

Sebagai contoh, menurut Ibu Nurul Istiani, apabila anggota meminjam melalui fasilitas pembiayaan *mudharabah*, BTM menyediakan sejumlah dana yang diperlukan untuk usaha beliau. Contoh anggota meminjam uang sebesar Rp. 8.000.000,-. Setelah dihitung bersama, nisbah bagi hasil atas kerja sama ini dengan ketentuan 70% untuk anggota, 30% untuk pihak BTM. Apabila keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 10.000.000,- maka perhitungannya yaitu (Rp. 10.000.000 – Rp. 8.000.000)

⁶ Nurul Iza, *teller* BTM Surya Metro Selatan, wawancara, pada tanggal 13 September 2022

⁷ Yogi Setiadi, *Account Officer* BTM Surya Metro Selatan, wawancara, pada tanggal 13 September 2022

$\times 70\% = \text{Rp. } 1.400.000,-$. Kemudian dari pihak BTM akan mendapatkan keuntungan sebesar $= (\text{Rp. } 10.000.000 - \text{Rp. } 8.000.000) \times 30\% = \text{Rp. } 600.000,-$.⁸

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pedagang Pasar Sumbersari yang menjadi anggota di BTM Surya Metro Selatan. Pertama kepada Ibu Warsini, beliau menuturkan awal mula beliau tertarik untuk menjadi anggota BTM Surya Metro Selatan adalah ketika ditawarkan oleh karyawan dan memilih produk pembiayaan *mudharabah* pada tahun 2018. Kemudian dari situ beliau merasa pelayanan yang ada di BTM Surya Metro Selatan sangat nyaman, ramah dan pelayanan jasa yang lainnya sangat baik. Beliau memilih produk *mudharabah* karena *mudharabah* merupakan akad kerja sama suatu usaha dengan keuntungan usaha dibagi sesuai nisbah yang disepakati dalam akad. Beliau melakukan pembiayaan tersebut karena dikarenakan membutuhkan tambahan modal untuk usaha dagang yang dijalaninya.⁹

Selanjutnya Ibu Erna menuturkan, bahwa sudah menjadi anggota BTM Surya Metro Selatan sejak tahun 2017 dan memilih produk pembiayaan *mudharabah*. Awalnya ada beberapa teman yang merekomendasikan produk *mudharabah* tersebut dan melihat brosur yang menyatakan bahwa pembiayaan *mudharabah* merupakan kerjasama usaha dengan ketentuan bagi hasil atas keuntungan usaha dan bagi rugi jika ada

⁸ Nurul Istiani, *Acount Oficcer* BTM Surya Metro Selatan, wawancara, pada tanggal 13 September 2022

⁹ Warsini, Pedagang Pasar Sumbersari sekaligus anggota BTM Surya Metro Selatan, wawancara pada tanggal 13 September 2022

kerugian usaha, serta banyak keunggulannya, sehingga beliau akhirnya tertarik terhadap produk pembiayaan *mudharabah* ini. Beliau menambahkan bahwa dengan adanya pembiayaan *mudharabah* ini sangat membantu beliau sebagai pedagang untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, faktor pribadi dipengaruhi oleh keadaan ekonomi dirinya dan juga faktor pekerjaannya sebagai seorang pedagang dimana beliau melakukan pembiayaan untuk kebutuhan modalnya.¹⁰

Ibu Siti Roviah, pedagang Pasar Sumbersari yang menjadi anggota BTM Surya Metro Selatan dari tahun 2018 dan memilih produk pembiayaan *mudharabah* karena faktor motivasi disebabkan dirinya membutuhkan tambahan modal untuk usahanya. Awalnya beliau tertarik karena ada karyawan yang menawarkan produk-produk pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan, dan dari segi lokasinya itu sangat tepat yaitu berada di dekat pasar tradisional Metro Selatan dan apalagi yang mengelola dari majelis Muhammadiyah jadi beliau percaya dana yang disimpan aman. Alasan memilih produk pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan karena sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.¹¹

Ibu Endang, selaku anggota BTM Surya Metro Selatan, menuturkan bahwa beliau telah menjadi anggota BTM Surya Metro Selatan dari tahun 2016, dan memilih produk pembiayaan *mudharabah*. Beliau melakukan pembiayaan *mudharabah* di BTM surya Metro Selatan

¹⁰ Erna, Pedagang Pasar Sumbersari sekaligus anggota BTM Surya Metro Selatan, wawancara pada tanggal 13 September 2022

¹¹ Siti Rovia Pedagang Pasar Sumbersari sekaligus anggota BTM Surya Metro Selatan, wawancara pada tanggal 13 September 2022

karena faktor pribadi dipengaruhi oleh keadaan ekonomi dirinya dan juga pekerjaannya sebagai seorang pedagang dimana ia melakukan pembiayaan untuk kebutuhan modalnya. Sedangkan faktor psikologi berupa pembelajaran, motivasi, dan persepsi. Pembelajaran disebabkan karena pengalaman sebelumnya ia pernah melakukan pinjaman ke lembaga keuangan konvensional, sedangkan motivasi disebabkan ia membutuhkan tambahan modal untuk usahanya, lalu persepsi dirinya atas bagi hasil yang dipraktikkan yang tentu menghindari unsur riba. Kelebihan atau keuntungan dari pembiayaan *mudharabah* ini menurut Ibu Kamsiati adalah sangat sesuai dengan kebutuhan beliau sebagai pedagang pasar. Alasan beliau memilih BTM Surya Metro Selatan karena beliau ingin menghindari riba, Beliau mengatakan bahwa sistem bagi hasil yang ditawarkan BTM Surya Metro Selatan memberikan kemudahan untuk setiap anggotanya, yaitu menggunakan pertimbangan besarnya keuntungan usaha yang dijalankan, apabila usaha yang dilakukan memperoleh keuntungan yang kecil maka bagi hasil yang diberikan kepada pihak BTM Surya Metro Selatan juga kecil, dan semakin besar keuntungan hasil usaha maka semakin besar bagi hasilnya.¹²

Ibu Nurhasanah (Pedagang Pasar Sumpangsari), mengatakan bahwa beliau telah menjadi anggota BTM Surya Metro Selatan sejak tahun 2019. Menurut beliau BTM Surya Metro Selatan itu bank yang berdasarkan prinsip syariah yang tidak terdapat sistem bunga atau riba dimana riba

¹² Endang, Pedagang Pasar Sumpangsari sekaligus anggota BTM Surya Metro Selatan, wawancara pada tanggal 13 September 2022

adalah sesuatu yang dilarang dalam agama Islam. Saya memilih untuk melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan karena kepercayaan, karena ada saudara yang sudah lama menabung di BTM Surya Metro Selatan. Menurut beliau pelayanan di BTM Surya Metro Selatan cukup baik, pegawainya ramah dan sopan sehingga dapat membuat anggota nyaman.¹³

Ibu Lestari adalah anggota di BTM Surya Metro Selatan, beliau telah menjadi anggota selama kurang lebih 4 tahun, alasan beliau memilih produk pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan karena para pegawainya yang ramah dan selalu memberikan pelayanan yang baik kepada beliau setiap melakukan transaksi di BTM Surya Metro Selatan. Beliau mengatakan bahwa beliau mengetahui tentang bunga bank dan sistem bagi hasil. Persepsi beliau tentang bunga bank adalah riba yang dilarang Allah SWT dan hanya memberikan keputusan sepihak saja, sedangkan persepsi beliau tentang bagi hasil adalah suatu yang berbeda dengan bunga karena dalam sistem bagi hasil keputusan diperoleh berdasarkan keputusan bersama antara kedua belah pihak.¹⁴

Ibu Sayem adalah anggota di BTM Surya Metro Selatan. Beliau telah menjadi anggota di BTM Surya Metro Selatan tersebut selama kurang lebih 3 Tahun. Alasan beliau memilih pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan tersebut karena lokasinya dekat dengan tempat tinggal

¹³ Nurhasanah, Pedagang Pasar Sumbersari sekaligus anggota BTM Surya Metro Selatan, wawancara pada tanggal 13 September 2022

¹⁴ Lestari, Pedagang Pasar Sumbersari sekaligus anggota BTM Surya Metro Selatan, wawancara pada tanggal 13 September 2022

beliau, sehingga beliau mudah untuk melakukan transaksi di BTM Surya Metro Selatan. Selain itu, beliau mengaku memilih pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan karena menurut beliau bebas dari riba karena tidak ada bunga namun menggunakan bagi hasil. Persepsi beliau tentang bunga bank adalah suatu yang menguntungkan salah satu pihak. Persepsi beliau tentang sistem bagi hasil adalah berbeda dengan bunga bank, bagi hasil adalah pembagian hasil dari usaha yang dijalankan, nominalnya sesuai dengan hasil atau keuntungan yang diperoleh dari usaha yang dibiayai tersebut, sedangkan bunga bank, walaupun usahanya untung atau rugi maka angsuran pokok hutang dan bunganya tetap diberikan kepada bank sesuai dengan nilai suku bunga yang berlaku.¹⁵

Menurut Ibu Linda selaku pedagang Pasar Sumbersari sekaligus anggota BTM Surya Metro Selatan, faktor yang memengaruhi beliau melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan adalah adanya motivasi untuk mendapatkan dana guna mengembangkan usahanya dan kepercayaan terhadap BTM Surya Metro Selatan, karena menurut beliau BTM Surya Metro Selatan dalam transaksinya menggunakan prinsip-prinsip syariah sehingga tidak adanya unsur riba yang terkandung di dalamnya. Faktor lain yang mempengaruhi beliau berminat di BTM Surya Metro Selatan adalah faktor pelayanan, menurut beliau pelayanan di BTM

¹⁵ Sayem, Pedagang Pasar Sumbersari sekaligus anggota BTM Surya Metro Selatan, wawancara pada tanggal 13 September 2022

surya Metro Selatan cukup nyaman ramah, serta pegawainya berpakaian sopan.¹⁶

Menurut Bapak Ahmad, selaku anggota BTM Surya Metro Selatan, beliau mengatakan BTM merupakan bank yang berdasarkan prinsip syariah, bank Islam yang selalu memprioritaskan hukum syariah. Beliau melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan karena dulu mendapatkan informasi dari kawan kalau bank syariah lebih jelas (Islami). Selain itu juga faktor yang membuat beliau memilih BTM Surya Metro Selatan dikarenakan jarak yang mudah dijangkau dan tidak terlalu jauh dengan rumah. Pelayanan di BTM Surya Metro Selatan juga baik dan ramah pegawainya. Menurut beliau BTM Surya Metro Selatan itu baik untuk umat Islam, karena BTM Surya Metro Selatan merupakan bank yang berdasarkan prinsip Islam, dimana tidak ada sistem bunga dalam praktiknya dan tidak ada biaya administrasi seperti potongan bunga.¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Mardiyah, beliau mengatakan memilih untuk melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan itu karena faktor kepercayaan dan pelayanan, karena BTM Surya Metro Selatan pelayanannya ramah, nyaman dan dapat dipercaya. Menurut persepsi beliau BTM Surya Metro Selatan itu bank yang sesuai dengan aturan agama Islam dimana dalam aplikasinya bank syariah tidak menggunakan sistem bunga atau terdapat riba didalamnya, sehingga dalam

¹⁶ Linda, Pedagang Pasar Sumpersari sekaligus anggota BTM Surya Metro Selatan, wawancara pada tanggal 13 September 2022

¹⁷ Ahmad, Pedagang Pasar Sumpersari sekaligus anggota BTM Surya Metro Selatan, wawancara pada tanggal 13 September 2022

melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan bertujuan untuk mengharapkan keberkahan akan usahanya sebagai pedagang di Pasar Sumpersari.¹⁸

B. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Sumpersari Bantul Melakukan Pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan

Setiap individu dalam melakukan sesuatu hal selalu dilatarbelakangi oleh faktor yang mendorongnya untuk melakukan hal tersebut. Begitu pula yang terjadi pada pedagang di pasar Sumpersari Metro Selatan dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan, tentunya dilatar belakangi oleh beberapa faktor baik itu faktor internal maupun faktor eksternal.

1. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang berada di dalam diri seseorang yang mempengaruhi keinginan atau minat seseorang. Faktor internal yang mempengaruhi keputusan pedagang Pasar Sumpersari memilih pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan terdiri dari:

a. Keyakinan

Keyakinan merupakan salah satu faktor internal yang mempengaruhi keputusan pedagang Pasar Sumpersari memilih pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan. Adapun indikator yang menentukan agama sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang Pasar Sumpersari memilih pembiayaan di BTM Surya Metro

¹⁸ Mardiyah, Pedagang Pasar Sumpersari sekaligus anggota BTM Surya Metro Selatan, wawancara pada tanggal 13 September 2022

Selatan yaitu bunga ataupun riba hukumnya haram. Beberapa pedagang yang menyatakan bahwa BTM Surya Metro Selatan adalah bank yang berdasarkan hukum Islam.

Hal di atas sejalan dengan pendapat Kotler sebagaimana dikutip oleh Yuniarti bahwa keyakinan dapat membentuk citra produk dan merek. Konsumen yang suka atau bersikap positif terhadap produk cenderung memiliki keinginan yang kuat untuk memilih dan membeli produk yang disukainya. Sebaliknya, jika konsumen bersikap negatif terhadap suatu produk, akan memperhitungkan produk tersebut sebagai pilihan pembelian, bahkan tidak jarang akan menyampaikan ketidaksukaannya kepada teman, kerabat, atau tetangga.¹⁹

b. Motivasi

Motivasi merupakan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan pedagang Pasar Sumpal memilih pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan karena para pedagang memiliki motivasi untuk mengembangkan usahanya dengan cara melakukan pembiayaan yang berprinsip bagi hasil.

Hal di atas sejalan dengan pendapat Jeffrey, sebagaimana dikutip oleh Yuniarti bahwa motivasi terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan, atau harapan yang tidak terpenuhi. Dalam motivasi inilah sangat dimungkinkan terjadi perbedaan antara konsumen yang satu dan

¹⁹ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 217

yang lain meskipun mereka memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama.²⁰

c. Pekerjaan

Faktor pekerjaan mempengaruhi keputusan pedagang Pasar Sumpalsari memilih pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan karena kebutuhan untuk tambahan modal usaha. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Kotler sebagaimana dikutip oleh Yuniarti bahwa pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang, yaitu penghasilan yang dapat dibelanjakan dari usaha yang dijalaninya.²¹

d. Persepsi

Indikator yang menentukan bahwa persepsi merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang Pasar Sumpalsari memilih pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan adalah respon baik dan pandangan yang positif terhadap BTM Surya Metro Selatan. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Kotler sebagaimana dikutip oleh Yuniarti bahwa persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasi masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang memiliki arti. Terbentuknya persepsi yang positif pada konsumen menyebabkan mereka mempunyai kesan dan penilaian yang positif. Berdasarkan

²⁰ *Ibid.*, 216

²¹ *Ibid*

persepsi inilah konsumen tertarik untuk membeli²², atau dalam penelitian ini memilih pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri seseorang pedagang Pasar Sumpersari dalam memilih pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan, yaitu:

a. Pelayanan

Pelayanan yang baik, pegawainya ramah dan sopan sehingga dapat membuat anggota nyaman merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang Pasar Sumpersari dalam memilih pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan.

Pelayanan ini termasuk ke dalam salah satu faktor sosial yaitu faktor kelompok acuan, sebagaimana pendapat Kotler yang dikutip oleh Yuniarti bahwa kelompok acuan, terdiri atas semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku individu.²³

b. Faktor Lokasi

Lokasi yang dekat dengan Pasar Sumpersari merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang Pasar Sumpersari dalam memilih pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan. Faktor lokasi ini dapat dikategorikan ke dalam faktor sosial yaitu tempat tinggal. Faktor tempat tinggal berpengaruh karena pedagang yang

²² *Ibid*

²³ *Ibid.*, 215

bertempat tinggal di sekitar BTM Surya Metro selatan cenderung banyak yang memilih pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (Btm) Surya Metro Selatan karena kemudahan akses dan apabila terjadi permasalahan mudah untuk melakukan komplain. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler yang dikutip oleh Yuniarti bahwa kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain, seperti tempat tinggal.²⁴

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dipahami bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang Pasar Sumpalsari dalam memilih pembiayaan pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan dapat dikategorikan ke dalam dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi yaitu: keyakinan, motivasi, pekerjaan, dan persepsi. Sedangkan Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri pedagang yaitu pelayanan dan lokasi. Dari beberapa faktor tersebut, faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pedagang Pasar Sumpalsari dalam memilih pembiayaan pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan dimana pedagang menjadikan agama sebagai dasar utama karena menganggap bunga ataupun riba hukumnya haram. Pedagang menyatakan bahwa BTM Surya Metro Selatan adalah bank yang berdasarkan hukum Islam.

²⁴ *Ibid*

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Sumbersari Bantul Melakukan Pembiayaan Di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan dapat dikategorikan ke dalam dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi yaitu: keyakinan, motivasi, pekerjaan, dan persepsi. Faktor eksternal yang mempengaruhi yaitu pelayanan dan lokasi. Walaupun lokasi BTM Surya lebih jauh dari pada BMT lainnya, tetapi banyak pedagang yang melakukan pembiayaan dikarenakan karyawan BTM Surya yang memberikan kemudahan akses dalam penyetoran pembiayaan. Berdasarkan beberapa faktor tersebut, faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pedagang Pasar Sumbersari dalam memilih pembiayaan pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan adalah faktor keyakinan dimana pedagang menjadikan agama sebagai dasar utama karena menganggap bunga ataupun riba hukumnya haram. Pedagang menyatakan bahwa BTM Surya Metro Selatan adalah lembaga keuangan yang berdasarkan hukum Islam.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti laksanakan, maka peneliti mengungkapkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada seluruh pedagang pasar Sumbersari agar dapat memanfaatkan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan sesuai dengan kebutuhan pedagang.
2. Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan harus tetap mempertahankan dan meningkatkan pelayanan yang lebih baik, agar masyarakat, khususnya pedagang semakin puas terhadap pelayanan di BTM Surya Metro Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Suhendri dan Ahmad Mukhlisin. "Dimensi Ekonomi Islam dalam Sistem Pembiayaan Bank Syariah". dalam *Jurnal Al Iqtisaduna*. Metro: IAIN Metro. Volume 4 Nomor 1 Ed. Juni 2018.
- Afrianty, Nonie. et. all. *Lembaga Keuangan Syariah* Bengkulu: CV Zigie Utama, 2019.
- Amin, Titin Siti Mahfudhotin. "*Perilaku Anggota Terhadap Keputusan Memilih Produk Asuransi Syariah Di PT. Asuransi Tafakul Bandar Lampung Tahun 2016*" Kumpulan Skripsi IAIN Metro.
- Aprizal. *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing* Makasar: Celebes Media Perkasa, 2018.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013.
- Buchari dan Donni Juni Priansa. *Manajaemen Bisnis Syari'ah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Daniel, Moehar. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003.
- Fahmi, Irham. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Firmansyah, Anang. *Perilaku Konsumen Sikap & Pemasaran* Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Reasearch Jilid 1*. Yogyakarta: UGM, 2004.
- Hasibuan, Malayu S.P *Manajemen Dasar. Pengertian. dan Masalah* Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.
- Hidayat, Rachmad. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Consumer Decision Making Process* Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjay Madura". *JieMS* Vol. 9. No 2. August 2016.
- Indayanti, Kadek. et. al. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Mobil". dalam *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha. Volume 2 Tahun 2014.

- Ismail. *Perbankan Syari'ah*. Jakarta: Kencana, 2011
- Ismawati. "Peran Dan Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Penabung Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Panakukang Kota Makassar". *AL-Mashrafiyah*. Vol. 3 Nomor 1 April 2019.
- Janwari, Djazuli. Yadi. *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat. Sebuah Pengenalan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Khotimah, Khusnul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Motor Merek Honda Studi Di Desa Triharjo Kecamatan Merbau Mataram Tahun 2014" Kumpulan Skripsi IAIN Metro
- Kotler & Armstrong. *Dasar-dasar Pemasaran* Jakarta: PT Indeks, 2007.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran* Jakarta: PT Indeks. Edisi 12, 2007.
- Listyana, Rohmaul & Yudi Hartono. "Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013". *Jurnal Agastya*. Vol 5 No 1 Januari 2015.
- Ma'had Alif Tarbiyah Mubalighin Muhammadiyah. *Pedoman Pendirian BTM*. Bandar Lampung: 2008.
- Maesaroh. "Perilaku Masyarakat Dalam Memilih Pembiayaan". *Al-Iqtishad*. Vol. II. No. 2. Juli 2010.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2012
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008.
- Mustofa, Imam. *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Neneng, Nurhasanah. "Optimalisasi Dewan Pengawas Syariah dilembaga keuangan syariah". *Jurnal syiar Hukum Unisna*. Vol.8 3 2011.
- Padilah, Ilah. "Faktor Penentu Keputusan Pedagang Dalam Memilih Pembiayaan Dari Lembaga Keuangan Studi Kasus Pedagang Pasar Kampung Melayu Tahun 2014" UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Center* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Rivai, Veithzal dan Andria Permata Veithzal. *Islamic Financial Management*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008.
- Samsuri, Mukhlisin. "Implementasi Peran dan Fungsi Dewan Pengawas Syariah DPS di Baitut Tamwil Muhammadiyah BTM di BTM Sang Surya Pamekasan". *An Nawazil*. Vol. 3 No. 1 Maret 2021.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen* Yogyakarta: Andi, 2013.
- Saputra, Alvin Handrianto, dkk. "Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Studi Kasus: Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta". *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*. Vol. 10 No. 1, 2017.
- Sari, Nilam. "Manajemen Marketing Pemasaran Produk Jasa Keuangan Perbankan dalam Perspektif Islam". *Media Syariah*. Vol. XIV No. 2 Juli – Desember 2012
- Schiffman dan Kanuk. *Perilaku konsumen*. Jakarta: Indeks, 2008.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Subagyo, P. Joko. *Metodologi Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Sugiyono. *Penelitian Kuantitatif. Kualitatif. R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suhari, Yohanes. "Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya". *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*. Volume XIII. No.2. Juli 2008.
- Sunaryo. *Psikologi* Jakarta: EGC, 2004.
- Suprihati dan Wikan Budi Utami. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsuen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo". dalam *Paradigma*. Surakarta: STIE AAS Surakarta. Vol. 13. No. 1. Juli 2015.
- Towoliu, Juli, dkk. "Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Waroeng Tepi Laut. Manado". dalam *Jurnal EMBA*. Vol.5 No.2 Juni 2017.

- Uno, Hamzah B. *Teori Motivasi & Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*. Edisi Ke 2. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.
- Wirapradnyana, I Gede Adi, dkk. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Anggota PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Buleleng”. *e-Journal Universitas Pendidikan Ganesha*. Vol: 4 No: 1 Tahun: 2014.
- Wiwoho, Jamal. “Peran Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat”. *MMH*. Jilid 43 No. 1 Januari 2014.
- Wulandari, Dwi Ajeng dan Farah Oktafani. “Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike”. *Jurnal Computech & Bisnis* Vol. 11 No. 1 Juni 2017.
- Zainuddin, Zulkifli, dkk. “Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Anggota Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat”. *JRMB*. Volume 1. Nomor 2 1. Juni 2016.
- Zulaicha, Santri dan Rusda Irawati. “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam”. *Inovbiz: Jurnal Inovasi dan Bisnis*. Vol. 4. No. 2. Desember 2016.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2726/In.28.3/D.1/TL.00/9/2021
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Metro, 13 September 2021

Kepada Yth.,
Sukmasari Dewi Chan, S.Th.I., M.Ud.
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Rosiana Dwi Lestari
NPM : 1602100065
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1 PBS)
Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Sumbersari Bantul Melakukan Pembiayaan Di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan \pm 1/6 bagian
 - b. Isi \pm 2/3 bagian
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan FEBI

Siti Zulaikha

OUT LINE

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG PASAR SUMBERSARI BANTUL MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN

HALAMAN SAMPUL DEPAN

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Keputusan Konsumen
 - 1. Pengertian Keputusan Konsumen
 - 2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen
 - 3. Tingkat Pengambilan Keputusan Konsumen
 - 4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan
2. Unsur Pembiayaan
3. Tujuan Pembiayaan

C. Baitul Tamwil Muhamadiyah

1. Pengertian Baitul Tamwil Muhamadiyah
2. Produk-produk Baitul Tamwil Muhamadiyah
3. Prinsip Muamalah Baitul Tamwil Muhamadiyah

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

B. Sumber Data

C. Teknik Pengumpulan Data

D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil BMT Surya Metro Selatan

- a. Sejarah BMT Surya Metro Selatan
- b. Visi, Misi dan Tujuan BMT Surya Metro Selatan
- c. Struktur Organisasi BMT Surya Metro Selatan
- d. Produk-produk BMT Surya Metro Selatan

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Sumbersari Bantul Melakukan Pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan

B. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Sumbersari Bantul Melakukan Pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan

BAB V PENUTUP

A. Simpulan


B. Saran

DAFTAR PUSTAKA


LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Menyetujui
Pembimbing


Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN. 2008029201

Metro, Agustus 2022
Peneliti


Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG PASAR SUMBERSARI BANTUL MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN

A. Wawancara kepada Kepala Cabang BTM Surya Metro Selatan

1. Bagaimana minat para pedagang Pasar Sumbersari terhadap BTM Surya Metro Selatan?
2. Produk apa saja yang ada di BTM Surya Metro Selatan?
3. Hal apa saja yang melatar belakangi para pedagang Pasar Sumbersari melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan?
4. Apa kelebihan oprasional BTM Surya Metro Selatan?
5. Apakah karyawan BTM Surya Metro Selatan memberikan pelayanan yang baik agar para pedagang Pasar Sumbersari tertarik menjadi nasabah di BTM Surya Metro Selatan?

B. Wawancara kepada Para Pedagang Pasar Sumbersari

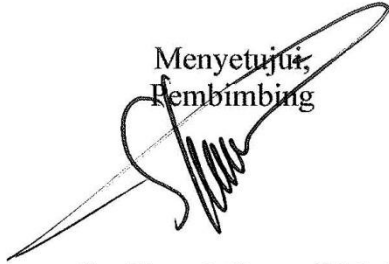
1. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui tentang BTM Surya Metro Selatan?
2. Jika iya, Dari mana bapak/ibu mengetahui BTM Surya Metro Selatan sebelumnya?
3. Sudah berapa lama bapak/ibu mengetahui BTM Surya Metro Selatan?
4. Apakah pernah ada promosi/sosialisasi dari pihak BTM Surya Metro Selatan kepada bapak/ibu atau para pedagang Pasar Sumbersari disini?
5. Apakah menurut bapak/ibu reputasi BTM Surya Metro Selatan buruk, sehingga menyebabkan bapak/ibu kurang berminat untuk menjadi anggota BTM tersebut?
6. Apakah lokasi BTM Surya Metro Selatan jauh sehingga menyebabkan kurangnya minat bapak/ibu untuk menjadi nasabah di BTM Surya Metro Selatan tersebut?
7. Menurut bapak/ibu apakah sistem administrasi untuk menjadi nasabah di BTM Surya Metro Selatan lebih sulit dibanding dengan bank konvensional?
8. Bagaimana perasaan bapak/ibu terhadap adanya produk pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan?

9. Apakah anda puas atau anda tidak paham terhadap produk pembiayaan BTM Surya Metro Selatan?
10. Apakah anda memiliki kemauan untuk melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan? Jika tidak kenapa?
11. Apakah anda mendapatkan informasi yang cukup terkait pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan?
12. Apakah ada dorongan dari pihak lain untuk mengajak anda melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan?
13. Bagaimana pengalaman anda tentang produk pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan?
14. Apakah tingkat penghasilan yang anda miliki itu mampu untuk melakukan pembiayaan BTM Surya Metro Selatan?
15. Menurut anda apakah produk pembiayaan yang sesuai untuk semua golongan para pedagang Pasar Sumbersari atau hanya beberapa golongan para pedagang Pasar Sumbersari? Jika ada berikan alasannya?
16. Apakah ada dukungan dari keluarga sehingga anda melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan?
17. Apakah pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan sesuai dengan gaya hidup anda?
18. Apakah anda termotivasi untuk melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan?
19. Bagaimana persepsi anda tentang produk pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan?
20. Apakah anda percaya dengan produk pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan?

C. Dokumentasi

1. Profil BTM Surya Metro Selatan
2. Data pedagang yang melakukan pembiayaan di BTM Surya Metro Selatan

Menyetujui,
Pembimbing



Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud
NIDN. 2008029201

Metro, Agustus 2022
Peneliti



Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3093/In.28/D.1/TL.00/09/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Manager BTM Surya Metro Selatan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3094/In.28/D.1/TL.01/09/2022, tanggal 12 September 2022 atas nama saudara:

Nama : **Rosiana Dwi Lestari**
NPM : 1602100065
Semester : 13 (Tiga Belas)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BTM Surya Metro Selatan, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG PASAR SUMBERSARI BANTUL MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 12 September 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

SURAT TUGAS

Nomor: B-3094/In.28/D.1/TL.01/09/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **Rosiana Dwi Lestari**
NPM : 1602100065
Semester : 13 (Tiga Belas)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BTM Surya Metro Selatan, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEDAGANG PASAR SUMBERSARI BANTUL MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (BTM) SURYA METRO SELATAN".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 12 September 2022

Mengetahui,
Pejabat Setempat


IBNI DAHARI

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



KSPPS BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH
BTM SURYA METRO SELATAN



Gedung Dakwah PCM Metro Selatan Jl. Mayjen S. Parman RW. 01 Kel. Rejomulyo
Kec. Metro Selatan - Kota Metro



Nomor : 076/BTM-SMS/Ket/XI/2022

Lampiran :

Perihal : **Surat Keterangan**

Kepada Yth;

Ibu Wakil Dekan I IAIN Metro

Di_

Tempat

Assalamu'Alaikum Wr Wb

Semoga bapak mendapat kemudahan dan ridho dari Allah SWT dalam menjalani aktifitas kita sehari-hari, *Aamiin*.

Bersama ini kami berikan keterangan bahwa :

Nama : Rosiana Dwi Lestari
NPM : 1602100065
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/prodi : S1 Perbankan Syariah

Mengajukan ijin research dalam study kasus pada BTM Surya Metro Selatan, berkenaan dengan hal tersebut, kami manajemen BTM Surya Metro Selatan **MEMBERIKAN IZIN** kepada sodari Ana untuk melakukan study kasus di BTM kami.

Demikian surat ini kami buat agar dapat di pergunakan sebagai mana mestinya, dan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'Alaikum Wr.Wb



Metro selatan, 21 September 2022


M. Ibni Dahari, S.kom



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1360/In.28/S/U.1/OT.01/11/2022**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : ROSIANA DWI LESTARI
NPM : 1602100065
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1602100065

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 15 November 2022

Kepala Perpustakaan



As'ad
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Rosiana Dwi Lestari
NPM : 1602100065
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pedagang Pasar Sumbersari Bantul Melakukan Pembiayaan di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 16%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 21 November 2022
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi

NIP.199208292019031007



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email: iaimetro@metrouniv.ac.id Website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rosiana Dwi Lestari
Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/S1 PBS (Perbankan
Syariah)
NPM : 1602100065 Semester/TA : XII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	4/01/2022	1. Data praferve di perbaiki 2. Pertanyaan penelitian usahakan jauh mengulas produk	
	01/02/2022	1. Perbaiki hasil praferve usahakan yg di praferve pedagang yang membangun di BTM. 2. Pertanyaan penelitian "faktor apa saja yang mempengaruhi ..."	

Dosen Pembimbing

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th. L. M.Ed
NIDN. 2008029201

Mahasiswa Ybs,

Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email: iaimetro@metrouniv.ac.id Website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Rosiana Dwi Lestari
NPM : 1602100065

Jurusan/Prodi : S1 PBS (Perbankan Syariah)
Semester/TA : XI/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	09/03/2022	Perbaiki hal 4 kemudian lanjutkan BAB II dan III Bab II sesuaikan dengan variabel judul yang ada	

Dosen Pembimbing

Sukmasari Dewi Chan, S.Th.I., M.Ud.

Mahasiswa Ybs,

**Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065**



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email: iaimetro@metrouniv.ac.id Website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rosiana Dwi Lestari Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/S1 PBS (Perbankan
Syariah)
NPM : 1602100065 Semester/TA : XII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	29/22 /05	<ul style="list-style-type: none">- Memperbaiki Data yang ada pada Latar Belakang- Memperbaiki pertanyaan penelitian	

Dosen Pembimbing

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th. I., M.Ud
NIDN. 2008029201

Mahasiswa Ybs,

Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email: iainmetro@metrouniv.ac.id Website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rosiana Dwi Lestari
Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/S1 PBS (Perbankan
Syariah)
NPM : 1602100065 Semester/TA : XII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	09/06/2022	→ Acc proposal skripsi y/ diseminarkan	

Dosen Pembimbing

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th. I., M.Ud
NIDN. 2008029201

Mahasiswa Ybs,

Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47298; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Rosiana Dwi Lestari**
NPM : 1602100065

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : XIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan									
	1 Juli 2022	<p>- perbaiki :</p> <p>→ sumber data primer dan wawan cara tidak fiktif .</p> <p>- uraikan 25 orang pedagang melakukan pembiayaan dimana . misal buat tabel</p> <table border="1"><thead><tr><th>No</th><th>lembaga Keptansi</th><th>Jml Pedagang</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>BIM</td><td>10</td></tr><tr><td>2</td><td>BMT</td><td>?</td></tr></tbody></table> <p>baru dijelaskan . is uraikan dan uraikan 10 melakukan pembiayaan berulang di BIM</p>	No	lembaga Keptansi	Jml Pedagang	1	BIM	10	2	BMT	?	
No	lembaga Keptansi	Jml Pedagang										
1	BIM	10										
2	BMT	?										

Dosen Pembimbing

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud

Mahasiswa Ybs.

Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**


Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.ain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Rosiana Dwi Lestari**
NPM : 1602100065

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : XIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	8/8/2022	Acc Pendalaman BAB I ii iii Lanjutkan Outline & APD	

Dosen Pembimbing


Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud

Mahasiswa Ybs.


Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Rosiana Dwi Lestari**
NPM : 1602100065


Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : XIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	28/08/2022	- Perbaiki APD dan Outline	
	05/09/2022	- Ace APD dan Outline - Lanjutkan mengurus surat Riset	

Dosen Pembimbing


Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud

Mahasiswa Ybs.


Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065




**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Rosiana Dwi Lestari**
NPM : 1602100065

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : XIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	10 Okt/2022	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki hasil penelitian terutama bagian penomoran- Kesimpulan dikerucutkan lagi dari beberapa faktor yang ada faktor apa yang paling menonjol	

Dosen Pembimbing


Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud

Mahasiswa Ybs.


Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Rosiana Dwi Lestari**
NPM : 1602100065

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : XIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	28/10/2022	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki kesimpulan. Faktor eksternal yang mempengaruhi apa saja.- Keterangan Gambar pada dokumen lain diperbaiki- Daftar riwayat hidup diperbaiki- Surat tugas yang di TTD lokasi penelitian belum ada- Persembahkan diperbaiki- tambahkan Abstrak.	

Dosen Pembimbing

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud

Mahasiswa Ybs.

Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Rosiana Dwi Lestari**
NPM : 1602100065

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : XIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin/4/5/2023	- Perbaiki tata pengantar - Perbaiki halaman Perembangan - lengkapi foto dan surat pernyataan	

Dosen Pembimbing

Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud

Mahasiswa Ybs.

Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065




**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

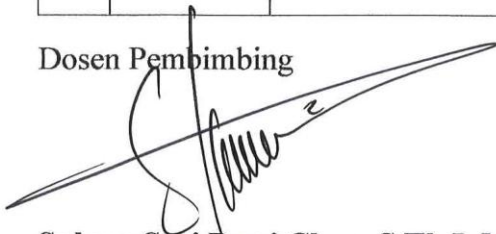
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Rosiana Dwi Lestari**
NPM : 1602100065

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : XIII / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa / 15 / 11 / 2022	- Skripsi: Acc untuk dimunagasyahkan	

Dosen Pembimbing



Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud

Mahasiswa Ybs.



Rosiana Dwi Lestari
NPM. 1602100065

DOKUMENTASI PENELITIAN

Gambar 1

Wawancara dengan Ibnu Dahari selaku *Manager* BTM Surya Metro Selatan



Gambar 2

Wawancara dengan Yogi Setiadi selaku AO BTM Surya Metro Selatan



Gambar 3

Wawancara dengan Ahmad selaku Pedagang Pasar Sumbersari



Gambar 4

Wawancara dengan Mardiyah selaku Pedagang Pasar Sumbersari



Gambar 5

Wawancara dengan Sayem selaku Pedagang Pasar Summersari



Gambar 6

Wawancara dengan Linda selaku Pedagang Pasar Summersari



Gambar 7

Wawancara dengan Nurhasanah selaku Pedagang Pasar Sumpersari



Gambar 8

Wawancara dengan Warsini selaku Pedagang Pasar Sumpersari



Gambar 9

Wawancara dengan Siti Roviah selaku Pedagang Pasar Sumbersari



Gambar 10

Wawancara dengan Endang selaku Pedagang Pasar Sumbersari



Gambar 11

Wawancara dengan Erna selaku Pedagang Pasar Sumpersari



Gambar 12

Wawancara dengan Lestari selaku Pedagang Pasar Sumpersari



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Rosiana Dwi Lestari, Lahir di Lampung tepatnya di Kota Metro pada tanggal 09 Juli 1998, anak kedua dari pasangan Bapak Rosidal (Alm) dan Ibu Sukitri dan mempunyai seorang kakak bernama Hendi Widodo.

Penulis telah menyelesaikan pendidikan formal di TK Budi Asih Metro Selatan pada tahun 2003-2004, SDN 08 Metro Selatan pada tahun 2004-2010, SMP Negeri 5 Metro pada tahun 2010-2013, SMA Negeri 02 Metro Barat 2013-2016. Kemudian melanjutkan di IAIN Metro mengambil Jurusan SI Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tahun 2016.