

## ANALISIS PERSEPSI NASABAH TERHADAP PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH DI CIREBON

Istighfarah<sup>1)</sup>, Wartoyo<sup>2)</sup>, Eef Saefulloh<sup>3)</sup>

Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

E-mail : [rarafar27@gmail.com](mailto:rarafar27@gmail.com)<sup>1)</sup>, [wartoyo@syekh Nurjati.ac.id](mailto:wartoyo@syekh Nurjati.ac.id)<sup>2)</sup>  
[eefsae2003@gmail.com](mailto:eefsae2003@gmail.com)<sup>3)</sup>

### ABSTRACT

*The research was conducted with the aim of analyzing customer perceptions and the factors that influence them towards musyarakah financing provided by BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang and the efforts made to improve the quality of musyarakah financing. This study uses a qualitative approach with the Field Research method through the collection of primary and secondary data. The results of this study show that customer perceptions of musyarakah financing at BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang received a positive response. Customer perceptions are influenced by product or service quality, effective communication, personal experience, cultural or social factors, perceptions of belief, perceptions of security, targets and situations, and perceptions of sharia compliance. And efforts made to improve the quality of profit-sharing financing have several strategies, namely: Educating Customers, Promotion and Socialization (This is used in marketing strategies); Then the strategy used to improve its quality is to use Transparency to customers, Prioritizing customers who have businesses that have been running for more than 3 months, Ease of application process, Communicating well with customers.*

**Keywords:** *Peception, Musyarakah Financing, BMT*

### ABSTRAK

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis persepsi nasabah dan faktor-faktor yang mempengaruhinya terhadap pembiayaan musyarakah yang diberikan oleh BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang dan upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas pembiayaan musyarakah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *Field Research* melalui pengumpulan data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini bahwa persepsi nasabah terhadap pembiayaan musyarakah di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang mendapatkan respon yang positif. Persepsi nasabah dipengaruhi oleh kualitas produk atau layanan, komunikasi yang efektif, pengalaman pribadi, faktor budaya atau sosial, persepsi keyakinan, persepsi keamanan, target dan situasi, dan persepsi kepatuhan syariah. Dan upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas pembiayaan bagi hasil memiliki beberapa strategi, yaitu: Mengedukasi Nasabah, Promosi dan Sosialisasi (Hal itu digunakan dalam strategi pemasaran); Lalu strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitasnya yaitu menggunakan Transparansi kepada nasabah, Mendahulukan nasabah yang memiliki usaha sudah berjalan lebih dari 3 bulan, Kemudahan dalam proses pengajuan, Berkomunikasi yang baik dengan nasabah..

**Kata Kunci :** *Persepsi, Pembiayaan Musyarakah, BMT*

### PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar kedua, Indonesia sangat pantas menjadi pelopor dan kiblat perkembangan keuangan syariah di dunia. Hal ini bukanlah mimpi dan impian yang mustahil, mengingat potensi Indonesia untuk menjadi *global player* keuangan syariah yang sangat besar (Azwar, 2015). Kehadiran perbankan syariah di tengah-tengah perbankan konvensional yang bertujuan untuk memberikan alternatif sistem perbankan bagi

umat Islam yang membutuhkan atau ingin memanfaatkan layanan jasa perbankan tanpa melanggar hukum *syara'*. Bank Syariah di Indonesia telah menunjukkan perkembangannya secara konsisten dari waktu ke waktu. Sebagaimana diketahui, Perbankan Syariah merupakan salah satu instrumen perekonomian syariah. (Sari et al., 2017).

**Table. 1. Kondisi Perbankan Syariah 2019-2023**

Indikator (Rp Miliar)	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Total Aset</b>	538.322	608.898	693.795	802.256	892.163
<b>Pembiayaan</b>	365.125	394.625	421.862	505.937	585.461
<b>DPK</b>	425.290	475.796	548.584	619.509	684.519
<b>Giro</b>	57.653	67.705	79.606	98.208	120.102
<b>Tabungan</b>	136.462	162.756	187.641	222.388	242.178
<b>Deposito</b>	231.175	245.335	281.337	298.914	322.239

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan 2021

Tabel 1. di atas menjelaskan bahwa di tengah opini yang menyimpang pertumbuhan ekonomi global, kinerja Perbankan Syariah memiliki perkembangan yang cukup baik sebagaimana tercermin dari total aset, pembiayaan, DPK, giro, tabungan, dan deposito yang terus meningkat dari tahun ke tahun.

Perkembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Indonesia terus meningkat dari waktu ke waktu baik bank maupun non bank, khususnya dalam lembaga non bank terus menunjukkan perkembangan yang signifikan dari sisi aset, liabilitas, dan ekuitasnya.



**Gambar 1. Grafik Perkembangan Aset, Liabilitas, dan Ekuitas Lembaga Keuangan Mikro**

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan 2021

Berdasarkan gambar 1. diatas menunjukkan pada akhir 2023, total aset Lembaga Keuangan Mikro Syariah mengalami peningkatan sebesar 4,39% yoy menjadi Rp. 1.581,88 miliar. Liabilitas dan dana *syirkah temporer* naik 7,18% yoy menjadi Rp. 869,01 miliar. Ekuitas mengalami peningkatan 0,97% menjadi Rp. 685, 87 miliar.



**Gambar 2. Grafik Perkembangan Pinjaman dan Simpanan Lembaga Keuangan Mikro**

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan 2021*

Berdasarkan gambar 2. di atas menunjukkan pada sampai akhir 2023, total pinjaman yang disalurkan Lembaga Keuangan Mikro Syariah yaitu sebesar Rp. 1.007,73 miliar atau tumbuh 6,57%, sementara simpanan yang dihimpun Lembaga Keuangan Syariah sebesar Rp. 569, 63 miliar atau tumbuh 3,92% dibandingkan 2022.

Dengan adanya fenomena masyarakat yang semakin antusias untuk kembali kepada ajaran agamanya, banyak lembaga perekonomian bermunculan terutama perbankan, perusahaan asuransi. Namun dengan berkembangnya lembaga perekonomian yang muncul, perkembangan ini pun diikuti dengan adanya *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) yang sekarang berganti nama menjadi Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS), dan lain-lain berupaya untuk mengamalkan prinsip-prinsip syariah Islam. (Syahputra, 2017). Sejak berdirinya Induk Koperasi Syariah BMT pada tahun 1998 sebagai induk perkumpulan, maka perkembangan BMT juga semakin membaik. Hal ini ditunjukkan dengan komitmen yang kuat dan serius dari para pengurus dan anggota yang terlibat dalam membesarkan Induk Koperasi Syariah BMT itu. Saat ini, sudah terdapat 4.500 BMT di seluruh Indonesia (data KNEKS 2018). Dengan beberapa sumber menyebutkan sekitar 3.200 BMT memiliki aset mencapai Rp 3,2 triliun. Namun data yang tersedia mungkin belum mencakup seluruh BMT yang ada di lapangan, terutama di daerah pedesaan (Wartoyo et al, 2024).

Syahputra (2017) mengatakan dalam penelitiannya bahwa BMT pada awalnya didirikan sebagai lembaga ekonomi untuk membantu masyarakat kurang mampu, miskin dan hampir miskin (*poor and near poor*). BMT lebih memfokuskan pada sektor ekonomi mikro, kecil, dan menengah dalam menjalankan operasional usahanya (Medias et al., 2017). Kegiatan utama yang dilakukan BMT ini yaitu pengembangan usaha mikro serta usaha kecil khususnya mengenai dukungan permodalan untuk melancarkan usaha pembiayaan (*financing*) tersebut. BMT berupaya menghimpun dana sebanyak-banyaknya yang berasal dari masyarakat sekitar (Rosviana et al, 2025).

BMT diatur dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 yang didalamnya membahas mengenai perbankan, lalu diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 dan selanjutnya dengan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan yang berbasis Islam di Indonesia berperan aktif guna memenuhi peran operasionalnya dengan positif. Peraturan ini memudahkan BMT untuk menyelenggarakan usahanya dalam bentuk Koperasi Syariah dan Kelompok Swadaya (KSM), sehingga memungkinkan BMT dapat berperan aktif

Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Pembiayaan Musyarakah Di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang dalam pengembangan ekonomi masyarakat dan bekerja sama dengan UKM lokal maupun nasional (Sudjana dan Rizkison, 2020).

Selama kurang lebih tujuh tahun, sejak Indonesia krisis ekonomi dan mata uang pada akhir tahun 1997, *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) telah berperan cukup besar dalam mendukung usaha kecil dan menengah. Peran BMT sangat penting dalam memulihkan lingkungan usaha yang sehat di Indonesia. Faktanya, pada saat krisis ekonomi dan keuangan, BMT kerap mengamati dan memantau berbagai lapisan masyarakat untuk mengetahui peluang kemitraan usaha. Hal itu ditujukan untuk merevitalisasi sektor riil yang didominasi oleh usaha kecil dan menengah, serta meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat secara keseluruhan (Kurnia et al, 2025).

Saat pemerintahan menetapkan kebijakan pengembangan Lembaga Keuangan Syariah, muncul berbagai pendapat positif terkait peran aktif Lembaga BMT yang mengutamakan peningkatan taraf hidup dan perekonomian masyarakat setempat.

Wartoyo (2022) mengatakan dalam penelitiannya bahwa usaha mikro merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam perekonomian, namun selama ini usaha mikro bisaanya berasal dari masyarakat menengah kebawah yang dianggap kurang dan sulit berkembang dan dianggap tidak mempunyai potensi dana oleh lembaga keuangan formal terutama Lembaga Keuangan Konvensional, sehingga terjadinya penghambatan laju perkembangan usaha mikro. Akibatnya, usaha mikro memiliki akses yang lebih rendah terhadap sumber keuangan formal dan sebagian besar bergantung pada modal yang terbatas. Tidak jarang pula pengusaha mikro mengambil jalur pragmatis dengan mencari pembiayaan dari lembaga keuangan informal seperti rentenir untuk memenuhi kebutuhannya. Pemberi pinjaman yang menjalankan pola pinjaman yang praktis dan sederhana yang tidak memerlukan dokumen rumit dan memakan waktu lebih sedikit untuk mencairkan pinjaman tersebut (Wartoyo, 2024).

Melihat kenyataan tersebut, BMT memerlukan strategi yang tepat untuk mengembangkan solusi yang memberdayakan usaha mikro dan UKM. Strategi ini diharapkan dapat menjadi alat untuk membangun kembali dalam memperkuat ekonomi rakyat yang mengakar dalam masyarakat dan mampu memperkuat sistem perekonomian nasional, dan secara bertahap menyelesaikan masalah kemiskinan dan tuntutan kesejahteraan ekonomi masyarakat (Martina, 2020). Sistem keuangan syariah telah memformulasikan sistem interaksi kerja yang dapat menghindahi aspek negatif, yaitu dengan cara menerapkan berbagai sistem, yang dimana harus terciptanya Lembaga Keuangan Syariah yang tidak menggunakan sistem bunga melainkan menggunakan sistem bagi hasil (Wartoyo et al, 2024b).

Saat ini pertumbuhan Lembaga Keuangan Mikro di Indonesia sangat pesat sehingga membawa perkembangan lebih cepat bagi perekonomian Indonesia. Sektor keuangan mikro memainkan peran yang sangat penting dalam memobilisasi dana publik untuk berbagai tujuan mengalami peningkatan yang sangat besar. Salah satu Lembaga Keuangan Mikro yang paling berpengaruh adalah *Baitul Mal wa Tamwil* yang dimana lembaga keuangan ini merupakan Lembaga Ekonomi Syariah yang dibangun atas dasar keumatan, karena lembaga keuangan ini dibentuk dari, oleh, dan untuk masyarakat. Dari segi jumlah, BMT merupakan Lembaga Keuangan Syariah yang terbanyak jika dibandingkan dengan lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya (Martina, 2020).

Kelemahan internal BMT pada umumnya disebabkan oleh kurangnya kualitas sumber daya manusia yang kurang memadai, lemahnya permodalan, dan lemahnya sistem pengendalian internal (Hani'in dan Santosa, 2022). Oleh karena itu, perlu dilakukan

pengawasan yang ketat terhadap proses penyaluran dan memperhatikan prinsip kehati-hatian secara sehat dan benar. Penyaluran dana oleh BMT dapat dibedakan menurut tujuan dan jenis pembiayaannya. Pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi, dan pembiayaan multiguna (Hani'in dan Santosa, 2022).

Ketertarikan terhadap produk keuangan bisaanya dipergunakan oleh beberapa faktor seperti: bentuk pelayanan terhadap nasabah, jenis produk pembiayaan, dan persepsi nasabah terhadap BMT melalui berbagai informasi yang beredar. Pelayanan dalam bidang jasa mempunyai dampak yang signifikan terhadap peningkatan minat nasabah untuk kembali melanjutkan proses transaksi di BMT yang merupakan suatu jenis usaha dalam bidang jasa, produk pembiayaan juga menjadi salah satu faktor yang memiliki dampak signifikan terhadap nasabah untuk melanjutkan proses transaksi pada BMT, dan reputasi BMT juga mempengaruhi persepsi nasabah untuk melaksanakan transaksi pada BMT tersebut.

Zubair (2017) mengatakan dalam penelitiannya bahwa bagi hasil pada Lembaga Keuangan Syariah merupakan ciri khusus yang umumnya ditawarkan kepada masyarakat, serta di dalam aturan syariah yang berhubungan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya pembagian *nisbah* bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama dan harus dilakukan dengan adanya kerelaan (*an-tarodhin*) dari masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan. Salah satu pihak tidak dapat menerima seluruh keuntungan tanpa membaginya dengan pihak lainnya. Selain itu, pembagian keuntungan masing-masing pihak harus diketahui pada saat awal penandatanganan kontrak dan proporsi tersebut harus dari keuntungan. Bentuk kontrak kerjasama bagi hasil pada Lembaga Keuangan Syariah secara umum dapat dilaksanakan dalam empat akad, yaitu: *musyarakah*, *mudharabah*, *muzara'ah*, dan *musaqah*. Namun apabila menerapkan prinsip sistem bagi hasil, umumnya kontrak kerjasama menggunakan akad *musyarakah* dan *mudharabah* (Zubair, 2017).

Berkaitan dengan pembiayaan bagi hasil, tentunya hubungan dengan masyarakat sekitar baik sebagai nasabah maupun non-nasabah tidak dapat terputus. Salah satu kaitan tersebut adalah bagaimana sebenarnya masyarakat memahami atau mempersepsikan pembiayaan bagi hasil tersebut. Defenisi umum persepsi yaitu bagaimana individu tersebut memahami secara nyata suatu objek atau target berdasarkan pengamatan yang dilakukan berdasarkan pengetahuan yang diperoleh dari ilmu-ilmu yang berkaitan dan relevan (Jakaria et al, 2024)

Maka dari itu, tujuan penelitian yaitu untuk menganalisis persepsi nasabah terhadap pembiayaan *musyarakah* yang diberikan oleh BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang, untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap pembiayaan *musyarakah* di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang, dan untuk menganalisis upaya BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang dalam meningkatkan kualitas pembiayaan *musyarakah*.

## KAJIAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian mengenai kajian persepsi nasabah terhadap pembiayaan bagi hasil/musyarakah di Lembaga Keuangan Syariah secara umum terbagi menjadi dua yaitu jenis penelitian kuantitatif dan kualitatif.

Adapun jenis penelitian kuantitatif diantaranya dilakukan oleh Umi Hani'in, Harun Santosa (2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa adanya pengaruh antara pelayanan secara parsial terhadap minat nasabah dalam produk pembiayaan, tidak adanya pengaruh antara produk pembiayaan secara parsial terhadap minat nasabah dalam produk pembiayaan, adanya

pengaruh antara persepsi nasabah secara parsial terhadap minat nasabah dalam produk pembiayaan, dan adanya pengaruh secara simultan dan bersama-sama dari pelayanan, produk pembiayaan dan persepsi nasabah terhadap minat nasabah dalam produk pembiayaan serta besar pengaruh secara simultan dan bersama-sama dari pelayanan dan persepsi terhadap minat produk pembiayaan sebesar 42,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang belum ditentukan.

Sri Wahyuni (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi dapat mempengaruhi minat seseorang. Lalu oleh Novita Erliana Sari dan Yahya Reka Wirawan (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi nasabah tentang prinsip syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat kantor cabang Madiun. Lalu oleh Zayyinatul Khusna (2016) dalam penelitiannya menemukan Persepsi Mengenai Sistem Bagi Hasil (X1) berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan UMKM Mengambil Pembiayaan Mudharabah (Y). Sementara itu Nurhakikidkk (2023) dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi nasabah mempengaruhi keputusan mereka untuk mengajukan pembiayaan ke BMT Anfa' NU. Pengetahuan nasabah tentang instrumen keuangan, kualitas layanan yang diberikan, reputasi BMT, dan jumlah margin yang diberikan kepada klien semuanya mempengaruhi keputusan untuk mendapatkan pendanaan Syariah dengan BMT Anfa' NU.

Adapun jenis penelitian kualitatif diantaranya dilakukan oleh Arif Syahputra (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi pedagang kecil terhadap BMT Masyarakat Madani (MASDA) Sumatera Utara dalam menjalankan akad pembiayaan *musyarakah* dan sistem bagi hasil yang diterapkan berdampak positif, sudah sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI tentang akad *musyarakah* dan dianggap baik dalam meningkatkan kesejahteraan melalui peningkatan pendapatan, perbaikan tempat usaha dan peningkatan modal, namun diharapkan kepada BMT kedepannya agar dapat meningkatkan kerja sama demi kelancaran akad *musyarakah* dan BMT Masyarakat Madani Sumatera Utara.

Dhika Nurfilaeli (2014) dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi nasabah mengenai pembiayaan syariah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UKM pada BMT Mentari Bumi, tahun 2013. Lalu oleh Martina, M (2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi nasabah di BMT Ash-shaf Tamana Indah Pringgarata adalah positif (baik), dimana masyarakat memberikan dukungan yang cukup baik terhadap produk bagi hasil. Persamaannya yaitu membahas mengenai persepsi nasabah terhadap bagi hasil dan metode yang digunakan. Lalu oleh Umi Marhamah (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa 1. Persepsi nasabah pada produk pembiayaan Mikro Faedah iB BRI Syariah KCP Pare Kediri memiliki beberapa faktor diantaranya adalah dua faktor utama yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dan dalam kaitannya dengan minat nasabah, terdapat persepsi yang timbul terhadap produk, promosi, proses dan pelayanan, dan peralatan atau prasarana yang diberikan dan disediakan oleh pihak Bank. 2. Dampak dari persepsi nasabah yang menjadi penyebab kurangnya minat nasabah pada pembiayaan Mikro Faedah iB BRI Syariah KCP Pare Kediri, meliputi faktor produk, harga, sampai dengan financial yang dimiliki oleh calon nasabah. sedangkan untuk faktor promosi dan distribusi tidak termasuk kedalam hal tersebut. Lalu oleh Muhammad Kamal Zubair (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi nasabah terhadap sistem pembiayaan bagi hasil di BMT Fauzan Adzimah menunjukkan nilai tinggi yang mencapai prosentase 67%.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian penelitian sebelumnya, terungkap bahwa masalah utama dari persepsi nasabah adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap

Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Pembiayaan Musyarakah Di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang pembiayaan bagi hasil yang dipengaruhi oleh persepsi/tanggapan negatif yang tidak jelas sumbernya. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi nasabah dan faktor-faktor yang mempengaruhinya terhadap pembiayaan *musyarakah* yang diberikan oleh BMT Alfa Dirham Mandiri. Dan untuk menganalisis upaya BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang dalam meningkatkan kualitas pembiayaan *musyarakah*.

## METODE

Jenis penelitian ini adalah *Field Research* atau disebut dengan penelitian lapangan yang artinya penelitian yang mempelajari terkait fenomena dan lingkungannya yang alamiah. Penelitian ini pun memeriksa data dari atas ke bawah terkait kondisi yang mendorong status ini serta berkolaborasi alami dari unit sosial, orang, pertemuan, lembaga, dan masyarakat (Arizon, 2023). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pendekatan ini menggunakan data yang tidak terdiri dari angka-angka melainkan berupa gambaran. Metode kualitatif lebih mengutamakan pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut. Analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat terpengaruh pada kekuatan kata dan kalimat yang digunakan (Fai, 2020). Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki ciri khas dibandingkan teknik lainnya, wawancara dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap pembiayaan *musyarakah* dan untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh BMT dalam meningkatkan kualitas pembiayaan, dan dokumentasi dalam penelitian ini mengumpulkan data-data yang dijadikan sebagai bahan penelitian. Teknik keabsahan dengan menggunakan yaitu uji kredibilitas data terdiri dari perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif, menggunakan bahan referensi, dan *member check.*, uji transferabilitas menunjukkan ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel itu diambil, uji dependabilitas dapat dilakukan melalui kegiatan audit terhadap seluruh proses penelitian dan uji konfirmabilitas diartikan sebagai konsep *intersubjektivitas* (konsep transparansi). Teknik analisis data dengan menggunakan reduksi data terkait pembiayaan *musyarakah* di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang dengan merangkum data yang relevan dengan penelitian bisa dilakukan dalam bentuk tabel diagram maupun grafik, penyajian data, dan penarikan kesimpulan adalah tahap menafsirkan data penelitian yang kemudian dapat ditarik kesimpulan berdasarkan fenomena yang didapatkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKSM), persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan sangat menentukan apakah mereka merasa puas atau tidak terhadap pelayanan yang diberikan pihak LKSM, jika nasabah merasa puas mereka akan kembali menggunakan jasa LKSM tersebut baik dalam bentuk simpanan atau pun pembiayaan. Salah satu pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang yaitu pembiayaan *musyarakah*. Sasaran nasabah BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang untuk jenis pembiayaan ini berasal dari pedagang kecil yang ada di Pasar Kramat Dukupuntang dan pedagang kecil yang ada disekitar BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang.

Pembiayaan *musyarakah* adalah bentuk umum dari usaha bagi hasil dimana dua orang atau lebih untuk menjalankan suatu usaha dengan modal bersama, pembagian keuntungan

sesuai dengan kesepakatan dan porsi sesuai dengan modal yang diberikan diawal dan kerugian akan dibagi pula sesuai proporsi modal. Transaksi pembiayaan *musyarakah* juga dilandasi dengan adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama dengan menggabungkan seluruh sumber daya yang ada. Adapun ketentuan akad pembiayaan *musyarakah* berdasarkan Fatwa DSN MUI No. 08/DSN-MUI/IV/2000 yaitu: Pernyataan ijab dan qabul harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendakan mereka dalam mengadakan kontrak (akad), pihak-pihak yang berkontrak harus cakap hukum, objek akad (modal, kerja, keuntungan dan kerugian).

Persepsi nasabah terhadap akad *musyarakah* ini merupakan akad yang menggunakan sistem bagi hasil yang dimana keuntungan dan kerugian yang didapatkan dibagi sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak diawal akad. Pelayanan pembiayaan ini proses dalam pengajuannya sangat dipemudah untuk nasabah dan dalam proses pencairannya pun sangat cepat. Sehingga hal tersebut sangat membantu nasabah untuk mendapatkan pembiayaan tersebut. Pembiayaan bagi hasil ini sangat berguna untuk membantu permodalan nasabah dalam melanjutkan bisnis yang telah dijalankan. Dalam prosesnya pun pembiayaan bagi hasil tersebut sangat transparan sehingga nasabah percaya dan yakin terhadap produk dan layanan BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang. Selain itu, nasabah juga sangat yakin bahwa pembiayaan bagi hasil ini menggunakan akad syariah yang dimana terhindar dari riba. Oleh karena itu nasabah merasa aman untuk menggunakan pembiayaan bagi hasil tersebut.

Pembiayaan yang diberikan untuk modal usaha yaitu pembiayaan *musyarakah* yang dimana akad ini sangat cocok digunakan untuk para pedagang dalam menambah permodalan guna melanjutkan usaha yang telah dijalankan. Pembiayaan *musyarakah* ini menggunakan sistem bagi hasil atau kongsi yang dimana keuntungannya akan dibagi sesuai dengan kesepakatan diawal akad. Hal tersebut ditujukan untuk membantu nasabah yang kesulitan dalam permodalan guna melanjutkan usaha yang telah dijalkannya (Wawancara: Narasumber 6 pada tanggal 07 Mei 2025).

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap pembiayaan bagi hasil yang dijalankan oleh BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang lalu diterapkan dalam transaksinya kepada nasabah mendapatkan respon yang positif atau sangat baik karena mudah dijangkau persyaratannya oleh nasabah dan tidak dipersulit oleh pihak BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang untuk mendapatkan pembiayaan tersebut.

### **Persepsi Nasabah terhadap Pembiayaan *Musyarakah***

Persepsi nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Beberapa faktor utama yang mempengaruhi persepsi nasabah yaitu kualitas produk atau layanan, komunikasi yang efektif, pengalaman pribadi, faktor budaya atau social, persepsi keyakinan, persepsi keamanan, target dan situasi, dan persepsi kepatuhan syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap pembiayaan yaitu sebagai berikut:

*Pertama*, Kualitas produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik sebuah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diinginkan. Kualitas produk merupakan kegiatan dalam pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang di jalankan oleh perusahaan dengan bermutu atau kualitas terbaik. Produk yang dimiliki oleh BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang yaitu tabungan dan pembiayaan. Produk yang ada di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang salah satunya yaitu pembiayaan seperti *musyarakah* yang harus dirancang dengan jelas, transparan, adil, serta sesuai dengan

prinsip syariah akan mendapatkan persepsi yang positif dari nasabah atau masyarakat di sekitar BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang.

Kualitas layanan yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan dari perusahaan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggannya. Kualitas pelayanan juga memiliki peran sebagai tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan serta pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Layanan yang meliputi sikap, kemampuan, dan kecepatan pegawai BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang dalam memberikan pelayanan ke nasabah seperti sikap pelayanan yang ramah dan profesional, dan proses pengajuan pembiayaan yang cepat dan efisien akan menumbuhkan kepercayaan dan kenyamanan, sehingga persepsi nasabah terhadap pembiayaan bagi hasil di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang akan lebih positif.

Layanan yang didapatkan oleh nasabah memiliki penilaian yang bagus karena pihak BMT turun langsung ke lapangan untuk menjemput bola (*personal selling*) kepada satu persatu nasabah untuk mengambil tabungan dan angsuran pembiayaan dari nasabah. Hal itu pun berlaku dalam penarikan uang nasabah. Dan untuk produk yang ada di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang juga ada beberapa dan itu sangat bermanfaat untuk nasabah. BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang memiliki persepsi nasabah terhadap kualitas produk dan layanan yang positif sehingga memiliki peningkatan setiap tahunnya dalam jumlah anggota/nasabah.

*Kedua*, Komunikasi efektif merupakan komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) kepada orang yang terlibat dalam komunikasi. Dengan adanya komunikasi yang efektif memungkinkan seseorang dapat saling bertukar informasi, kepercayaan, ide, sikap, dan perasaan antara dua orang atau lebih yang hasilnya sesuai dengan harapan. Komunikasi efektif dapat memberikan kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi dan penerima pesan, sehingga terciptanya timbal balik (*feedback*) yang baik antara pemberi dan penerima pesan. Komunikasi yang efektif sangat digunakan oleh BMT kepada nasabah. Sehingga hal tersebut digunakan oleh BMT sebagai salah satu strategi untuk mempertahankan nasabah atau menarik perhatian masyarakat sekitar untuk menjadi nasabah di BMT. Karena dengan komunikasi yang efektif dapat memberikan informasi penting atau terbaru kepada nasabah dengan hal itu nasabah memiliki persepsi bahwa BMT sangat transparan terhadap nasabah.

Nasabah yang mendapatkan penjelasan dan informasi yang transparan dan mudah dipahami mengenai produk dan layanan BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang serta akad yang digunakannya akan memiliki persepsi yang positif terhadap pembiayaan bagi hasil khususnya. Sebaliknya, jika komunikasi yang kurang jelas dan tidak transparan dapat menyebabkan keraguan dan persepsi yang negatif. Nasabah yang merasa BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang komunikatif, terbuka, dan transparan akan merekomendasikan produk dan layanan BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang kepada orang lain. Menurut peneliti, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang efektif adalah kunci dari persepsi nasabah, sehingga dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk dan layanan yang ada di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang khususnya produk dan layanan pembiayaan.

*Ketiga*, Pengalaman pribadi merupakan sebuah pengalaman yang dapat dialami oleh setiap orang dalam hidupnya terutama suatu kejadian yang selalu diingat. Pengalaman pribadi menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi minat nasabah akan suatu hal. Dengan pengalaman pribadi seseorang bisa menanggapi atau menilai sesuatu hal yang pernah dialami olehnya. Jika pengalaman tersebut berkesan untuknya, peluang untuk menggunakan jasa/layanan atau membeli benda tersebut akan berulang kembali. Sebaliknya jika dari

Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Pembiayaan Musyarakah Di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang

pengalaman yang dialami kurang mengenakan maka peluang untuk menggunakan/membelinya kembali itu tidak pasti akan berulang.

Menurut peneliti pengalaman pribadi yang positif dapat meningkatkan kepercayaan nasabah. Dengan proses pembiayaan yang transparan, pembagian hasil yang adil dan sesuai dengan kesepakatan antara pihak BMT dengan nasabah, dan juga pendampingan usaha dengan kualitas baik yang didapat dari BMT akan memperoleh persepsi nasabah terhadap pembiayaan bagi hasil akan sangat positif. Sebaliknya jika pengalaman pribadi yang negatif akan menurunkan kepercayaan nasabah. Kepercayaan nasabah akan turun jika nasabah pernah mendapatkan ketidaksesuaian dalam bagi hasil, merasa proses pembiayaannya rumit atau tidak transparan, dan tidak diberikan laporan keuangan yang jelas. Dengan hal itu BMT akan memperoleh persepsi nasabah terhadap pembiayaan bagi hasil ini bisa menjadi negatif dan akan menimbulkan rasa enggan untuk mengajukan kembali pembiayaan.

*Keempat*, Faktor sosial dan budaya merupakan kebiasaan suatu masyarakat dalam menyikapi sesuatu yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan, yang dapat dimulai dari penerimaan informasi, kedudukan sosial mereka dalam masyarakat, dan pengetahuan mereka mengenai apa yang mereka rasakan (Suprpto, *et.al.* 2022). Masyarakat memiliki nilai budaya tersendiri mengenai utang-piutang, kerja sama, dan kejujuran sehingga hal tersebut dapat membentuk persepsi terhadap sistem pembiayaan. Dan pandangan masyarakat secara religius terhadap pembiayaan bagi hasil ini dinilai lebih halal karena menggunakan sistem syariah sehingga lebih dipercaya untuk menggunakannya.

Faktor sosial merupakan kelompok acuan seseorang terdiri dari kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang yang mempengaruhi perilaku pembelian. Faktor sosial juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan (Karnowati dan Handayani, 2021). Keluarga, tetangga, teman, dan masyarakat sekitar dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk dan layanan di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang. Faktor budaya membentuk cara berpikir dan berpandangan terhadap sesuatu, dan faktor sosial dapat membentuk sebuah keputusan yang akan diambil. Oleh sebab itu peneliti berpendapat, bahwa persepsi nasabah terhadap pembiayaan bagi hasil di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang ini juga sangat dipengaruhi oleh faktor budaya dan faktor lingkungan sosial.

*Kelima*, Persepsi keyakinan yaitu proses dimana seseorang memberikan interpretasi dan makna pada informasi yang diterima melalui indera, dan dipengaruhi oleh keyakinan yang sudah ada. Persepsi keyakinan juga memiliki proses yang kompleks dimana keyakinan dan persepsi saling berintraksi. Dengan pemahaman tentang persepsi keyakinan dapat membantu mereka untuk memahami bagaimana orang lain menafsirkan informasi tersebut berdasarkan pengalaman dan keyakinan pribadi. Nasabah yang yakin bahwa pembiayaan bagi hasil ini sudah sesuai dengan syariah akan memiliki persepsi yang positif. Jika nasabah sudah yakin, maka nasabah akan percaya bahwa BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang mengelola dana yang terus berputar itu secara jujur dan transparan. Nasabah akan merasa aman untuk menggunakan produk pembiayaan bagi hasil tersebut. Dan nasabah juga memiliki keyakinan bahwa bisnis yang dijalaninya dibiayai dengan pembiayaan bagi hasil yang dimana menggunakan sistem syariah akan lebih berkah dan bertahan dalam jangka waktu yang panjang, hal itu juga dapat memperkuat persepsi positif yang didapat dari nasabah terhadap pembiayaan bagi hasil.

Oleh sebab itu peneliti menarik kesimpulan bahwa persepsi keyakinan ini menjadi pondasi yang utama dalam membentuk persepsi nasabah yang positif terhadap pembiayaan

bagi hasil di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang, karena semakin kuat keyakinan nasabah bahwa produk BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang sudah sesuai dengan prinsip syariah dan dijalankan sesuai amanah yang diberikan, maka akan semakin tinggi tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap produk BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang.

*Keenam*, Persepsi keamanan merupakan penilaian subjektif yang dibuat oleh seseorang mengenai aman suatu sistem atau teknologi dalam mencegah ancaman dan risiko. Persepsi kewanaman ini merupakan kepercayaan seseorang terhadap kemampuan sistem untuk melindungi informasi dan transaksi. Nasabah akan merasa bahwa akad pembiayaan bagi hasil ini dilakukan secara transparan dan menjamin akan keamanannya seperti BMT memberikan dokumen akad yang digunakan secara tertulis serta menjelaskan laporan keuangan dan risiko secara terbuka dan mudah dipahami, maka nasabah akan memberikan persepsi yang positif terhadap pembiayaan bagi hasil di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang. Tidak hanya itu, BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang juga menjamin atas informasi pribadi nasabah dan transaksinya dijamin kewanannya. Sehingga persepsi keamanan menjadi landasan kepercayaan nasabah dalam pembiayaan bagi hasil.

*Ketujuh*, Target adalah hasil yang diharapkan atau tujuan yang ingin dicapai oleh individu atau kelompok. Sementara situasi adalah kondisi atau keadaan disekitar target yang dapat mempengaruhi pencapaian. Nasabah yang mengajukan pembiayaan dengan tujuan untuk mengembangkan bisnis produktif akan lebih menerima sistem bagi hasil, karena nasabah paham mengenai risiko dan peluang keuntungan yang akan didapat. Namun, dengan kebutuhan yang mendesak bisa membuat nasabah kurang memperhatikan prinsip akad sehingga hanya fokus pada pencairan yang cepat, dan hal itu membuat persepsi nasabah terhadap sistem bagi hasil jadi kurang positif. Sedangkan nasabah dengan perencanaan yang lebih matang akan mengapresiasi dan menggunakan pembiayaan bagi hasil dengan sistem syariah yang berlandaskan pada hukum Islam. Sehingga peneliti berpendapat bahwa nasabah yang berada disituasi ekonomi yang sulit akan merasakan pembiayaan bagi hasil ini lebih aman dan manusiawi karena tidak ada kewajiban cicilan tetap (bunga) seperti kredit di konvensional. Nasabah yang berada dilingkungan religius dan menjunjung tinggi prinsip syariah akan memiliki persepsi lebih positif lagi terhadap pembiayaan bagi hasil.

*Kedelapan*, Persepsi kepatuhan syariah ini merujuk pada bagaimana seseorang memahami dan menilai kesesuaian sebuah produk, layanan, dan aktivitas dengan prinsip-prinsip syariah. Nasabah mempercayai bahwa pembiayaan BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang patuh terhadap hukum Islam, sehingga menimbulkan rasa tenang, puas, dan loyal terhadap produk pembiayaan bagi hasil ini. Nasabah juga memilih BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang bukan hanya karena produk keuangannya saja, tetapi nasabah ingin bertransaksi sesuai dengan hukum Islam.

### **Strategi Meningkatkan Kualitas Pembiayaan Musyarakah**

Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKSM) mempunyai peran untuk membantu para usaha mikro dengan cara penyaluran dana atau sering disebut dengan pembiayaan. Dalam penyaluran dana dilakukan analisis permohonan penyaluran dana, yaitu melakukan analisis terhadap data dan informasi yang diperoleh dari nasabah. Berikut ini adalah data nasabah pembiayaan syariah di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang:

**Tabel 3. Jumlah Pembiayaan Nasabah di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang**

<b>Tahun</b>	<b>Murabahah</b>	<b>Musyarakah</b>
--------------	------------------	-------------------

<b>2022</b>	96	-
<b>2023</b>	95	30
<b>2024</b>	9	74

*Sumber: Data Primer*

BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang memiliki beberapa produk pembiayaan syariah. Hasil dari penelitian di atas pada table 3. dapat dilihat bahwa pembiayaan *murabahah* merupakan produk yang mendominasi dan diunggulkan dalam program pemberdayaan ekonomi melalui produk pembiayaan syariah di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang pada tahun 2022. Namun pada tahun 2023-2024 pembiayaan *murabahah* memiliki jumlah nasabah yang menurun, dikarenakan hadirnya pembiayaan *musyarakah* pada awal tahun 2023 hingga saat ini. Akad pembiayaan *musyarakah* baru digunakan pada awal tahun 2023 karena memiliki potensi yang sangat positif untuk digunakan di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang disebabkan letak BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang yang dekat dengan Pasar Kramat Dukupuntang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Admin (narasumber 6) dan terkonfirmasi oleh Manajer (narasumber 7) bahwa alasan utama adanya pembiayaan bagi hasil tersebut dikarenakan BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang ini terletak di dekat Pasar Kramat Dukupuntang sehingga hampir 80% nasabahnya para pedagang yang ada di pasar. Oleh sebab itu segmen pasar BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang ini adalah UMKM/para pedagang. BMT juga merupakan KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah) yang dimana harus adanya simpanan dan pinjaman menggunakan akad syariah. Oleh karena itu, salah satu pembiayaan yang cocok digunakan adalah pembiayaan musyarakah, dikarenakan sistemnya menggunakan kongsi atau bagi hasil dan kerjasama antara nasabah dengan pihak BMT.

Berdasarkan data tersebut peneliti menduga bahwa BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang menggunakan pembiayaan *musyarakah* dikarenakan BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang merupakan KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah) yang dimana harus menggunakan sistem syariah dan juga karena letak BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang berdekatan dengan Pasar Kramat Dukupuntang dan 80% anggota BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang berasal dari para pedagang yang ada di Pasar Kramat Dukupuntang.

Selain itu, BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang melakukan peningkatan kualitas pembiayaan melalui beberapa strategi. Ada 4 strategi yang digunakan oleh BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang untuk meningkatkan kualitas pembiayaan yaitu sebagai berikut:

- 1) Transparansi kepada nasabah  
 BMT perlu memberikan informasi yang jelas dan terbuka kepada nasabah terkait produk pembiayaan yang ditawarkan, termasuk persyaratan, besaran pembagian bagi hasil, biaya administrasi, dan lain sebagainya.
- 2) Mendahulukan nasabah yang memiliki usaha sudah berjalan lebih dari 3 bulan  
 BMT akan melihat terlebih dahulu progress usaha yang telah dijalankannya tersebut. Usaha tersebut apakah memiliki potensi keuntungan atau tidak, dan melihat kondisi ekonominya untuk bisa mengangsur pembiayaan atau tidak. Karena BMT berhati-hati

kepada nasabah baru untuk melakukan pembiayaan *musyarakah* guna meminimalisir pembiayaan macet.

- 3) Proses pengajuan pembiayaan di BMT lebih mudah  
Proses pengajuan pembiayaannya tidak seperti di bank, proses dari pengajuan di BMT lebih mudah dan cepat, namun dengan catatan bahwa nasabah harus memiliki *track record* yang baik.
- 4) Berkomunikasi yang baik  
BMT harus rajin *maintenance* dengan cara berkomunikasi yang baik guna mengawasi nasabah yang menggunakan pembiayaan bagi hasil agar berjalan dengan lancar (Wawancara: Narasumber 6 dan Narasumber 7 pada tanggal 07 & 22 Mei 2025).

Berdasarkan data dan hasil kajian diatas, dapat dipahami bahwa untuk meningkatkan kualitas pembiayaan di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang tersebut dengan transparansi kepada nasabah, mendahulukan nasabah yang memiliki usaha sudah berjalan lebih dari 3 bulan, proses pengajuan pembiayaan di BMT lebih mudah, dan berkomunikasi yang baik dengan nasabah.

Dengan strategi yang dilakukan oleh BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang terhadap peningkatan kualitas pembiayaan, sehingga BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang memiliki kenaikan pada total penyaluran dalam pembiayaan.

**Tabel 4. Penyaluran Pembiayaan BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang**

<b>Tahun</b>	<b><i>Murabahah</i></b>	<b><i>Musyarakah</i></b>
<b>2022</b>	Rp 502.524.934	-
<b>2023</b>	Rp 447.453.071	Rp 91.905.556
<b>2024</b>	Rp 408.010.420	Rp 223.822.479

*Sumber: Data Primer*

Berdasarkan table 4. total penyaluran pembiayaan di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang memiliki kenaikan yang cukup signifikan. Namun pada tahun 2024 pembiayaan *murabahah* total penyaluran pembiayaannya menurun dikarenakan nasabah lebih banyak menggunakan pembiayaan *musyarakah*.

Peneliti berpendapat bahwa strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pembiayaan bagi hasil di BMT bisa ditambahkan dengan cara mengembangkan produk pembiayaan yang lebih inovatif, lebih memperketat lagi dalam pemantauan pembiayaan, memiliki penanganan yang tegas terhadap pembiayaan yang bermasalah, mengembangkan sumber daya manusia yang ada, lebih meningkatkan lagi kerjasama dengan lembaga lain, dan memanfaatkan teknologi dengan sebaik mungkin.

### **Pembahasan dan diskusi**

Pada penelitian menemukan bahwa persepsi nasabah terhadap pembiayaan *musyarakah* sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik itu faktor internal yang melekat pada kualitas produk dan pelayanan di BMT, maupun faktor eksternal berupa sosial dan budaya serta persepsi mengenai keamanan, keyakinan, dan kepatuhan pada prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini berbeda dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan terkait persepsi nasabah terhadap pembiayaan bagi hasil atau *musyarakah*. Misalnya, penelitian oleh Arif Syahputra (2017) yang berfokus pada persepsi nasabah dengan ketentuan Fatwa DSN MUI tentang akad *musyarakah* yang didalamnya terdapat pelaksanaan sistem bagi hasil di

BMT Masyarakat Madani, persepsi pedagang kecil pada akad pembiayaan *musyarakah* dengan ketentuan Fatwa DSN MUI. Penelitian lain oleh Muhammad Kamal Zubair (2017) meneliti persepsi nasabah terhadap pembiayaan bagi hasil di BMT Fauzan Adzimah menunjukkan nilai tinggi yang mencapai presentase 67%.. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Umi Marhamah (2021) membahas persepsi nasabah pada produk pembiayaan mikro faedah iB BRI Syariah KCP Pare Kediri. Dengan membandingkan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu, dapat dilihat bahwa fokus utama adalah pada persepsi nasabah terhadap pembiayaan *musyarakah*. Penelitian ini menambahkan perspektif baru dengan melihat mekanisme atau tahapan proses sampai dengan penyaluran pembiayaan *musyarakah* serta penerapan 5C untuk menentukan nasabah itu layak atau tidak.

Temuan temuan dalam penelitian ini berbeda dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap pembiayaan *musyarakah*. Misalnya, penelitian oleh Arif Syahputra (2017) meneliti persepsi pedagang kecil tentang akad dan menemukan beberapa faktor didalamnya sehingga bagi hasil yang dilakukan oleh BMT Masda dianggap baik atau positif oleh nasabah seperti pengetahuan nasabah terhadap pembiayaan bagi hasil. Penelitian lain oleh Muhammad Kamal Zubair (2017) di BMT Fauzan Adzimah menemukan beberapa faktor sehingga memiliki presentase 67% persepsi nasabahnya terhadap system pembiayaan bagi hasil, yaitu tingkat pengetahuan, keputusan yang diambil terhadap suatu objek, keterlibatan emosional secara lebih mendalam dan perilaku serta tindakan terhadap apa yang dilakukan berdasarkan pernyataan antara sikap dan emosi. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Umi Marhamah (2021) menemukan beberapa faktor diantaranya yaitu adanya pengalaman pribadi yang telah dialami oleh nasabah, kebutuhan yang diinginkan nasabah dalam mengembangkan usaha yang dirintisnya, penilaian yang diberikan nasabah terhadap produk Mikro Faedah iB, dan ekspektasi atau harapan yang diinginkan oleh nasabah. Dengan membandingkan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah dipengaruhi faktor-faktor didalamnya. Penelitian ini menambahkan beberapa faktor diantaranya kualitas produk dan layanan, komunikasi yang efektif, faktor budaya dan sosial, persepsi keyakinan, persepsi keamanan, target dan situasi, persepsi kepatuhan syariah, persepsi manfaat, dan juga keuntungan.

Selain itu, hasil penelitian ini memperkuat beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Misalnya, penelitian oleh Arif Syahputra (2017) berfokus kepada langkah-langkah yang dilakukan untuk meminimalisir risiko akad pembiayaan *musyarakah* yang dilakukan oleh BMT Masda. Penelitian lain oleh Muhammad Kamal Zubair (2017) meneliti sasaran pembiayaan yang diberikan oleh BMT dan juga pembatasan pemberian pembiayaan serta pemberian pembiayaan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Umi Marhamah (2021) menemukan bahwa kualitas pembiayaan ada kaitannya dengan produk, promosi, proses dan layanan, dan peralatan atau prasarana yang diberikan dan disediakan oleh pihak bank. Selain itu juga pembiayaan memiliki dampak yang didapatkan dari persepsi nasabah seperti penyebab kurangnya minat nasabah. Dengan membandingkan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan Lembaga Keuangan Syariah salah satunya yaitu BMT harus memiliki upaya untuk meningkatkan kualitas pembiayaan. Peneliti menambahkan beberapa poin terhadap upaya BMT yaitu strategi pemasaran yang diterapkan untuk meluncurkan pembiayaan *musyarakah* seperti dengan cara mengedukasi nasabah dan promosi serta sosialisasi, lalu ada tantangan yang dihadapi BMT dalam menawarkan pembiayaan bagi hasil seperti kurangnya pengetahuan masyarakat, ketidakjujuran nasabah

dalam menggunakan pembiayaan, dan pengajuan dengan nominal yang besar, serta strategi yang digunakan BMT untuk meningkatkan kualitas pembiayaan caranya seperti dengan transparansi kepada nasabah, mendahulukan nasabah yang memiliki usaha sudah berjalan lebih dari 3 bulan, proses pengajuan pembiayaan di BMT lebih mudah, serta berkomunikasi yang baik.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah terhadap pembiayaan bagi hasil yang dijalankan oleh BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang lalu diterapkan dalam transaksinya kepada nasabah mendapatkan respon yang positif atau sangat baik karena mudah dijangkau persyaratannya oleh nasabah dan tidak dipersulit oleh pihak BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang untuk mendapatkan pembiayaan tersebut. Penelitian ini menemukan bahwa persepsi nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Beberapa faktor utama yang mempengaruhi persepsi nasabah yaitu kualitas produk atau layanan, komunikasi yang efektif, pengalaman pribadi, faktor budaya atau social, persepsi keyakinan, persepsi keamanan, target dan situasi, dan persepsi kepatuhan syariah. Upaya yang dilakukan oleh BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang dalam meningkatkan kualitas pembiayaan bagi hasil memiliki beberapa strategi, yaitu: Mengedukasi Nasabah, Promosi dan Sosialisasi, selanjutnya strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitasnya yaitu menggunakan Transparansi kepada nasabah, Mendahulukan nasabah yang memiliki usaha sudah berjalan lebih dari 3 bulan, Kemudahan dalam proses pengajuan, Berkomunikasi yang baik dengan nasabah

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Afiffudin, M. A. (2023). Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Syariah Pada KSPPS BMT Anfa'NU Kabupaten Magelang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 876-884.
- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *PINCIS*, 1, 1-14.
- Arizon, N. (2023). *Analisis efektivitas pembiayaan mudharabah terhadap pemberdayaan masyarakat pelaku usaha mikro pada bmt al-amal bengkulu*.
- Azwar. (2015). *Industri Perbankan Syariah Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) 2015: Peluang dan Tantangan Kontemporer*, BDK Makassar.
- Fai. (2022, December 4). *Metode Penelitian Kualitatif Adalah*. Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara. <https://umsu.ac.id/metode-penelitian-kualitatif-adalah/>
- Fariskha, T. S. (2021). *PERAN BAGIAN PROTOKOL DAN KOMUNIKASI PIMPINAN DALAM DOKUMENTASI KEGIATAN PEMERINTAH KOTA BOGOR*. IPB Bogor.
- Hakim, L. (2021). *Manajemen Perbankan Syariah*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Hani'in, U., & Santosa, H. (2022). Pengaruh Pelayanan, Produk Pembiayaan, dan Persepsi Nasabah Terhadap Minat Produk Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Samara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3676-3680.

- Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Pembiayaan Musyarakah Di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang Islami,A, (2021). Analisis Jaminan dalam Akad-Akad Bagi Hasil (Akad Mudharabah dan Akad *Musyarakah*) di Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. 4(1). 1-22.
- Iqlima, S. N. (2021). *STUDI KELAYAKAN OBSERVATORIUM AL AFAQ UIN MATARAM UNTUK OBSERVASI BENDA-BENDA LANGIT*.
- Jakaria, D., Wartoyo, W., & Iqbal, M. (2024). Analisis Peran BMT Dalam Pemberdayaan UMKM Melalui Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus BMT Al-Ishlah Mitra Sejahtera). *AL-MULTAZIM: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 4(2), 677-691.
- Karim, A. (2010). Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hal 87.
- Karnowati, N.B., dan E. Handayani. 2021. Emotional Branding Pembelian Sepeda Lipat di Era Covid-19. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 16(1), 1-13.
- Kartika, D. (2017). *Pengaruh Pemahaman Mahasiswa Perbankan Syariah Atas Bagi Hasil Dan Bunga Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Surakarta Angkatan 2014-2016*. Skripsi IAIN Surakarta.
- KNEKS. (2025, April). *Sharing Platform Keuangan Mikro Syariah Berbasis Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*. Diambil kembali dari KNEKS: <https://kneks.go.id/isuutama/8/>
- Kurnia, N., & Bakhri, S. (2025). Analisis Komparasi Kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia Menggunakan Maqashid Sharia Index. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 5(1), 74-87.
- Martina, M. (2020). Persepsi nasabah terhadap sistem bagi hasil di Lembaga Keuangan Mikro Syariah: studi kasus pada BMT Ash-Shaff Taman Indah Pringgarata Lombok Tengah (*Doctoraldissertation, UIN Mataram*).
- Maruta, H. (2016). Akad Mudharabah, *Musyarakah*, dan Murabahah serta Aplikasinya dalam Masyarakat. *IQTISHADUNA:Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol 5 N, 83-84
- Medias, F., Jannah, N., & Kurniasih Pratiwi, E. (2017). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) Melalui Baitu Maal wa Tamwil di Kabupaten Magelang. *The 6th University Research Colloquium 2017 Universitas Muhammadiyah Magelang*, 37-43.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif di bidang kesehatan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*. 12(3). 145-151.
- Melina, F. (2020). PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BAITUL MAAL WAT TAMWIL (BMT). *Tabarru*, 3, 2-2.
- Misra, I., Ragil, M., 7 Fachreza, M. I., (2021). Manajemen Perbankan Syariah (Konsep dan Praktik Perbankan Syariah di Indonesia). Yogyakarta: Penerbit K-Media. Hal 29-30.
- Muklis, S. F. (2015). Mudharabah, Murabahah, dan *Musyarakah* Pengaruhnya Terhadap Laba Bersih BUS di Indonesia. *Jurnal Islaminomic*, Vol. 6 No., 123–124.
- Naim, M. R., & Asma. (2019). Pengantar Manajemen. Penertbit Qiara Media.

- Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Pembiayaan Musyarakah Di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang
- Nasution, M. L. I. (2018). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Sumatera Utara, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018). 1-4.
- Nurnasrina, & Putra, P. A. (2018). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Panam-Pekanbaru: Cahaya Firdaus. Hal 2.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025, April). *Statistik Perbankan Syariah – Juli 2024*. Diambil kembali dari Otoritas Jasa Keuangan: <https://ojk.go.id/id/data-dan-statistik/laporan-tahunan/default.aspx>
- Putri, A. P., Rahhayu, R. S., Suswandari, M., & Ningsih, P. A. R. (2021). STRATEGI PEMBELAJARAN MELALUI DARING DAN LURING SELAMA PANDEMI COVID-19 DI SD NEGERI SUGIHAN 03 BENDOSARI. *Prima Magistra: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.37478/jpm.v2i1.728>
- Rosviana, M. I., Aziz, A., & Wartoyo, W. (2025). IMPLEMENTATION OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS ON FINANCING, PERFORMANCE AND LEADERSHIP IN SHARIA COOPERATIVES: Study of the Prosperous Hope Cooperative of UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(001), 137-148.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sardanto, R., Meilina, R., & Muslih, B. (2018). *Membangun Persepsi Publik Melalui City Branding*. Kediri: Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Kediri.
- Salmaa. (2023, April 4). *Penelitian Empiris : Definisi, Jenis, Ciri, Tujuan, dan Contoh*. Deepublish. <https://penerbitdeepublish.com/penelitian-empiris/>
- Sari, N. E., & Wirawan, Y. R. (2017). Persepsi Nasabah tentang Prinsip Syariah dan Penerapan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun. *In Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian LPPM Universitas PGRI Madiun* (pp. 120-125).
- Sipayung, T., & Syahreza, B. (2021). Analisis Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Toko Tia Ponsel Di Kota Pematangsiantar). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 3(1), 1-14.
- Sudjana, K., & Rizkison, R. (2020). Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2). 175.
- Sudjana, K., & Rizkison, R. (2020). Peran Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 175.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaeman, A. 2019. *Bahasa Siang Generasi Muda Dalam Media Sosial di Era Milenial*. 45-54.
- Suprpto, R., N. I. Susanti., dan Z. Ferikha. 2022. Januari. Pengaruh Faktor Sosial, Budaya Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di Bmt Ugt Sidogiri Capem Sempu. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam, Vol.2 / No. 1* : 28-29.

- Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Pembiayaan Musyarakah Di BMT Alfa Dirham Mandiri Dukupuntang
- Syahputra, A. (2017). Analisis persepsi pedagang kecil pada pembiayaan *musyarakah* dan pelaksanaan sistem bagi hasil di bmt masyarakat madani sumatera utara (Doctoraldissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Utama, A., Widigdyo, A., & Widayani, A. (2023). Metode Perekrutan Karyawan UKM Melalui Wawancara Dengan Pendekata Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan. *PANDITA*, 6(1), 1–8.
- Wartoyo, W., Maulidina, D., & Haerisma, A. S. (2024). How Customer Satisfaction Can Mediate The Effect of Profit Sharing Ratio and Service Quality on Customer Loyalty. *Wealth: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(2), 105-118.
- Wartoyo, W., Fithriya, M. N., & Saefulloh, E. (2024). The Effect of Mudharabah and Musyarakah Financing on Profitability through Financing to Deposit Ratio (FDR) as an Intervening Variable in Sharia Commercial Banks in Indonesia. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 6(2), 185-206.
- Wartoyo, M. (2024). *Koperasi Syariah Berbasis Masjid (Model, Karakteristik dan Manajemen)*. Penerbit Adab: Indramayu
- Zubair, M. K. (2017). Mekanisme Bagi Hasil pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Persepsi Nasabah tentang Pembiayaan Bagi Hasil). *INFERENSI*, 5(1), 51-61.