

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Umum Tentang BMT AL-FALAH**

##### **1. Latar Belakang**

Pesatnya roda perekonomian masyarakat di kecamatan satui, khususnya Desa Sungai Danau, ditandai dengan lancarnya arus distribusi perdagangan dan jasa. Memacu masyarakat untuk aktif menjadi pelaku ekonomi di daerah ini, baik untuk menjadi pedagang atau pemberi layanan jasa. Permodalan adalah factor yang menjadi kendala utama bagi para pelaku ekonomi tersebut.

Banyak badan-badan usaha yang berfungsi sebagai penyedia modal, yang menggunakan sistem konvensional. Bahkan usaha pribadi yang menyediakan modal dengan sistem *bunga berbunga (rentenir)* “**adh-afan mudha-afah**”. Disebabkan itu, dibentuk dan didirikan BMT Al-Falah sebagai Lembaga Keuangan Mikro berbasis kerakyatan dengan sistem *syariah*. Kegiatan BMT adalah mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dan mikro dengan antara lain mendorong kegiatan ekonominya.

BMT Al-Falah mulai beroperasi 1 Pebruari 2002 sebagai KSM (*Kelompok Swadaya Masyarakat*). Berawal sosialisasi yang disampaikan ketua PINBUK Kalsel, *Drs. H. Agus Salim Matondang, MM* di aula Kantor Camat Satui pada bulan Desember 2001, ditindak lanjuti dengan pembentukan pengurus dan pengelola. Pada Januari 2002, pengurus dan pengelola pelatihan oleh tim

PINBUK Kalimantan Selatan. Modal dihimpun dengan urunan para pemrakarsa yang terkumpul Rp. 1.800.000,-.

### **PT. Permodalan Nasional Madani dan Padma Award**

Medio 2005 BMT Al-Falah disertakan mendapat pembinaan dari PT.

Arutmin Indonesia Mine Satui berupa :

1. Pelatihan standarisasi manajemen lembaga keuangan mikro dengan pemateri dari PT. PNM.
2. Pelaksanaan SOP Lembaga Keuangan Mikro Syariah.
3. Penerapan MIS (*Management Information System*) dari PT. **PNM** yaitu **Madani Microbanking System (MMS)** di mana sangat membantu dan mempermudah operasional, sehingga semua transaksi bisa tersimpan dengan baik dan kondisi kesehatan lembaga bisa dimonitoring setiap saat.
4. Mendapatkan pendampingan dari PT. PNM Cab. Bandung yang kesemuanya di fasilitasi oleh PT. ARUTMIN INDONESIA MINE SATUI.

Buah kesuksesan dari kerjasama itu, pada 10 oktober 2008 di Hotel Horison Bandung BMT Al-Falah mendapatkan anugerah **Padma Golden Award** dari menteri ESDM.

## **2. Visi dan Misi**

Visi dari BMT Al-Falah adalah menjadi pusat pengembangan ekonomi rakyat yang unggul dengan pengelolaan professional menerapkan prinsip **FAST**

*(Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabligh)* dalam rangka membentuk masyarakat muslim yang maju.

Misi dari BMT Al-Falah adalah membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dan struktur masyarakat yang adil berkemakmuran, maju berkeadilan dengan landasan syariah dan ridha Allah SWT.

### **3. Tujuan**

BMT Al-Falah hadir di tengah-tengah masyarakat Kecamatan Satui Kabupaten Tanah Bumbu Bertujuan untuk :

- a. Menggalang kekuatan ekonomi masyarakat ;
- b. Menciptakan sumber pembiayaan dan penyediaan modal bagi anggota dengan prinsip syariah untuk mengentaskan kemiskinan atas dasar *Ukhuwah Islamiyah* ;
- c. Mengembangkan sikap hemat dan mendorong kegiatan gemar menabung.

### **4. Legalitas dan Perijinan**

- a. AKTA pendirian *BH “Koperasi Syariah” nomor : 007/BH.518/DPPKPM-TB/X/2003*, tertanggal 21 Oktober 2003.
- b. NPWP Nomor : 02.215.562.6-732.000
- c. SITU dari Bupati Nomor : 503/28/ITU/2003
- d. SIUP Nomor : 336/16-13/SIUP-PK/IX/2008
- e. TDP Nomor : 16130000356

## 5. Struktur Organisasi

### STRUKTUR ORGANISASI BMT AL-FALAH SUNGAI DANAU

#### KEC. SATUI KAB. TANAH BUMBU

##### I. PENGAWAS :

- Ketua : H. Riduan B.  
Anggota : A. Ali Hasbi Nasution.  
Anggota : A. Barkati, S. Ag.  
Anggota : M. Junaidi.

##### II. PENGURUS :

- Ketua pengurus : Jurji Zaidan, S. Ag.  
Sekretaris : Agus Ramdani, S. Ag.  
Bendahara : Shufiah Bathni, S.Pd.I.

##### III. PENGELOLA :

- Manager : M. Abdul Razak AMP. Ag.  
PDL (Marketing) : Herby Ridharyani.  
Supriyadi.  
Siddiq Baihaqi.  
Kasir / Teller : Pajriah.  
Bag. Simpanan : Asni.  
AP / Teller : Romi Sartika

## **6. Permodalan dan Produk**

- a. Permodalan BMT bersumber dari :
  - 1) Simpanan Pokok Anggota.
  - 2) Simpanan Wajib Anggota.
  - 3) Simpanan Pokok Khusus (saham yang tidak terikat)
  - 4) Penyertaan Instansi, perusahaan, donasi, dan HIBAH.
- b. Produk-produk Simpanan Sukarela (*Funding*) :
  - 1) Simpanan Wadiah Dhamanah (*Ariah = titipan*).
  - 2) Simpanan Pembiayaan.
  - 3) Simpanan Mudharabah (*tabungan bagi hasil*).
  - 4) Simpanan Mudharabah berjangka (*deposito berjangka*).
- c. Produk-produk Pembiayaan (*Lending*) :
  - 1) Al-Bai'u Bistaman Ajil (*akad jual beli kredit*).
  - 2) Al-Murabahah (*akad jual beli*).
  - 3) Al-Mudharabah (*akad bagi hasil*).
  - 4) Al-Musyarakah (*penyertaan modal/bagi hasil*).
  - 5) Al-Qardhul Hasan (*pembiayaan lunak*).

## **7. Prosedur Permohonan Pembiayaan.**

Adapun prosedur permohonan pembiayaan pada BMT Al-Falah yaitu :

- a. Pemohon harus sudah menjadi nasabah tabungan dan telah memiliki simpanan tabungan minimal Rp.50.000 atau simpanan berjangka dengan nominal minimal Rp. 5.000.000 di BMT. Bila belum menjadi nasabah tabungan maka dipersilahkan untuk mengisi Form

Permohonan pembukaan simpanan Tabungan atau simpanan berjangka.

- b. Pihak BMT meminta nasabah untuk mengisi dan melengkapi Form Pengajuan Pembiayaan dan menyiapkan persyaratan lainnya.

Syarat Pemohon individu (Konsumtif) :

- 1) KTP Suami Istri / Pasport.
- 2) Kartu Keluarga.
- 3) Surat nikah (optional).
- 4) Salinan rekening Bank/BMT 3 bulan terakhir (Optional).
- 5) Salinan tagihan rekening telpon dan listrik (Optional).
- 6) Data Objek Pembiayaan.
- 7) Data Jaminan (harga objek, lokasi jaminan dan foto).

Tambahan :

- 1) PNS/Karyawan/ABRI dll: Slip gaji terakhir, surat referensi kantor atau SK pengangkatan.
- 2) Pengusaha perorangan : SIUP dan NPWP (Optional)
- 3) Profesional (Dokter, pengacara dll) : Surat ijin profesi, surat ijin praktek.

Syarat Pembiayaan produktif perorangan :

Syarat konsumtif di atas ditambah dengan :

- 1) Legalitas Usaha.
- 2) Laporan Keuangan 2 tahun terakhir (Optional).
- 3) Past performance 1 tahun terakhir (Optional).

4) Bisnis Plan / RAB (Optional).

Syarat Produktif badan hukum :

Syarat di atas ditambah dengan,

1) Akte Pendirian.

2) Legalitas.

3) Identitas pengurus.

### **8. Perkembangan BMT Al-Falah Sungai Danau Kabupaten Tanah Bumbu.**

Berkembangnya Lembaga keuangan Syariah tentunya sangat dipengaruhi oleh masyarakat yang sudah mulai mengenal bahwa sistem Lembaga Keuangan Syariah lebih dekat dengan kebenaran, hal ini dikarenakan sistem Syariah mengadopsi pada prinsip-prinsip Islami. BMT Al-Falah Sungai Danau adalah salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang perkembangannya didukung oleh lingkungan masyarakat agamis, sehingga untuk bermuamalat tentunya mereka tidak hanya memikirkan masalah duniawi tetapi diiringi dengan pertimbangan pertanggung jawaban diakhirat. Dengan adanya pertimbangan tersebut maka tentunya masyarakat disekitar BMT Al-Falah Sungai Danau memilih bertransaksi dengan lembaga yang sistemnya lebih mendekati kebenaran.

Bukti kongkrit dari perkembangan BMT Al-Falah dapat dilihat dari perkembangan jumlah nasabah dari tahun 2003 sampai dengan 2008 dengan rincian sebagai berikut :

Tabel. 1  
Jumlah Nasabah BMT Al- Falah dari tahun 2003 sampai dengan 2008

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2003	109 orang
2	2004	186 orang
3	2005	156 orang
4	2006	155 orang
5	2007	224 orang
6	2008	143 orang (sampai 11 Desember 2008)
	Jumlah	973 orang

Sumber : BMT Al-Falah (Data diolah kembali)

Dilihat dari perkembangan jumlah nasabah yang melakukan transaksi di BMT Al-Falah dari tahun ke tahun bisa dibilang mengalami perkembangan, karena setiap tahunnya jumlah nasabahnya semakin bertambah walaupun pada akhir tahun 2008 mengalami kemerosotan nasabah tetapi tidak menutup kemungkinan pada tahun 2009 ini jumlah nasabahnya akan meningkat lagi dan terus meningkat.

### **B. Identitas Responden.**

Adapun identitas responden didasarkan pada nama, alamat, usia, jenis kelamin, pekerjaan, jumlah pendapatan atau penghasilan per bulan dan status responden dalam keluarga. Adapun rinciannya dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini :



1. Nama dan Alamat Responden.

Tabel. 2  
Nama dan Alamat Responden

No	Nama Responden	Alamat
1	Abdul Rakhman	Jl. Propinsi Simp. 4 Sompul Km. 164 RT. 6 No. 204.
2	Abdul Ridha	PT. GMK PKS Satui Kopel 1.1 No. 1 Base Camp Induk.
3	Ahmad Mawardi	Sei danau RT. 17. Kec. Satui.
4	Ahmad Mawardi, S. Sos	Jl. Biduri No. 40 RT.01 Sungai danau.
5	Ahmad Sabar	Jln. Propinsi Km. 168 RT. 23 Sinar Bulan. Sungai danau.
6	Arbain	Gg. Setia Budi RT. 15 (seberang SD 5) Sei. Danau.
7	Arbani	Gg. Sepakat RT. 39 Sungai Danau.
8	Dede Armansyah	Gg. Sepakat RT. 39 Sungai Danau.
9	Drs. Sudaryanto	Jl. Propinsi Km. 176 Komplek Al-Kautsar RT. 14. Sungai danau.
10	Edy Sofyan	Jl. Karya Bersama RT. 13 No. 78 Gg. Bombay Sungai Danau.
11	Enny Zulaikha	Jl. Rajawali RT. 37 Sungai danau.
12	Kaspul Anwar, S. Sos	Jl. Korea Permai RT. 32 komplek rumah sakit makmur mulia.
13	Hj. Marhumah	Jl. Propinsi Km. 167 Sungai danau.
14	H. M. Ibramsyah NA	Yayasan Ponpes Miftahussalam Jl. Propinsi RT. 23. No. 40.
15	Liesa S.R	Jl. Propinsi Km. 164 RT. 6 (UD. Talis Utama) Makmur Mulia.
16	Maswati	Jl. Propinsi Km. 167 RT. 29 No. 30 Belakang Losmen Selera sungai danau.
17	Masum	Tegal sari RT. 01.
18	Megawati	Komplek Al-Kautsar RT. 14. Sungai danau.
19	Muhammad Aini	Satui Barat RT. 04.
20	M. Syaifullah	Komplek Al-Kautsar RT. 14. sungai danau.
21	Musa Alkawadi	Gg. Perjuangan RT. 16 Makmur mulia.
22	Noor Ifansyah	Jl. Warga baru RT. 6 Makmur Mulia.
23	Rusdiana	RT. 26 Sei. Danau.
24	Sayid Irwandi	Ds. Sekapuk RT. IV Kec. Satui.
25	Subli	Gg. Seberang H. Lanting RT. 14 Sei Danau.

26	Sulaiman, S. Pdi	Komplek Al- Kautsar RT. 1
27	Sukadi	Ds. Sekapuk RT. 37 Sei Danau.
28	Sriqatun	Jl. Perintis RT.27 Makmur Mulia.
29	Taberi	Komplek Al-Kautsar RT. 14 RW. III
30	Yustina Rina Utama	Ds. Sekapuk Dusun III RT. 12

Sumber : BMT Al-Falah (Data diolah kembali)

Berikut adalah nama serta alamat responden yang diberikan oleh pihak BMT Al-Falah, untuk memudahkan dalam mencari responden yang akan diteliti.

## 2. Usia Responden

Dari hasil wawancara, usia responden yang termuda adalah 20 tahun sedangkan yang tertua adalah 57 tahun. Untuk lebih jelasnya mengenai usia responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel. 3  
Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	20 th s/d 30 th	11	37
2	31 th s/d 40 th	14	47
3	41 th s/d 50 th	2	6
4	51 th s/d 60 th	3	10
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berusia dari 20 sampai 30 tahun sebanyak 11 orang, yang berusia dari 31 sampai 40 tahun sebanyak 14 orang, yang berusia dari 41 sampai 50 sebanyak 2 orang dan usia dari 51 sampai 60 sebanyak 3 orang.

## 3. Jenis Kelamin Responden

Adapun jenis kelamin responden kebanyakan dari kaum adam atau laki-laki daripada perempuannya. Untuk lebih jelasnya mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel. 4  
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	22	73
2	Perempuan	8	27
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden berjenis kelamin laki-laki yaitu 22 orang atau 73 %, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan hanya 8 orang saja atau 27 %.

#### 4. Pekerjaan Responden

Dari hasil wawancara langsung yang ditujukan kepada 30 orang responden, terdapat variasi pekerjaan responden seperti terlihat pada tabel berikut :

Tabel. 5  
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Guru PNS/Honor	9	30
2	Wiraswasta	18	60
3	Ibu Rumah Tangga	2	6
4	Buruh	1	4
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai Guru PNS/Honor sebanyak 9 orang atau 30 %, Wiraswasta sebanyak 18 orang atau 60 %, Ibu Rumah tangga Sebanyak 2 orang atau 6 %, dan Buruh 1 orang atau 4 %.

## 5. Penghasilan responden

Adapun penghasilan responden kebanyakan di bawah dari 2 juta dalam sebulan. Untuk lebih jelasnya tentang penghasilan responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel. 6  
Penghasilan Responden

No	Penghasilan	Frekuensi	Persentase
1	> Rp.1.250.000	7	23
2	Rp.1.250.000 s/d Rp.2.000.000	17	57
3	Lebih dari Rp. 2.000.000	6	20
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa penghasilan atau pendapatan perbulan responden > Rp.1.250.000 sebanyak 7 orang atau 23%, kemudian dari Rp.1.250.000 s/d Rp.2.000.000 sebanyak 17 orang atau 57 %, dan lebih dari 2.000.000 sebanyak 6 orang atau 20 %.

## 6. Status Responden Dalam Rumah Tangga

Dalam hubungannya dengan pekerjaan dan pendapatan responden, maka peneliti merasa perlu untuk mengetahui menguraikan bagaimana status responden dalam keluarga, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 7  
Status Responden Dalam Rumah Tangga

No	Status Perkawinan	Frekuensi	Persentase
1	Bapak	15	50
2	Ibu	9	30
3	Anak/Menantu	6	20
4	Keluarga lain	-	-
	Jumlah	30	100

Sumber : diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden statusnya dalam keluarga adalah bapak atau kepala keluarga yaitu 15 orang atau 50 % dan dari pihak ibu-ibunya sebanyak 30 % yaitu 9 orang dan 6 orang statusnya dalam keluarga adalah anak/menantu yaitu 20 %.

### **C. Analisis Loyalitas Nasabah Terhadap Penggunaan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Falah**

Loyalitas adalah kesetiaan, kedekatan seseorang terhadap sebuah produk dengan tingkat pembelian atau penggunaan secara berulang-ulang atau konsisten terhadap produk yang digunakannya. Untuk mengetahui kelayakan seseorang dapat dilihat dari pengetahuan mereka terhadap produk yang mereka gunakan. Khususnya pada produk pembiayaan murabahah. Hal itu dapat diketahui dari pengetahuan, sikap, pengalaman serta persepsi mereka terhadap produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah. Ini dapat dilihat pada tabel-tabel berikut :

#### **1. Pengetahuan Responden**

Untuk mengetahui pengetahuan responden terhadap produk pembiayaan Murabahah terlebih dahulu di lihat pada tingkat pendidikan responden. Untuk lebih jelasnya mengenai tingkat pendidikan responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel. 8  
Tingkat Pendidikan Responden

No	Pendidikan terakhir	Frekuensi	Persentase
1	Tamat SD	3	10
2	Tamat SLTP	7	23
3	Tamat SLTA	5	17
4	Tamat Perguruan Tinggi	15	50
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa separo dari responden yang tingkat pendidikannya tamat Perguruan Tinggi yaitu 15 orang atau 50%, kemudian yang tamat SLTA sebanyak 5 orang atau 17 %, dan yang tamat SLTP sebanyak 7 orang atau 23 %. Serta yang hanya tamat SD sebanyak 3 orang atau 10 %.

Setelah mengetahui tingkat pendidikan responden, berdasarkan hasil penelitian maka kita akan melihat pengetahuan responden tentang produk pembiayaan murabahah karena kedekatan responden merupakan titik awal dari munculnya kelayakan. Untuk lebih jelasnya lihat tabel berikut :

Tabel. 9  
Pengetahuan Responden Tentang Produk Pembiayaan Murabahah

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Tahu	7	23
2	Kurang Tahu	6	20
3	Tidak Tahu	17	57
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang mengetahui tentang produk pembiayaan murabahah berjumlah 23%, dan yang kurang mengetahui berjumlah 20%, serta yang tidak mengetahui berjumlah 57 %.

Berdasarkan hasil penelitan di atas mengenai Pengetahuan responden terhadap produk pembiayaan murabahah sangatlah kurang di mana 57%

responden tidak mengetahui apa itu pembiayaan murabahah, mereka hanya mengetahui bahwa mereka meminjam di BMT untuk keperluan pembelian atau modal usaha dengan dibayar secara cicil atau kredit. Padahal produk pembiayaan murabahah yang sebenarnya adalah pembiayaan jual beli yang harga pokok dan margin atau keuntungannya disebutkan dan dibayar secara tangguh. Berdasarkan penelitian 57% responden yang tidak mengetahui apa itu produk pembiayaan murabahah, padahal 50% dari mereka yang tingkat pendidikannya lulus perguruan tinggi.

Tingkat pendidikan responden yang tamat perguruan tinggi itu ternyata kebanyakan dari perguruan yang basicnya umum, maka dari itu untuk memahami betul produk pembiayaan murabahah sedikit sulit untuk di mengerti oleh mereka, tetapi sebagian dari mereka yang lulus perguruan tinggi Islam juga kurang mengetahui apa itu pembiayaan murabahah, mereka terkendala karena kurangnya sosialisasi tentang produk pembiayaan murabahah oleh pihak BMT Al-Falah.

Oleh karena itu untuk mengetahui loyalitas nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah maka dapat diketahui dari tingkat pengetahuannya terhadap produk pembiayaan murabahah apabila pengetahuan seseorang terhadap produk pembiayaan murabahah lebih banyak (tinggi) maka kemungkinan ia akan cenderung untuk menggunakan kembali produk pembiayaan murabahah juga tinggi dan pada akhirnya kemungkinan menjadi loyal. Selain mengetahui apa itu produk pembiayaan murabahah responden juga harus menilai beberapa sumber atau literatur yang ada, dengan cara mencari informasi sebanyak mungkin tentang produk yang akan digunakan. Dengan responden menganalisis beberapa

pembiayaan-pembiayaan serupa dan menanyakan kepada nasabah yang sudah lama tentang produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah. Maka di sini akan muncul niat untuk menggunakan pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah. Dengan munculnya niat seorang calon nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan murabahah perlulah kiranya penulis menguraikan faktor yang mendorong mereka untuk menggunakan produk pembiayaan murabahah. Hal ini dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel.10  
Faktor Yang Mendorong Responden Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Adanya argumen bahwa produk pembiayaan murabahah adalah produk pembiayaan tanpa bunga atau bebas dari unsur riba.	1	3
2	Kepuasan nasabah yang lebih dulu menggunakan produk pembiayaan murabahah	4	14
3	Kemudahan dalam bertransaksi.	25	83
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa faktor yang mendorong responden untuk menggunakan produk pembiayaan murabahah yaitu adanya argumen bahwa pembiayaan murabahah adalah pembiayaan tanpa bunga atau bebas dari unsur riba ini dikatakan hanya oleh 1 orang responden saja atau 3%, dan juga diantara responden yang mengatakan kalau faktor yang mendorong mereka menggunakan produk pembiayaan murabahah adalah dari kepuasan nasabah yang lebih dulu menggunakan produk pembiayaan murabahah berjumlah 4 orang dari responden atau 14%, kemudian yang mengatakan bahwa faktor yang mendorong mereka



menggunakan produk pembiayaan murabahah dikarenakan kemudahan dalam bertransaksi ini diutarakan oleh 25 responden atau 83%.

Berdasarkan data faktor yang mendorong responden menggunakan produk pembiayaan murabahah ternyata hanya satu orang yang menggunakan produk pembiayaan murabahah karena ingin menjauhkan diri dari riba. Dan 25 orang dari mereka mengatakan bahwa faktor yang pertama membuat mereka menggunakan produk pembiayaan murabahah adalah kemudahan dalam bertransaksi, di mana tidak terlalu banyak tuntutan dari pihak BMT untuk menggunakan produk pembiayaan murabahah. Faktor-faktor ini merupakan suatu awal dari perkembangan loyalitas yaitu **loyalitas kognitif** di mana informasi yang di dapat kedengarannya sangat memaksa yaitu untuk menarik nasabah baru pihak BMT Al-Falah memberikan kemudahan dalam registrasi awal.

Adapun dengan kemudahan bertransaksi tersebut sebagian dari responden juga mengatakan mereka menggunakan karena adanya kebutuhan yang belum terpuaskan dan juga mereka masih mempertimbangkan dengan pendapatan keluarga mereka serta margin yang ditawarkan oleh pihak BMT.

## 2. Sikap Responden Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah

Sikap yaitu menjelaskan evaluasi kognitif, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan seseorang yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap suatu benda atau sebuah gagasan, apabila seseorang mempunyai sikap positif atau negatif terhadap suatu produk maka akan menjadi pangkal tolak keingintahuan yang lebih banyak pada diri responden tentang

produk pembiayaan murabahah. Hal ini dapat dilihat dari berapa lama mereka menggunakan produk pembiayaan murabahah seperti terlihat pada tabel berikut :

Tabel. 11  
Lama Responden Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	2 tahun	12	40
2	3 Tahun	12	40
3	Lebih 3 Tahun	6	20
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa lama responden menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah, diantaranya yang 2 tahun menggunakan sebanyak 12 orang atau 40%, dan yang sudah 3 tahun sebanyak 12 orang atau 40%, dan yang lebih dari 3 tahun sebanyak 6 orang atau 20%.

Meskipun dari hasil penelitian lama responden menggunakan produk pembiayaan murabahah tergambar rata-rata lebih dari 2 tahun tetapi hampir 70% dari responden belum mengenal betul produk pembiayaan murabahah. Dari ketidaktahuan responden dengan produk pembiayaan murabahah tetapi mereka bisa bertahan menggunakan produk pembiayaan murabahah. Ini bisa dikarenakan sikap responden terhadap produk pembiayaan murabahah sangatlah positif walaupun sebenarnya mereka belum mengerti dengan produk yang dipergunakannya. Bahkan mereka sangat asing dengan kata-kata murabahah di saat penulis menanyakannya. Hal ini dapat dilihat dari peruntukkan produk pembiayaan murabahah 80% dari mereka menggunakan produk pembiayaan murabahah untuk modal usaha serta mereka mengatakan modal usaha di sini adalah suatu pinjaman yang akan dikembalikan secara kredit dan ditambah

dengan bunga seperti dinamakan pada bank-bank konvensional. Padahal Produk pembiayaan murabahah ini adalah pembiayaan yang skimnya jual beli dengan menyebutkan margin (keuntungan) yang di bayar secara cicil atau tangguh. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 12  
Peruntukkan Produk Pembiayaan Murabahah

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Pembelian Barang	12	40
2	Modal Usaha	18	80
3	Biaya untuk kebutuhan sehari-hari	-	-
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang mengambil pembiayaan murabahah untuk modal usaha yaitu 18 orang atau 80%, dan untuk pembelian barang berjumlah 6 orang 20%, dan mengambil pembiayaan murabahah untuk kebutuhan sehari-hari tidak ada.

### 3. Pengalaman Responden Selama Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah.

Berdasarkan hasil penelitian penulis menguraikan beberapa pengalaman responden selama menggunakan produk pembiayaan murabahah. Sebagaimana diketahui pembiayaan murabahah adalah merupakan pembiayaan jual beli yang barangnya disediakan oleh pihak BMT, tetapi dalam praktiknya terdapat beberapa variasi atau cara yang dilakukan pihak BMT. Seperti pada penyerahan barang sebagaimana tabel berikut :

Tabel. 13  
Penyerahan Barang Pada Produk Pembiayaan Murabahah

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Berupa barang yang dibelikan oleh pihak BMT.	11	37
2	Berupa barang tetapi yang diserahkan adalah uang karena pembeliannya diwakilkan kepada nasabah.	5	17
3	Berupa uang dan pihak BMT tidak ada membicarakan barang.	14	46
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa penyerahan barang pada produk pembiayaan murabahah berupa barang yang dibelikan oleh pihak BMT itu dialami oleh 11 orang responden atau 37%, dan penyerahan berupa barang yang diserahkan adalah uang karena pembelian diwakilkan kepada nasabah dialami oleh 5 orang responden atau 17% , sedangkan penyerahan berupa uang saja dan pihak BMT tidak ada membicarakan barang dikatakan oleh 14 orang responden atau 46%.

Dari tabel dan uraian di atas tergambar kurangnya penjelasan dari pihak BMT kepada calon nasabahnya, di karenakan kebanyakan dari mereka menggunakan produk pembiayaan murabahah untuk modal usaha sehingga untuk menjelaskan skim murabahan yang sebenarnya itu tidak perlu. Padahal ini salah satu kendala bagi pihak BMT untuk mendapatkan nasabah yang loyal, karena nasabah yang loyal bukan hanya menggunakan beberapa kali tetapi juga mengetahui produk yang digunakannya.

Adapun pengalaman responden tentang harga pada produk pembiayaan murabahah di BMT Al-Falah, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 14  
Pengalaman Responden Tentang Harga Pada Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Falah

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Harga pokok disebutkan dan ada negoisasi harga jual.	12	40
2	Harga pokok disebutkan tapi tidak ada negoisasi harga jual.	14	46
3	Harga pokok tidak disebutkan dan tidak ada negoisasi harga jual	4	14
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa harga pada produk pembiayaan murabahah di BMT Al-Falah, di mana harga pokok disebutkan dan ada negoisasi harga jual itu dialami oleh 12 orang responden atau 40%, dan harga pokok disebutkan dan tidak ada negoisasi harga jual dialami oleh 14 orang responden atau 46%, kemudian harga pokok tidak disebutkan dan tidak ada negoisasi harga jual dialami 4 orang responden atau 14%.

Berdasarkan hasil penelitian tentang harga pada produk pembiayaan murabahah 46% dari mereka mengatakan bahwa harga pokok disebutkan tetapi tidak ada negoisasi harga jual, hal ini dikarenakan 80% dari mereka menggunakan produk pembiayaan untuk modal usaha bukan untuk membeli sesuatu makanya di dalam transaksi murabahahnya tidak ada negoisasi harga jual. Berkenaan dengan harga penulis akan menguraikan margin atau keuntungan yang ditawarkan pihak BMT dalam produk pembiayaan murabahah dibandingkan dengan pembiayaan lain. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 15  
 Margin Yang Ditawarkan Pihak BMT Dalam Produk Pembiayaan  
 Murabahah dibandingkan dengan pembiayaan lain

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Lebih tinggi dari pembiayaan lain	15	50
2	Lebih rendah dari pembiayaan lain	9	30
3	Sama dengan pembiayaan lain.	6	20
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwasanya 15 orang atau 50% dari responden mengatakan bahwa keuntungan yang ditawarkan oleh BMT Al-Falah terhadap penggunaan produk pembiayaan murabahah lebih tinggi dari pembiayaan lain. Dan yang mengatakan lebih rendah dari pembiayaan lain berjumlah 9 orang atau 30% dan yang mengatakan sama dengan pembiayaan lain sebanyak 6 orang atau 20%.

Berdasarkan dari hasil penelitian bahwasanya separo dari responden yang mengatakan margin yang ditawarkan lebih tinggi dari pembiayaan lain. Di lihat dari lamanya responden menggunakan produk pembiayaan murabahah yaitu rata-rata 2 tahun bahkan lebih, sepertinya tingginya margin yang ditawarkan tidak mempengaruhi responden untuk menggunakan produk pembiayaan murabahah.

Adapun dari pengalaman responden berkenaan dengan jangka waktu pembayaran yang diambil nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel.16  
Jangka Waktu Pembayaran Pada Produk Pembiayaan Murabahah

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	40 Hari	8	26
2	1 Tahun	13	44
3	2 Tahun	3	10
4	Lebih 2 Tahun	6	20
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa jangka waktu pembayaran yang diambil responden pada produk pembiayaan murabahah, diantaranya selama 40 hari sebanyak 8 orang atau 26%, dan selama 1 tahun sebanyak 13 orang atau 44%, dan selama 2 tahun sebanyak 3 orang atau 10%, kemudian selama lebih dari 2 tahun sebanyak 6 orang atau 20%.

Berkaitan dengan pengalaman nasabah tentang harga pada pembiayaan murabahah, penulis juga menggambarkan jangka waktu pembayaran yang diambil oleh responden dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis ternyata 44% dari responden mengambil jangka waktu pembayarannya adalah satu tahun. Ini merupakan jangka waktu yang paling pas tidak terlalu lama dan tidak terlalu cepat, melihat responden atau nasabahnya kebanyakan dari kalangan guru yang gajinya diberikan sebulan sekali walaupun banyak juga dari responden yang berwirausaha yang mana mereka selalu ingin menambah modalnya, dan selalu memerlukan dana yang banyak untuk kemajuan usahanya.

Adapun dari pengalaman, sikap dan pengetahuan responden di sini dapat tergambar bahwasanya dari hasil penelitian penulis, masih banyak nasabahnya

yang belum mengerti betul apa itu produk pembiayaan murabahah mereka hanya tahu itu adalah sebuah pinjaman seperti halnya pinjaman di bank-bank konvensional. Adapun dari ketidaktahuan responden terhadap produk pembiayaan murabahah sehingga memungkinkan penulis untuk mengetahui berapa kali responden melakukan pembiayaan murabahah di BMT Al-Falah, hal ini merupakan suatu pendekatan *Instrumental Conditioning* yang memandang bahwa perilaku pembelian atau penggunaan yang konsisten atau berulang-ulang sepanjang waktu adalah menunjukkan loyalitas terhadap produk. Ini bisa terlihat pada tabel berikut:

Tabel. 17  
Frekuensi Responden Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	1 s/d 2 kali	15	50
2	3 s/d 4 kali	7	22
3	5 s/d 6 kali	4	14
4	Lebih dari 6 kali	4	14
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa frekuensi nasabah menggunakan produk pembiayaan murabahah mulai 1s/d 2 kali sebanyak 15 orang atau 50%, dan dari 3 s/d 4 kali sebanyak 7 orang atau 22%, dan dari 5 s/d 6 kali sebanyak 4 orang atau 14%, dan juga yang lebih dari 6 kali menggunakan produk pembiayaan murabahah sebanyak 4 orang atau 14%.

Adapun dari uraian tabel frekuensi responden menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah, yaitu yang menggunakannya hanya 1 sampai 2 kali sebanyak 50% dari responden, ini masih berimbang dengan



responden yang menggunakan produk pembiayaan murabahah lebih dari dua kali yaitu sebanyak 50% juga. Tetapi tidak menutup kemungkinan mereka tidak loyal terhadap produk pembiayaan murabahah karena pengukuran tingkat kelayakan responden tidak hanya di lihat dari pengulangan penggunaan tetapi di lihat dari tingkat kepuasan responden juga masalah yang di dapat.

Berbicara tentang masalah yaitu segala bentuk keadaan, baik material maupun non-material yang dapat meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk paling mulia. Di mana masalah adalah sesuatu yang dapat mewujudkan fahlah (kesuksesan) kehidupan yang mulia dan sejahtera di dunia dan akhirat. Berdasarkan hasil penelitian dari 30 responden hanya 1 orang yang memilih untuk menggunakan produk pembiayaan murabahah karena produk pembiayaan murabahah merupakan pembiayaan tanpa bunga atau bebas dari unsur riba. Ini terlihat pada tabel 10 tentang faktor yang mendorong untuk melakukan produk pembiayaan murabahah. Responden yang 1 ini mengedepankan kepuasan ukhrawi daripada duniawi, dibandingkan dengan responden lainnya responden yang satu ini mempunyai masalah yang lebih tinggi, sedangkan 29 responden lainnya hanya mendapatkan kepuasan duniawi atau utility.

#### 4. Persepsi Responden Tentang Produk Pembiayaan Murabahah.

Berbicara pendapat responden tentang produk pembiayaan murabahah, ini dapat penulis gambarkan dari hasil penelitian tentang persepsi responden terhadap keunggulan atau kelebihan dari produk pembiayaan murabahah, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 18  
Kelebihan atau Keunggulan Produk Pembiayaan Murabahah  
Dibandingkan Dengan Pembiayaan Lain

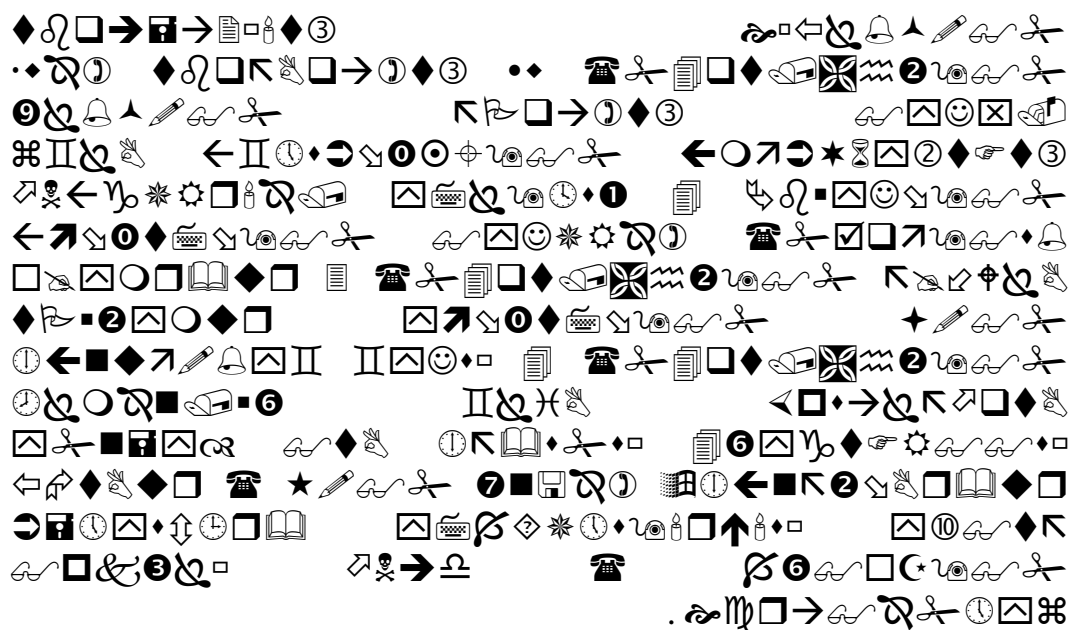
No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Karena produk pembiayaan murabahah itu lebih aman daripada produk-produk pembiayaan lainnya.	2	6
2	Karena produk pembiayaan murabahah itu mudah diimplementasikan dan dipahami.	3	10
3	Karena tidak terlalu banyak tuntutan dalam prosedur untuk menggunakan pembiayaan murabahah dan cepat.	25	84
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa kelebihan atau keunggulan dari produk pembiayaan murabahah dibandingkan dengan produk lain, yaitu karena produk pembiayaan murabahah itu lebih aman daripada produk-produk pembiayaan lainnya ini dikatakan hanya 2 orang dari responden atau 6%, dan responden yang mengatakan bahwa keunggulan produk pembiayaan murabahah dibandingkan dengan pembiayaan lain adalah karena produk pembiayaan murabahah mudah diimplementasikan dan dipahami yaitu 3 orang responden atau 10%, serta kebanyakan dari responden yang mengatakan bahwa keunggulannya karena tidak terlalu banyak tuntutan dari prosedur untuk menggunakan produk pembiayaan murabahah dan cepat terutama produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah yaitu sebanyak 25 orang atau 84%.

Berdasarkan hasil penelitian penulis tentang kelebihan dari produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah 84% dari responden mengatakan bahwa kelebihan yang paling signifikan adalah di dalam penggunaan produk pembiayaan murabahah menawarkan prosedur yang tidak terlalu banyak

tuntutannya serta dananya cepat. Sangat sedikit dari responden yang mengatakan bahwa produk pembiayaan murabahah ini adalah produk yang lebih aman daripada produk-produk pembiayaan lainnya. Karena pembiayaan murabahah merupakan pembiayaan tanpa bunga yang menjauhkan diri dari unsur riba. Sebagaimana dalam Al-Qura'an telah menyebutkan tentang pelarangan riba, yaitu pada surah Al-Baqarah ayat 275, sebagai berikut :



Artinya : "Orang-orang yang memakan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran tekanan penyakit gila. Keadaan yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata atau berpendapat sesungguhnya jual beli sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhannya lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang lamaran) dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya. (Al-Baqarah : 275).

Ayat di atas sudah sangat jelas mengatakan pelarang terhadap riba.

Padalah dari penelitian penulis kebanyakan dari responden adalah beragama Islam

tetapi karena ketidaktahuan mereka terhadap produk pembiayaan murabahah sehingga mereka merasa kemudahan dalam melakukan pembiayaan adalah hal utama dalam penggunaan mereka, karena pada saat sekarang ini untuk melakukan pembiayaan di pembiayaan-pembiayaan lain yang serupa harus melalui prosedur yang banyak, oleh karena itu kemudahah adalah hal yang harus di jaga oleh pihak BMT agar nasabahnya akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian tentang persepsi responden terhadap kelebihan produk pembiayaan murabahah maka penulis merasa perlu menguraikan keuntungan yang diperoleh responden setelah menggunakan produk pembiayaan murabahah. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 19  
Keuntungan Responden Setelah Mereka Menggunakan Produk  
Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Falah

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Meringankan pembelian barang dengan pembayaran secara cicil atau tangguh.	12	40
2	Membantu kurangnya modal kerja atau usaha.	18	60
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa keuntungan responden setelah mereka menggunakan produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah yaitu meringankan pembelian barang dengan secara cicil atau tangguh sebanyak 12 orang atau 40%, dan membantu kurangnya modal kerja atau usaha sebanyak 18 orang atau 60%.

Berdasarkan hasil penelitian di atas bahwa keuntungan yang diperoleh responden mengacu pada pembiayaan mereka ditujukan untuk apa, yang melakukan pembiayaan untuk modal usaha berarti keuntungannya adalah membantu kurangnya modal usaha dan untuk yang menggunakan pembiayaan murabahah untuk pembelian barang berarti keuntungannya adalah meringankan pembelian barang dengan pembayaran secara cicil atau tangguh. Ini berkaitan dengan peruntukkan produk pembiayaan murabahah.

Adapun dari keunggulan produk pembiayaan murabahah serta keuntungan yang didapat, di sini terlihat perkembangan loyalitas pada **tahap Afektif** di mana responden sudah mulai mempunyai persepsi yang positif terhadap produk pembiayaan murabahah dan akan menggunakan produk pembiayaan murabahah lagi di waktu mendatang. Ini merupakan keinginan atau bisa dikatakan sebuah niat untuk menggunakan ulang produk pembiayaan murabahah di waktu mendatang. Niat inilah merupakan pertanda awal munculnya loyalitas.

Kemudian perkembangan loyalitas pada **tahap konatif** di mana niat untuk menggunakan itu di pengaruhi oleh perubahan-perubahan afektif yaitu perubahan-perubahan persepsi nasabah berkaitan dengan produk pembiayaan murabahah. Karena niat atau keinginan untuk menggunakan atau menjadi loyal itu hanya merupakan tindakan yang terantisipasi tetapi belum terlaksana. Oleh karena itu perlu kiranya penulis uraikan hasil penelitian penulis mengenai kesetiaan responden untuk menggunakan produk pembiayaan secara konsisten. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 20

Kesetiaan Responden Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan  
Murabahah

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Tetap setia menggunakannya	23	77
2	Beralih ke pembiayaan lain	7	23
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa kesetiaan responden dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah dengan adanya pembiayaan lain cukup banyak yaitu 23 orang dari responden atau 77%, dan yang memungkinkan beralih ke pembiayaan lain sebanyak 7 orang atau 23%.

Berdasarkan hasil penelitian tentang loyalitas nasabah maka di sini penulis menggambarkan kesetiaan nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah. Apabila mereka ingin melakukan pembiayaan lagi apakah masih setia menggunakan produk pembiayaan murabahah tau pindah ke pembiayaan lain. Adapun menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis ternyata 77 % nasabahnya tetap menggunakan produk pembiayaan murabahah disini terlihat bahwa hampir semua responden masih tetap menggunakan produk pembiayaan murabahah. Hal ini sudah sampai pada perkembangan loyalitas **tahap tindakan** di mana penggunaan ulang belum tentu mempunyai sikap positif terhadap produk pembiayaan murabahah tetapi perilaku loyal dilihat pada komitmen untuk menggunakan ulang terhadap produk pembiayaan murabahah dalam kurun waktu tertentu secara teratur. Kemudian rasanya perlu penulis menguraikan hasil penelitian penulis berkenaan dengan alasan responden tetap setia menggunakan produk pembiayaan murabahah. Dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 21  
Alasan Responden Setia Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Saya puas dengan cara petugas melayani dan memperlakukan saya, sewaktu melakukan transaksi Pembiayaan murabahah.	18	60
2	Karena produk pembiayaan murabahah merupakan pembiayaan yang berbasis syariah yang menjauhkan diri dari riba.	7	23
3	Karena saya merasa produk pembiayaan murabahah sudah menjadi bagian dari modal saya.	5	17
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menunjukkan bahwa alasan nasabah menggunakan produk pembiayaan murabahah, diantaranya banyak dari responden mengatakan bahwa mereka puas dengan cara petugas melayani dan memperlakukan mereka ketika mereka melakukan transaksi murabahah pada BMT Al-Falah yaitu sebanyak 18 orang atau 60%, kemudian ada juga yang berpendapat bahwa dikarenakan pembiayaan murabahah merupakan pembiayaan yang berbasis syariah yang menjauhkan diri dari riba, pendapat tersebut diutarakan oleh 7 orang atau 23%, dan ada juga yang beralasan bahwa mereka merasa produk pembiayaan murabahah

adalah sudah menjadi bagian dari modal mereka adalah sebanyak 5 orang atau 17%.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai alasan nasabah untuk tetap setia menggunakan produk pembiayaan murabahah di sana terlihat bahwasanya 7 orang dari responden mengungkapkan alasannya dikarenakan produk pembiayaan murabahah merupakan pembiayaan murabahah yang berbasis syariah yang menjauhkan diri dari riba. Hal itu sangat bertolak pada faktor pendorong untuk menggunakan pertama kalinya produk pembiayaan murabahah hanya 1 responden yang mengatakan bahwasanya pembiayaan murabahah merupakan pembiayaan bebas dari unsur riba. Di sini ada peningkatan untuk pengetahuan responden terhadap produk pembiayaan murabahah artinya keingintahuan responden sangatlah tinggi dan mashlahat yang di dapat oleh responden semakin meningkat.

Setelah penulis menggambarkan tentang loyalitas nasabah terhadap penggunaan produk pembiayaan murabahah maka dapat terlihat bahwasanya nasabah BMT Al-falah yang menggunakan produk pembiayaan bisa dikatakan loyal karena dilihat dari kometmen untuk tetap setia terhadap penggunaan produk pembiayaan murabahah walaupun kebanyakan dari responden melakukan pembiayaan hanya lebih 2 tahun dan pengggunaannya pun hanya sekali atau dua kali tetapi mereka sudah mempunyai persepsi yang positif terhadap produk pembiayaan murabahah yang ada pada BMT Al-Falah dan yang lebih utama adalah kometmen untuk menggunakan ulang apabila suatu saat memerlukan pembiayaan sejenis, maka responden akan menggunakan pembiayaan murabahah yang ada pada BMT Al-Falah kembali. Dilihat dari alasan responden untuk tetap setia



menggunakan produk pembiayaan murabahah, tergambar bahwasanya alasan yang dikemukakan mereka sangatlah positif dan kebanyakan dari mereka merasa puas dengan cara petugas melayani dan memperlakukan responden, sewaktu mereka melakukan transaksi pembiayaan murabahah. Alasan ini juga sebuah bentuk bahwasanya responden sudah mempunyai tingkat kelayakan yang maksimal.

#### **D. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Terhadap Penggunaan Produk Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Falah.**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dari hasil penelitian penulis terlihat bahwa faktor yang sangat berpengaruh adalah kepuasan nasabah karena kebanyakan dari mereka mengatakan alasan mereka menggunakan pembiayaan murabahah selama waktu yang mereka sebutkan adalah perasaan puas dengan pelayanan, prosedur sewaktu melakukan transaksi pembiayaan murabahah, dan kemudahan transaksinya adalah salah satu faktor yang membuat mereka melakukan pembiayaan ulang. Ini merupakan faktor psikologis yaitu terdiri dari kepercayaan dan sikap. Di mana dari hasil penelitian ini tergambar bahwasanya kepercayaan responden terhadap produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah terlihat pada persepsi positif dari responden dan sikap positif yang tergambar pada lamanya mereka melakukan pembiayaan murabahah.

Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah seperti yang diuraikan di atas tadi yaitu kepuasan dari nasabah. Hal ini menjadikan perlu untuk penulis uraikan kadar kepuasan dari nasabah

terhadap pelayanan, prosedur serta pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah, ini terlihat pada tabel berikut :

Tabel. 22  
Kadar Kepuasan Responden Terhadap Pelayanan, Prosedur serta Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada BMT Al-Falah

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Puas	26	84
2	Kurang Puas	4	14
3	Tidak Puas	-	-
	Jumlah	30	100

Sumber : Diolah dari Data Primer (2009)

Tabel di atas menggambarkan kadar kepuasan nasabah terhadap pelayanan, prosedur serta pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah. Sangat banyak dari mereka merasa puas dengan pelayanan, prosedur serta pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah yaitu 26 orang atau 84%, sebaliknya sangat sedikit dari responden yang kurang puas yaitu 4 orang atau 14% saja.

Kepuasan nasabah sangat tergambar pada tabel di atas bahwasanya kebanyakan dari responden merasa puas dengan pelayanan, prosedur serta pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah. Ini merupakan suatu pengaruh yang cenderung menjadikan mereka loyal. Keloyalan dari responden mengarah kepada keloyalan atau kesetian duniawi saja karena dari 26

orang yang puas hanya 7 orang yang beralasan bahwa mereka menggunakan produk pembiayaan murabahah selain merasa puas dengan pelayanan, prosedur dan pemasarannya mereka juga meyakini bahwasanya pembiayaan murabahah itu bebas dari unsur riba. Di sini ada peningkatan masalah dari 1 orang menjadi 7 orang. Kelihatan dari responden mulai mencari tau apa itu produk pembiayaan murabahah. Adapun yang menjadikan responden yang cenderung tidak loyal dengan produk pembiayaan murabahah pada BMT Al-Falah adalah kurangnya sosialisasi terhadap pembiayaan murabahah sehingga menjadikan responden kurang mengerti dengan produk yang mereka gunakan.



