

PERILAKU MASYARAKAT DALAM MEMILIH SISTEM PEMBIAYAAN PADA BMT AL-IQTISHADY DI KOTA MATARAM DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Fatihah¹, Ihsan Ro'is², Muhammad Irwan³

^{1,2,3}Universitas Mataram, Mataram

Fatihahmunswan537@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku masyarakat dalam memilih sistem pembiayaan pada Koperasi Serba Usaha Baitul Maal Wa Tamwil Al Iqtishady di Kota Mataram dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik purposive dan snowball. Adapun metode pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi. Hasil yang diperoleh dari kelima informan dalam penelitian ini adalah perilaku masyarakat dalam memilih sistem pembiayaan pada KSU BMT Al Iqtishady bermacam-macam. Pada dasarnya perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor pengetahuan. Adapun faktor lain yang mempengaruhi perilaku masyarakat dalam memilih sistem pembiayaan pada KSU BMT Al Iqtishady yaitu faktor promosi dan pelayanan. Dalam memilih sistem pembiayaan, kelima informan telah meneladani perilaku yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW yaitu shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah.

Kata Kunci : Perilaku, Masyarakat, Pembiayaan, Baitul Maal Waa Tamwil

1. PENDAHULUAN

Ekonomi Islam merupakan perwujudan perilaku ekonomi yang didasarkan pada ajaran agama Islam. Ia mencakup cara memandang permasalahan ekonomi, menganalisis, dan mengajukan alternatif solusi atas berbagai permasalahan ekonomi. Ekonomi Islam merupakan konsekuensi logis dari implementasi ajaran Islam secara *kaffah* dalam aspek ekonomi (P3EI, 2015). Ekonomi Islam mempelajari perilaku individu yang dituntun oleh ajaran Islam, mulai dari penentuan tujuan hidup, cara memandang dan menganalisis masalah ekonomi, serta prinsip prinsip dan nilai nilai yang harus dipegang untuk mencapai tujuan tersebut.

Di Indonesia, terdapat tiga sektor jasa keuangan syari'ah, yaitu Perbankan Syari'ah, Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) Syariah (terdiri atas Perusahaan Pembiayaan, Dana Pensiun, Lembaga Keuangan Mikro Syariah, dan Lembaga Jasa Keuangan Syariah Khusus), dan Pasar Modal Syariah (terdiri atas Sukuk Negara, Sukuk Korporasi, dan Reksa Dana Syariah). Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada Desember 2020 total aset keuangan

syariah Indonesia (tidak termasuk saham syariah) mencapai Rp1.801,40 triliun atau US\$127,71 miliar (kurs tengah BI per 31 Desember 2020 = Rp14.105,01/US\$).

Sebagai salah satu lembaga keuangan mikro syariah, perkembangan koperasi syariah di Nusa Tenggara Barat cukup pesat. Pada Desember 2020 jumlah koperasi syariah yang ada di NTB mencapai 343 unit dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Koperasi Syariah yang Ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat

No	Kabupaten/kota	Jumlah
1	Kota Mataram	28
2	Lombok Barat	27
3	Lombok Utara	47
4	Lombok Tengah	13
5	Lombok Timur	38
6	Sumbawa Barat	87
7	Sumbawa	8
8	Dompu	8
9	Bima	5
10	Kota Bima	17
11	Propinsi	65
	Jumlah	343

Sumber : satu data NTB

Selama lima tahun terakhir Koperasi Serba Usaha Baitul Maal Wa Tamwil Al Iqtishady cukup berkembang di kalangan masyarakat NTB, khususnya kota Mataram. Perkembangan tersebut bisa dilihat dari banyaknya jumlah masyarakat yang bergabung/mendaftar menjadi anggota pada Baitul Maal Wa Tamwil Al Iqtishady tersebut. Berikut data perkembangan jumlah masyarakat yang mendaftar menjadi anggota pada Baitul Maal Wa Tamwil Al Iqtishady dalam 5 tahun terakhir.

Tabel 1.2

**Jumlah Masyarakat yang Mendaftar Menjadi Anggota
Pada Baitul Maal Wa Tamwil Al Iqtishady**

No	Tahun	Jumlah Anggota
1	2016	91
2	2017	58
3	2018	67
4	2019	106
5	2020	110

Sumber : BMT Al Iqtishady (diolah penulis)

Tabel di atas menjelaskan bahwa Baitul Maal Wa Tamwil Al Iqtishady cukup diminati masyarakat. Setiap tahunnya selalu ada penambahan anggota dengan jumlah minimal diatas 50 orang. Pertambahan jumlah anggota paling sedikit terjadi pada tahun 2017 dengan jumlah penambahan anggota sebanyak 58 orang, sedangkan jumlah penambahan anggota tertinggi terjadi pada tahun 2020 dengan penambahan jumlah anggota mencapai 110 orang. Berikut tabel jumlah penyaluran pembiayaan pada Baitul Maal Wa Tamwil Al Iqtishady periode 2020 :

Tabel 1.3

Data Jumlah Penyaluran Pembiayaan Pada Baitul Maal Al Iqtishady Tahun 2020

Pembiayaan	Jumlah
Wakalah	3
Ijarah	19
Musyarakah	10
Mudharabah	13
Murabahah	65

Sumber : BMT Al Iqtishady (diolah penulis)

Berdasarkan tabel perkembangan jumlah masyarakat yang mendaftar menjadi anggota, dan jumlah penyaluran pembiayaan pada Baitul Maal Wa Tamwil Al Iqtishady tentunya sangat sedikit jika dibandingkan dengan jumlah penduduk muslim yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Padahal populasi jumlah penduduk di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) yang dicatat oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat pada tahun 2020 mencapai 5,32 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, sebanyak 5,23 juta jiwa (96,83%) beragama Islam.

Sementara itu, menurut badan pusat statistik (BPS) NTB pada tahun 2020, jumlah penduduk yang ada di kota Mataram mencapai 429,651 jiwa, dengan jumlah penduduk muslim mencapai 361,577 jiwa (satu data NTB). Secara teori, jika seseorang beragama Islam maka secara otomatis perilaku orang tersebut dalam memilih sistem pembiayaan akan berdasarkan pada agamanya (tidak mengandung unsur riba). Namun pada kenyataannya fenomena yang terjadi di lapangan masih banyak masyarakat Nusa Tenggara Barat, khususnya Kota Mataram yang belum memilih dan menggunakan sistem pembiayaan pada Baitul Maal Wa Tamwil Al Iqtishady.

2. KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Perilaku

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Secara spesifik kata perilaku merupakan padanan dari kata *behavior* yang berarti cara bertindak, bersikap, dan memberi respon terhadap suatu objek. Dalam buku *Measurement of human behavior* perilaku adalah kegiatan manusia atau makhluk hidup lainnya yang dapat dilihat secara langsung pada saat tertentu di suatu tempat. (Mirawati, 2011).

Benjamin S. Bloom (1956) dalam Notoatmodjo (2003), berpendapat bahwa ada tiga ranah perilaku yaitu pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan tindakan atau praktik.

1. Pengetahuan (*knowledge*) adalah hasil penginderaan manusia atau hasil pengetahuan seseorang terhadap objek melalui indera yang dimiliki.
2. Sikap (*attitude*) adalah *respons* tertutup seseorang terhadap *stimulus* atau objek tertentu, yang sudah melibatkan faktor pendapat atau emosi yang bersangkutan.
3. Tindakan atau praktik, praktik terpimpin adalah melakukan sesuatu tetapi masih menggunakan panduan. Sedangkan praktik secara mekanisme adalah melakukan sesuatu hal secara otomatis. (Okta Nofri & Andi Hafifah, 2018)

Pengertian Perilaku Masyarakat

Perilaku masyarakat atau biasa disebut sebagai perilaku konsumen merupakan tindakan nyata yang dilakukan individu yang dipengaruhi oleh faktor kejiwaan (psikologis) atau faktor lainnya, yang mengarahkan masyarakat sebagai konsumen untuk memilih dan mempergunakan barang-barang yang diinginkannya. Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, dan menggunakan jasa atau barang-barang ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan. (Ghozali Maski, 2010)

Menurut Kotler dalam *The American Marketing Association*, sebagaimana dikutip dalam Nugroho J. Setiadi, perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya, di mana manusia melakukan pertukaran dalam hidup mereka. Dari hal tersebut terdapat tiga ide penting yang dapat disimpulkan yaitu: 1) perilaku konsumen adalah dinamis; 2) hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar; 3) juga melibatkan pertukaran. Perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingan dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Konsumen mengambil banyak macam pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam pembelian. (Sri Wigati, 2005)

Perilaku Masyarakat Muslim Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam telah memberikan aturan yang jelas kepada manusia yang menjadi pelaku ekonomi baik sebagai pemilik usaha (produsen) maupun sebagai pekerja (tenaga kerja), maupun sebagai konsumen. Manusia sebagai sumber daya insani harus tunduk pada aturan normative yang terkandung dalam Al- Qur'an dan Al Hadist. Sumber daya insani sebagai pelaku ekonomi dalam aktivitasnya harus mampu menginterpretasikan berbagai aturan tersebut untuk diaplikasikan dalam setiap aktivitas dan harus berlandaskan pada prinsip rasionalitas. Di dalam ekonomi Islam, rasionalitas telah memberikan arahan yang jelas bahwa aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh setiap sumber daya insani harus berorientasi pada usaha memaksimalkan *masalah* bukan hanya tertuju pada maksimalisasi keuntungan atau kepuasan. (Irwan & Salahuddin, 2020: 147)

Perilaku masyarakat yang baik akan menciptakan kedamaian dan kenyamanan dalam tatanan hidup. Manusia yang berakhlak baik akan mampu membawa diri maupun organisasi tempat melakukan aktivitas berjalan dalam rel yang lurus jauh dari strategi-strategi yang dapat merugikan pihak lain. Segala tindakan baik berkenaan dengan sikap, tutur kata maupun tindakan tidak pernah menyimpang dari akhlak yang bersumber dari agama yang dianutnya (Islam) (M. Irwan & Muh. Salahuddin, 2020: 138).

Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, Rasulullah SAW telah mencontohkan sifat sifat atau perilaku bisnis syariah yang meliputi:

a) Shiddiq (benar dan jujur)

Shiddiq berarti memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam tanpa adanya pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Oleh karena itu Allah SWT senantiasa memerintahkan orang-orang yang beriman untuk senantiasa memiliki sifat *shiddiq* dan memiliki lingkungan yang *shiddiq* pula. Kejujuran dalam dunia bisnis, bisa juga ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan (*mujadalah* dan *itqan*). Tampilannya dapat berupa: ketepatan waktu, janji, pelaporan, pelayanan, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), melakukan perbaikan secara terus menerus, menjauhkan diri dari kebohongan dan menipu (baik kepada diri sendiri, teman sejawat, perusahaan, maupun mitra kerja, termasuk informasi melalui iklan-iklan di media tulis dan elektronik). (Irwan Misbach, 2017)

b) Amanah (dapat dipercaya)

Amanah artinya dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Amanah bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan, amanah juga merupakan salah satu moral keimanan. Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang telah diberikan kepadanya. Amanah dapat ditampilkan dalam bentuk:

keterbukaan, kejujuran, dan pelayanan yang optimal kepada atasan bawahan, dan mitra kerja. (Irwan Misbach, 2017)

c) **Tabligh (menyampaikan/komunikatif)**

Sifat *tabligh* artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang mempunyai sifat *tabligh* akan menyampaikan sesuatu dengan benar (berbobot) dan dengan tutur kata yang tepat (*bi al-hikmah*). Seorang pemimpin dalam dunia bisnis harusnya menjadi seseorang yang mampu mengkomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada karyawan dan semua pihak terkait dalam bisnisnya. (Irwan Misbach, 2017: 40)

d) **Fathanah (Cerdas)**

Fathanah dapat diartikan sebagai intelektual “kecerdikan/kecerdasan atau kebijaksanaan”. Sifat *fathanah* dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Kecerdasan yang dimaksudkan di sini adalah mempergunakan akal yang telah diberikan Allah untuk memikirkan dan mempertimbangkan antara yang *haq* (kebenaran) dan yang *bathil* (kemungkarannya), termasuk juga kecerdasan spiritual. Ari Ginanjar mendefinisikan kecerdasan spiritual sebagai: “kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan, melalui langkah langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia seutuhnya (*hanif*), dan memiliki pola pemikiran tauhid (integralistik), serta berprinsip hanya karena Allah. (Irwan Misbach, 2017)

Pembiayaan

Pembiayaan berasal dari kata “biaya” yang berarti mengeluarkan dana untuk keperluan sesuatu. Sedangkan pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau biaya tersebut sesuai dengan jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pembiayaan berasal dari kata biaya yang berarti uang yang dikeluarkan untuk untuk mengadakan, mendirikan, atau melakukan sesuatu, biaya juga dapat disebut dengan ongkos, belanja atau pengeluaran. Dengan kata lain, pembiayaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan biaya (Maesaroh, 2016).

Dalam Al-Qur’an, kata pembiayaan sendiri tidak secara eksplisit disebutkan, akan tetapi keberadaannya dapat diilhami oleh ayat ayat Al Qur’an dan contoh dari Rasulullah SAW serta para sahabat. Dasar hukum pembiayaan adalah sebagai berikut:

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

Artinya : "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisa' 4: Ayat 29)

Macam- Macam Pembiayaan:

1. Murabahah

Menurut bahasa, murabahah berasal dari kata ribhu, yang artinya keuntungan. Secara sederhana murabahah adalah akad jual beli seharga barang ditambah keuntungan (margin) yang telah disepakati.

2. Salam

Salam merupakan salah satu prinsip dalam jual beli, bedanya dengan murabahah adalah dalam prinsip salam barang diperjual belikan masih dalam proses pembuatan, sehingga barang diserahkan kemudian setelah akad, sedangkan harga barang harus dilunasi saat akad ditandatangani. Agar tidak menimbulkan gharar maka barang yang diperjual belikan (yang masih dalam proses) harus sudah jelas kualifikasinya baik kuantitas maupun kualitasnya.

3. Istishna'

Istishna' secara bahasa berarti minta dibuatkan. Secara terminologi berarti suatu kontrak jual beli antara pembeli (mustasni') dan penjual (shani') di mana pembeli memesan barang (mashnu') dengan kriteria yang jelas, harga yang telah disepakati, dan pembayaran secara bertahap (cicilan) atau ditangguhkan sampai waktu pada masa yang akan datang.

4. Mudharabah

Mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama (shahibul maal) menyediakan (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal (shohibul maal) selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan oleh kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

5. Musyarakah

Secara etimologis musyarakah atau syirkah berarti ikhtilath (percampuran), yakni bercampurnya suatu harta dengan harta lain, sehingga tidak bisa dibedakan antara keduanya. Secara terminologi musyarakah adalah akad kerjasama antara dua orang atau lebih untuk usaha tertentu di mana masing masing pihak memberikan kontribusi dana (expertise) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.

6. Ijarah

Ijarah adalah akad penyediaan dana dalam rangka pemindahan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti dengan kepemilikan barang itu sendiri.

7. Ijarah Muntahiya Bit-Tamlik (IMBT)

Ijarah Muntahiya Bit-Tamlik (IMBT) adalah sewa yang diakhiri dengan pemindahan kepemilikan barang atau sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa, atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang di tangan penyewa. (Nurnasrina & P. Adiyes Putra, 2018)

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu baitul maal dan baitul tamwil. Baitul maal lebih mengarah pada usaha usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti zakat, infak, dan sedekah. Adapun baitul tamwil sebagai usaha dan penyaluran dana komersial. Usaha usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil berdasarkan prinsip Islam. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank Islam atau BPR Islam. Prinsip operasinya berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli (ijarah), dan titipan (wadi'ah). BMT memiliki pangsa pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang tidak terjangkau layanan perbankan serta pelaku usaha kecil yang mengalami hambatan psikologis bila berhubungan dengan pihak bank. (Huda Nurul & Moh. Heykal, 2010).

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan penulis dari penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Moleong dalam bukunya menjelaskan bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gambaran, fakta-fakta atau gejala-gejala secara sistematis dan akurat. Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive* dan *snowball*. Adapun metode pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Masyarakat Dalam Memilih Sistem Pembiayaan Pada BMT Al Iqtishady Dalam Perspektif Ekonomi Islam

1. Shiddiq (benar dan jujur)

Shiddiq berarti memiliki kejujuran dan selalu menjadi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam tanpa adanya pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Perilaku masyarakat dalam memilih sistem pembiayaan pada Baitul Maal Wa Tamwil Al Iqtishady yang *shiddiq* (jujur) dapat ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan (*mujadalah* dan *itqan*) (Irwan Misbach, 2017).

Kelima informan dalam penelitian ini telah meneladani perilaku *shiddiq* yang diajarkan oleh Rasulullah SAW melalui kejujuran, melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam, dan adanya kesungguhan dan ketepatan (*mujadalah* dan *itqan*) dalam membayar angsuran.

2. Amanah

Amanah artinya dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Amanah bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan, amanah juga merupakan salah satu moral keimanan. Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang telah diberikan kepadanya. Amanah dapat ditampilkan dalam bentuk: keterbukaan, kejujuran, dan pelayanan yang optimal kepada atasan bawahan, dan mitra kerja. (Irwan Misbach, 2017)

Kelima informan dalam penelitian ini telah meneladani perilaku amanah yang diajarkan oleh Rasulullah SAW seperti adanya kesesuaian antara akad dan kenyataan, serta menjaga dan bertanggung jawab terhadap amanah tersebut dengan sepenuh hati.

3. Tabligh (menyampaikan/komunikatif)

Sifat *tabligh* artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang mempunyai sifat *tabligh* akan menyampaikan sesuatu dengan benar (berbobot) dan dengan tutur kata yang tepat (*bi al-hikmah*) (Irwan Misbach, 2017: 40). Dalam melakukan pembiayaan terhadap lembaga keuangan, masyarakat harus transparan dalam menyampaikan maksud dan tujuannya sehingga mudah dimengerti oleh pihak lain. Dari seluruh pernyataan informan utama, ahli, dan tambahan dalam penelitian ini, kelima informan utama dalam penelitian ini telah berperilaku *tabligh* dengan cara menyampaikan secara benar dan berbobot maksud dan tujuannya melakukan pembiayaan pada BMT Al Iqtishady sehingga pembiayaan tersebut dapat terealisasikan.

4. Fathanah (Cerdas)

Fathanah dapat diartikan sebagai intelektual “kecerdikan/kecerdasan atau kebijaksanaan”. Sifat *fathanah* dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Kecerdasan yang dimaksudkan di sini adalah mempergunakan akal yang telah diberikan Allah untuk memikirkan dan

mempertimbangkan antara yang *haq* (kebenaran) dan yang *bathil* (kemungkar), termasuk juga kecerdasan spiritual. (Irwan Misbach, 2017). Kelima informan dalam penelitian ini telah berperilaku tabligh dengan cara cerdas memanfaatkan sistem pembiayaan yang ada pada BMT Al Iqtishady untuk keperluan produktif sehingga dapat terhindar dari riba, dan pada saat wawancara juga kelima informan berperilaku *fathanah* dengan cara menjawab semua pertanyaan penelitian dengan lugas, jelas, dan tepat, sehingga dapat memudahkan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.

5. PENUTUP

Kesimpulan:

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Dari kelima informan yang diteliti, perilaku masyarakat dalam memilih sistem pembiayaan pada KSU Baitul Maal Wa Tamwil Al Iqtishady bermacam-macam. Pada dasarnya perilaku tersebut dipengaruhi oleh kebutuhan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat dalam memilih sistem pembiayaan pada KSU BMT Al Iqtishady adalah faktor pengetahuan, promosi, dan pelayanan.
- 2) Dari kelima informan yang diteliti, dalam memilih sistem pembiayaan pada KSU BMT Al Iqtishady, masyarakat telah meneladani ajaran Rasulullah SAW yaitu berperilaku shiddiq, amanah, tabligh, dan fathonah. Perilaku mencontoh, meniru, dan meneladani akhlak Rasulullah SAW dalam melakukan hubungan bisnis tersebut sesuai dengan perspektif ekonomi islam.

DAFTAR PUSTAKA

Al Quran Terjemahan Kementerian Agama RI

BPS Provinsi Nusa Tenggara Barat. (2021). *Provinsi Nusa Tenggara Barat Dalam Angka 2021*. BPS Provinsi Nusa Tenggara Barat: NTB

Huda, Nurul & Mohamad Heykal. (2010). *Lembaga Keuangan Islam, Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Kencana; Jakarta

Irwan, Muhammad, Muh. Salahuddin. (2020). *Human Resources Dalam Kajian Ekonomi Syariah*. Sanabil; Mataram

Maesaroh, M. (2016). "Perilaku Masyarakat Dalam Memilih Pembiayaan". *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 2 (2). <https://doi.org/10.15408/aiq.v2i2.2483>

Maski, Ghozali. (2010). "Analisis Keputusan Nasabah Menabung, Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang". *Journal of Indonesian Applied Economics vol.4 no1*, 43-57

Mirawati. (2011). *Persepsi dan Perilaku Masyarakat Terhadap Pembiayaan Murabahah*.

Lembaga Studi Islam Progresif (LSIP)

- Misbach, Irwan. (2017). *Perilaku Bisnis Syariah*. Jurnal Al-Idarah, Jurnal Manajemen Dakwah, vol 5 hal: 33-44.
- Moeleong, Lexy J. (1998). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Kerta Karya
- Nofri, Okta, Andi Hafifah. (2018). "*Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makassar*". Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS) vol 5 no 1.
- Nurnasrina, P. Adiyes Putra. (2018). "*Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*". Cahaya Firdaus; Pekanbaru.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). "*Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2020*"
- P3EI. (2015) "*Ekonomi Islam*". Universitas Islam Indonesia Yogyakarta; Yogyakarta.
- Satu Data NTB. (data.ntbprov.go.id) diakses pada 9 Oktober 2021
- Wigati, Sri. (2011). "*Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*". Jurnal: Maliyah Vol. 01 No. 01.