

Analisis Persepsi Nasabah Dalam Penggunaan Pembiayaan Produk Mikro Menggunakan Akad Murabahah Studi Kasus BSI KCP Medan Kampung Baru

Nadya Dwinna Putri

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan

nadyadwinna0702@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze customer perceptions regarding the use of microcredit financing with a focus on the case study of Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Medan Kampung Baru. Utilizing surveys and qualitative data analysis, the research methodology aims to understand the strengths and weaknesses of the sample through observation, interviews and document analysis of the sample's perceptions of the product using Murabahah principles. In this context, research examines the factors that influence public trust in the progress, transparency and quality of the implementation of Murabahah law. The survey collected customer responses from BSI KCP Medan Kampung Baru, while qualitative data analysis was carried out to identify customer views in more detail. It is hoped that the findings of this research will help in understanding the effectiveness of implementing the Murabahah model in micro product development and how it affects customer needs and expectations. The practical implications of this can help Islamic banks improve their products and services and strengthen their ties with customers, especially at BSI KCP Medan Kampung Baru.

Keywords : Analysis of Customer Perceptions, Micro Product Financing, Murabahah Agreements.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi nasabah terhadap penggunaan pembiayaan kredit mikro dengan fokus studi kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Medan Kampung Baru. Memanfaatkan survei dan analisis data kualitatif, metodologi penelitian bertujuan untuk memahami kelebihan dan kekurangan sampel melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen terhadap persepsi sampel terhadap produk dengan menggunakan prinsip Murabahah. Dalam konteks ini, penelitian mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap kemajuan, transparansi, dan kualitas penerapan hukum Murabahah. Survei mengumpulkan tanggapan nasabah BSI KCP Medan Kampung Baru, sedangkan analisis data kualitatif dilakukan untuk mengidentifikasi pandangan nasabah secara lebih rinci. Temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memahami efektivitas penerapan model Murabahah dalam pengembangan produk mikro dan bagaimana pengaruhnya terhadap kebutuhan dan harapan Nasabah. Implikasi praktis dari hal ini dapat membantu bank syariah meningkatkan produk dan layanannya serta memperkuat ikatannya dengan Nasabah, khususnya di BSI KCP Medan Kampung Baru.

Kata Kunci : Analisis Persepsi Nasabah, Pembiayaan Produk Mikro, Akad Murabahah.

PENDAHULUAN

Diera modern Saat ini, perbankan telah menjadi layanan yang sangat penting bagi masyarakat umum di industri keuangan. Bank kini dianggap sebagai sumber daya penting bagi kelas menengah, yang memastikan uang mereka tersedia untuk investasi atau bertindak sebagai lembaga pemberi pinjaman hipotek. Menurut ayat 1 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, bank adalah badan usaha yang menggunakan dana masyarakat dalam bentuk pinjaman atau instrumen keuangan lainnya dengan tujuan meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Pendanaan mikro adalah pembiayaan bank pada nasabah melalui akad jual beli (Murabahah). Diberikan bagi nasabah yang memiliki usaha mikro serta memerlukan pengembangan usahanya. Sebagaimana masyarakat ada yang tidak mengetahui mengenai tata cara pembiayaan mikro. Manajemen mikro sangat penting untuk membantu perkembangan bisnis agar lebih optimal. Memperkuat sektor usaha kecil dan menengah sebenarnya adalah tujuan kita dalam merealisasikan kesejahteraan masyarakat. Membangun perekonomian nasional yang kuat dapat terfasilitasi jika asosiasi ekonomi negara mikro ini mendapat perhatian dan dukungan dari semua pihak terkait, termasuk pemerintah dan kelompok masyarakat lainnya. Paradigma inilah yang perlu dipahami dan diterapkan guna mengatasi permasalahan kemiskinan dan kemiskinan yang terjadi di wilayah udara ini.

Pembiayaan Murabahah merupakan salah satu pembiayaan yang ada pada perbankan salah satunya BSI. Murabahah dapat diartikan sebagai jual beli dengan istilah Fiqh disebut dengan istilah al-bai yang artinya menjual, mengganti serta menukar dengan sesuatu barang atau jasa yang lain (Haroen, 2013). Jika dikaitkan dengan barang dan jasa, maka akan berkaitan atau ada hubungannya dengan layaway. Oleh karena itu, pada bagian ini dibahas faktor-faktor yang mempengaruhi investasi Murabahah, seperti kualitas produk atau kecenderungannya terhadap kualitas, kebutuhan, dan bank. reputasi. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tidak terbatas pada barang yang dibeli; justru produk yang ditawarkan akan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Dalam mencapai tujuan nasabah dalam pembiayaan Murabahah, pertimbangan terpenting adalah terkait dengan produk yang ditawarkan. Produk yang dimaksud mempunyai kualitas yang tinggi atau mempunyai kualitas yang lebih unggul dibandingkan dengan yang lain. Produk ini disebut pembiayaan Murabahah. Produk tersebut yakni pembiayaan Murabahah. Mutu atau kualitas yaitu bagian dari citra merek sesuai dengan kenyataan atau pengalaman aktual. Tingkat keunggulan produk yang dihasilkan dari persepsi yang terbentuk dari reputasi perusahaan (kata, cakupan media, sumber informasi langsung lainnya) (Chalil, dkk, 2020). Penelitian yang mendukung yakni penelitian yang dilakukan oleh Masruron, (2017) menyimpulkan keunggulan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam Murabahah.

BSI KCP Medan Kampung Baru merupakan salah satu bank syariah yang aktif melakukan pembiayaan dengan skema murabahah. Sebagai lembaga keuangan, penting bagi BSI KCP Medan Kampung Baru untuk memahami persepsi nasabahnya terhadap produk murabahah yang ditawarkan. Dengan memahami persepsi nasabah, dapat melakukan edukasi dan penyesuaian produk agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas maka penulis, dapat merumuskan masalah pada penelitian sebagai hasil magang ini, yaitu: Bagaimana Persepsi Nasabah Pada Produk Pembiayaan Mikro Menggunakan Akad Murabahah BSI KCP Medan K.Baru? dan Bagaimana Dampak Persepsi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Pembiayaan Mikro Menggunakan Akad Murabahah BSI KCP Medan K.Baru?

Berdasarkan fenomena yang di sampaikan di atas. Maka dari itu peneliti tertarik dan akan melakukan penelitian sebagai hasil magang, dengan judul ” **Analisis Perepsi Nasabah Dalam Penggunaan Pembiayaan Produk Mikro Menggunakan Akad Murabahah Studi Kasus PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan K. Baru**”.

TINJAUAN TEORETIS

Pembiayaan Produk Mikro

Pendanaan mikro artinya pembiayaan bank pada nasabah melalui akad jual beli (Murabahah). Diberikan bagi nasabah yang mempunyai usaha mikro serta memerlukan pengembangan usahanya. Sebagaimana masyarakat ada yang tidak mengetahui mengenai tata cara pembiayaan mikro. UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah sudah merancang maksud dari “Akad”, bahwa “Akad merupakan kesepakatan tertulis diantara Bank Syariah maupun Unit Usaha Syariah dan pihak lain yang berisi hak dan kewajiban untuk setiap pihak berdasarkan prinsip Syariah”. Dari rumusan mengenai akad itu, sangat jelas jika akad berisi beberapa hak serta kewajiban untuk para pihak, yaitu pihak Bank Syariah serta pihak nasabah sebagai pemohon akad pembiayaan Murabahah.

Pembiayaan Segmen Mikro Syariah adalah pembiayaan untuk tujuan pembiayaan yang bersifat produktif dengan kriteria se-bagai berikut :

- a. Usaha Perorangan dan Badan Usaha Tidak Berbadan Hukum (Kecuali Bidang Usaha Kontraktor) yang mempunyai agunan (tanah, tanah & bangunan, ken-daraan, deposito) atau pun tidak memiliki agunan yang membutuhkan pembiayaan untuk kepentingan usahanya baik untuk modal kerja maupun investasi guna menunjang usaha.

- b. Wiraswasta/pengusaha yang memiliki usaha produktif yang tidak bertentangan dengan norma-norma hukum yang ber-laku.
- c. Baik yang sudah pernah menerima fasilitas pembiayaan maupun yang belum pernah menerima fasilitas pembiayaan, sesuai dengan fitur produk masing-masing.
- d. Lama menjalankan usaha sejenis minimal 2 (dua) tahun.

Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 04 Tahun 2000, Murabahah yaitu menjual sebuah barang melalui penegasan terhadap harga belinya pada pembeli serta pembeli membayarnya menggunakan harga yang lebih selaku keuntungan dengan syarat sesuai dengan sepengetahuan kedua belah pihak (Nurnasrina dan Putra, 2019). Mekanisme pembiayaan atas dasar akad Murabahah yaitu:

1. Bank bertindak sebagai pihak penyedia dana dalam kegiatan transaksi Murabahah dengan nasabah.
2. Bank dapat membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
3. Bank wajib menyediakan dana untuk merealisasikan penyediaan barang yang dipesan nasabah.
4. Bank dapat memberikan potongan dalam besaran yang wajar dengan tanpa diperjanjikan dimuka

Hubungan para pihak yang terdapat pada wujud akad pendanaan Murabahah tersebut merupakan sebuah hubungan hukum yang bisa menyebabkan dampak hukum tertentu.

Persepsi adalah memberikan makna pada diri seseorang terkait hal atau informasi yang diperoleh. Hubungan minat dengan persepsi sudah jelas, Minat merupakan bagian dari perepsi. Makna informasi dalam diri seseorang tidak hanya melibatkan minat,tetapi juga atensi, eksptasi, motivasi, dan memori. Persepsi juga ditentukan dari faktor personal dan faktor situasional. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimulus itu.

Dalam kajian ini, akan dilakukan analisis mendalam terhadap persepsi nasabah terkait penggunaan pembiayaan produk mikro dengan menggunakan akad Murabahah. Fokus utama kajian ini adalah pada studi kasus BSI KCP Medan Kampung Baru. Kajian akan mencakup pemahaman nasabah terhadap keunggulan pembiayaan mikro dengan akad Murabahah, eksplorasi tingkat kepuasan nasabah terhadap pembiayaan mikro berbasis Murabahah, serta analisis persepsi nasabah terhadap keandalan pembiayaan mikro dengan akad Murabahah.

Dasar Hukum Pembiayaan Mikro

1. Undang-Undang Republik Indonesia No-mor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
2. Undang-Undang Republik Indonesia No-mor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.
3. Undang-Undang Republik Indonesia No-mor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan.
4. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No-mor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan.
5. Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/22/PBI/2012 tentang Pemberian Pembiayaan atau Pembiayaan oleh Bank Umum dan Bantuan Teknis Dalam Rangka Pengembangan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 17/12/PBI/2015 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia No-mor 14/22/PBI/2012 tentang Pemberian Kredit atau Pembiayaan oleh Bank Umum dan Bantuan Teknis dalam rangka Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Pembiayaan Atas Dasar Akad Mudharabah

Mudharabah adalah transaksi penanaman dana dari pemilik dana (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*Mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Akad mudharabah terbagi menjadi 2 macam yaitu:

- a. Mudharabah Muthlaqah untuk kegiatan usaha yang cakupannya tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis sesuai permintaan pemilik dana.
- b. Mudharabah Muqayyadah Untuk kegiatan usaha yang cakupannya dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis sesuai permintaan pemilik dana.

Adapun fitur dan mekanisme yang ada di dalam akad Mudharabah yaitu:

- a. Bank bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) yang menyediakan dana dengan fungsi sebagai modal kerja, dan nasabah bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*) dalam kegiatan usaha.
- b. Bank memiliki hak dalam pengawasan dan pembinaan usaha nasabah walaupun tidak ikut serta dalam pengelolaan usaha nasabah, antara lain bank dapat melakukan review dan meminta bukti-bukti dari laporan hasil usaha nasabah berdasarkan bukti pendukung yang dapat dipertanggung jawabkan.
- c. Pembagian hasil usaha dari pengelolaan dana dinyatakan dalam nisbah yang disepakati.

- d. Nisbah bagi hasil yang disepakati tidak dapat diubah sepanjang jangka waktu investasi, kecuali atas dasar kesepakatan para pihak.
- e. Jangka waktu pembiayaan atas dasar akad mudharabah, pengembalian dana, dan pembagian hasil usaha ditentukan berdasarkan kesepakatan bank dan nasabah
- f. Pembiayaan atas dasar akad Mudharabah diberikan dalam bentuk uang dana/barang, serta bukan dalam bentuk piutang atau tagihan.
- g. Dalam hal pembiayaan atas dasar akad mudharabah diberikan dalam bentuk uang harus dinyatakan secara jelas jumlahnya.
- h. Dalam hal pembiayaan atas dasar akad mudharabah diberikan dalam bentuk barang, maka barang tersebut harus dinilai atas dasar harga pasar dan dinyatakan secara jelas jumlahnya.
- i. Pengembalian pembiayaan atas dasar mudharabah dilakukan dalam dua cara, yaitu secara angsuran ataupun sekaligus pada akhir periode akad, sesuai dengan jangka waktu pembiayaan atas dasar akad mudharabah.
- j. Pembagian hasil usaha dilakukan atas dasar laporan hasil usaha pengelolaan dana (mudharib) dengan disertai bukti pendukung yang dapat dipertanggung jawabkan
- k. Kerugiann usaha nasabah pengelolaan dana (*mudharib*) yang dapat ditanggung oleh bank selaku pemilik dana (*shahibul maal*) adalah maksimal sebesar jumlah pembiayaan yang diberikan.

Pengertian Persepsi

Persepsi adalah memberikan makna pada diri seseorang terkait hal atau informasi yang diperoleh. Hubungan minat dengan persepsi sudah jelas, Minat merupakan bagian dari perepsi. Makna informasi dalam diri seseorang tidak hanya melibatkan minat,tetapi juga atensi, ekspetasi, motivasi, dan memori. Persepsi juga ditentukan dari faktor personal dan faktor situasional. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimulus itu. Adapun faktor personal pada persepsi interpersonal diantaranya:

1. Pengalaman

Pengalaman dapat timbul dalam keseharian kita dan mengenai suatu peristiwa-peristiwa yang telah kitalalui.

2. Motivasi

Mempengaruhi persepsi interpersonal adalah kebutuhan untuk mencapai setiap keinginan. Motivasi dalam diri timbul secara seponatan karena adanya suatu keinginan.

3. Kepribadian

Menurut Maramis, persepsi adalah daya mengenal barang, kualitas atau hubungan, dan perbedaan antara hal ini melalui proses mengamati, mengetahui, atau mengartikan setelah pencaindranya mendapat rangsang.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional, David Krech dan Ricard S. Cruthfield dalam Rakhmat menyebutnya faktor fungsional dan faktor struktural. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

- a. Faktor fungsional : faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk dalam faktor-faktor personal. Persepsi tidak ditentukan oleh jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli tersebut
- b. Faktor Struktural: faktor structural berasal dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang menimbulkannya pada sistem saraf individu.

Menurut Restiyanti Prasetyo, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, dapat dikelompokkan dalam dua faktor utama, yaitu:

- a. Faktor internal, meliputi : pengalaman, kebutuhan, penilaian, dan ekspektasi/pengharapan.
- b. Faktor eksternal, meliputi: sifat-sifat stimulus, dan situasi lingkungan.

Untuk memberikan kesan baik dan menarik nasabah di perlukannya riset pasar, jika sasaran pasarnya sudah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan dalam beberapa bauran:

1. Produk

Produk bagi konsumen selain merupakan benda yang mempunyai manfaat dan kegunaan juga merupakan suatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian untuk di beli, digunakan atau di konsumsi yang dapat memenuhi suatu kegiatan atau kebutuhan.

2. Harga

Harga adalah factor utama yang harus di tentukan sebelum suatu produk diluncurkan kepasarasaran. Harga produk juga salah satu faktor penentu bagi permintaan pasar yang secara otomatis akan mempengaruhi volume penjualan. Jika harga produk tidak dapat di jangkau konsumen, maka target penjualan yang telah ditetapkan tidak tercapai.

3. Distribusi

Perusahaan berusaha agar produk atau jasa dapat tersebar melalui channel-channel pemasaran. Strategi distribusi ini dilakukan melalui penggunaan sales force yang cukup banyak. Setelah produk atau jasa tersebar barulah perusahaan mendorong dengan promosi. Sistem distribusi ini dikenal dengan sistem push distribution.

4. Promosi

strategi promosi merupakan sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberikan kontribusi pada kinerja laba jangka panjang.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini ialah pendekatan kualitatif yang digunakan

untuk mengetahui atau mendeskripsikan fenomena dari insiden yg diteliti sebagai akibatnya memudahkan mendapatkan data yang objektif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang ditukukan untuk memahami dan mempelajari segala tindakan, sifat, perilaku dan hal yang bersangkutan dengan objek penelitian ya, yang mana penelitian ya dilakukan dengan cara mendeskripsi objek penelitian ke dalam bentuk sebuah tulisan ilmiah Sehingga dapat disimluskan bahwa penelitian kualitatif saat ini merupakan sebuah metode penelitian yang bersifat ilmiah dan data yang di berikan dalam bentuk deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Nasabah Pada Produk Pembiayaan Mikro Menggunakan Akad Murabahah BSI KCP Medan K.Baru

faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah terhadap suatu produk, menurut Restianti Prasetyo dikelompokkan menjadi dua faktor utama yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi pengalaman, kebutuhan, penilaian, dan ekspektasi/pengharapan. Dalam faktor internal berdasarkan kebutuhan dapat dilihat dari persepsi nasabah Bapak Manurung selaku Nasabah yang memiliki usaha frozen food salah satu nasabah di BSI KCP Medan K.Baru:

“Produk mikro murabahah dari BSI memberikan solusi yang tepat untuk kebutuhan keuangan usaha kecil saya. Dengan akad murabahah, saya bisa mendapatkan peralatan usaha tanpa harus membayar sekaligus, membantu saya mengembangkan usaha secara bertahap”

Dalam faktor internal berdasarkan pengalaman dapat dilihat dari persepsi Bapak Wahyudi selaku nasabah yang memiliki usaha toko sembako salah satu nasabah di BSI KCP Medan K.Baru:

“Saya sangat mengapresiasi fleksibilitas pembayaran yang ditawarkan oleh BSI melalui produk mikro murabahah ini yah karena memberi saya ruang untuk mengelola kas usaha dengan lebih baik tanpa merasa terbebani oleh jadwal pembayaran yang kaku”

Dalam faktor eksternal berdasarkan faktor situasi lingkungan dapat dilihat dari persepsi Ibu Halima selaku nasabah yang memiliki usaha Rumah Makan salah satu nasabah di BSI KCP Medan K.Baru:

“Perubahan kebijakan pemerintah terkait keuangan syariah sering kali membingungkan, tetapi saya melihat bahwa BSI tetap berkomitmen pada prinsip syariah dalam produk mikro murabahahnya ini membuat saya percaya bahwa kebijakan BSI mendukung tetap berlaku dalam jangka panjang”

Adapun persepsi nasabah yang timbul terhadap proses atau pelayanan yang diberikan oleh bank. Seperti persepsi dari Bapak Mulyadi salah satu nasabah di BSI KCP Medan K.Baru:

“Ketika saya mendiskusikan kebutuhan usaha saya dengan tim BSI, mereka benar-benar mendengarkan dan memberikan solusi yang disesuaikan. Rasa perhatian terhadap detail membuat saya merasa dihargai sebagai nasabah”

Dari beberapa persepsi yang telah disampaikan nasabah penulis menyimpulkan proses dan pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank dalam pembiayaan mikro menggunakan akad murabahah di BSI KCP Medan K.Baru kepada para nasabah dapat dikatakan baik, karena tidak adanya komplain dari nasabah.

Dampak Persepsi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Pembiayaan Mikro Menggunakan Akad Murabahah BSI KCP Medan K.Baru

Berdasarkan kebutuhan dapat menumbuhkan minat nasabah dengan mencari solusi yang terjangkau guna membantu pengembangan usaha dilihat dari persepsi nasabah Bapak Manurung selaku nasabah yang memiliki usaha frozen food salah satu nasabah di BSI KCP Medan K.Baru:

“Sebagai pemilik usaha kecil, saya mencari solusi pembiayaan yang terjangkau. Produk mikro murabahah di BSI memberikan kesempatan untuk memiliki peralatan usaha tanpa harus merasa terbebani oleh pembayaran bulanan yang terlalu tinggi”

Berdasarkan pengalaman dapat menumbuhkan minat nasabah dikarenakan transparansi dilihat dari persepsi Bapak Wahyudi selaku nasabah yang memiliki usaha toko sembako salah satu nasabah di BSI KCP Medan K.Baru:

“Saya merasa tertarik dengan produk murabahah di BSI karena transparansi yang mereka tawarkan. Semua biaya dan persyaratan sudah dijelaskan dengan jelas, sehingga saya merasa yakin dan memiliki pemahaman yang baik sebelum mengambil keputusan”

Persepsi nasabah yang timbul terhadap proses atau pelayanan memberikan pendekatan personalisasi sehingga menumbuhkan minat nasabah. Seperti persepsi dari Bapak Mulyadi salah satu nasabah di BSI KCP Medan K.Baru:

“Saya merasa dihargai sebagai nasabah dengan pendekatan personalisasi yang ditawarkan oleh BSI dalam produk pembiayaan mikro murabahah. Tim mereka benar-benar mendengarkan kebutuhan saya dan memberikan solusi yang disesuaikan dengan situasi bisnis saya”

Dari beberapa persepsi yang telah di sampaikan nasabah penulis menyimpulkan dampak persepsi nasabah pada minat terhadap produk pembiayaan mikro menggunakan akad murabahah di BSI KCP Medan K.Baru telah sesuai dengan kebutuhan nasabah sehingga menumbuhkan minat terhadap nasabah dalam memilih produk pembiayaan mikro menggunakan akad murabahah.

Mayoritas nasabah merasa puas dengan produk pembiayaan mikro menggunakan akad murabahah di BSI KCP Medan K.Baru. Mereka menyoroti tingkat keterbukaan dan transparansi yang tinggi dalam menjelaskan seluruh aspek produk, membangun kepercayaan dan kepuasan nasabah. Sebagian besar nasabah menilai bahwa pembiayaan mikro di BSI KCP Medan K.Baru memberikan dukungan finansial yang sesuai dengan kebutuhan usaha mikro mereka. Hal ini memudahkan nasabah untuk mengembangkan usaha dengan lebih baik.

Nasabah menyampaikan apresiasi terhadap komitmen BSI KCP Medan K.Baru terhadap prinsip syariah. Keberlanjutan produk murabahah yang sesuai dengan nilai-nilai Islam menjadi faktor penting dalam pemilihan produk oleh nasabah. Beberapa nasabah menekankan kepentingan fleksibilitas pembayaran dalam pembiayaan mikro. Mereka menyambut baik opsi pembayaran yang dapat disesuaikan dengan kondisi keuangan bisnis mereka. Dalam pembahasan, terungkap bahwa nasabah di BSI KCP Medan K.Baru cenderung menyadari dan mengapresiasi peran BSI dalam mendukung perkembangan ekonomi lokal dan usaha mikro di daerah tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Persepsi nasabah pada pembiayaan Produk Mikro menggunakan Akad Murabahah di BSI KCP Medan K.Baru memiliki beberapa faktor diantaranya adalah dua faktor utama yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Didalam faktor internal meliputi persepsi yang dipengaruhi adanya pengalaman pribadi yang telah dialami oleh nasabah, kebutuhan yang diinginkan nasabah dalam mengembangkan usaha yang dirintisnya, penilaian yang diberikan nasabah terhadap pembiayaan Produk Mikro menggunakan Akad Murabahah di BSI KCP Medan K.Baru, dan ekspektasi atau harapan yang diinginkan oleh nasabah. 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 tumbuhnya minat pada pembiayaan Produk Mikro menggunakan Akad Murabahah di BSI KCP Medan K.Baru, meliputi faktor produk, harga, sampai dengan financial yang dimiliki oleh calon nasabah.

Dengan harapan kedepannya lebih bisa menarik nasabah untuk memilih pembiayaan produk mikro menggunakan akad murabahah BSI KCP Medan K.Baru dan terus melakukan analisis dinamis terhadap perubahan persepsi nasabah seiring waktu. Hal ini dapat memberikan pemahaman tentang evolusi persepsi nasabah terhadap pembiayaan mikro dengan akad murabahah.

DAFTAR PUSTAKA

1. Agustina, D. M. and Kurniasari, W. (2023) 'Peranan Pembiayaan BSI KUR Mikro Dalam Peningkatkan Kesejahteraan Umkm (Studi Kasus BSI Lamongan Wahidin)', *Buletin Ekonomika Pembangunan*, 4(1), pp. 1–7. doi: 10.21107/bep.v4i1.20035.
2. Arulampalam Kunaraj, P.Chelvanathan, Ahmad AA Bakar, I. Y. (2023) 'PERSEPSI NASABAH TERHADAP PEMBIAYAAN MURABAHAH UNTUK MENGEMBANGKAN UMKM DI PEKANBARU', *Journal of Engineering Research*.
3. Dora, asih triya (2019) 'Analisis Strategi Pemasaran Produk pembiayaan Murabahah Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada BPRS Kota Bumi Periode 2013-2017', pp. 1–163. Available at: <http://repository.radenintan.ac.id/6514/1/SKRIPSI PDF FIX.pdf>.
4. Ekonomi, D. I. *et al.* (2023) 'ANALISIS MEKANISME PEMBIAYAAN MIKRO KEPADA KELOMPOK UMKM', 2(1), pp. 60–71.
5. Hadiatini, S., Khotmi, H. and Hadi, K. (2022) 'Persepsi Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah Dalam Pengembangan Umkm (Studi Kasus Pada Bank Bsi Mataram Hasanuddin)', *Jesya*, 5(2), pp. 2606–2616. doi: 10.36778/jesya.v5i2.861.
6. Name, C. *et al.* (2021) 'ANALISIS PERSEPSI DAN MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO FAEDAH IB DI BRI SYARIAH KCP PARE KEDIRI SKRIPSI', *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(2), p. 6.
7. NURAIDA, N. (2021) 'Respon Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Indonesia Kota Palopo'. Available at: <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/4194/1/Nuraida..pdf>.
8. Saputra, R., Pasaribu, A. F. and Aisyah, S. (2022) 'Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Sumatera Utara', *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(4), pp. 515–521.
9. Sari, T. S. (2023) 'Analisis Terhadap Mekanisme Pembiayaan Mikro Dengan Akad Murabahah Di Bank Syariah'. Available at: <http://repository.uinjambi.ac.id/7579/%0Ahttp://repository.uinjambi.ac.id/7579/1/M.ZAM KURNIAWAN WATERMARK.pdf>.
10. Soenjoto, W. P. P. (2022) 'Analisa Kemitraan Perbankan Pada Pelaku Usaha Mikro Di Era Digital', *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 1(1), pp. 64–80. doi: 10.21274/reinforce.v1i1.5488.