

BAB IV

ANALISIS TENTANG RESPONS PETANI TERHADAP PEMBIAYAAN

ISTISNA' DI BANK SYARIAH MANDIRI

A. Analisis Minat Petani terhadap Pembiayaan *Istisna'* di Bank Syariah Mandiri

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya dengan berdasarkan prinsip syariah.¹ Tidak hanya berhenti pada menjalankan kegiatan usahanya dengan berlandaskan prinsip syariah, tetapi juga berprinsip *ta'āwun* atau tolong menolong, karena tujuan dari adanya bank syariah adalah untuk menjembatani dan memenuhi kebutuhan masyarakat terutama masyarakat dengan kondisi ekonomi menengah ke bawah. Hal ini bukan berarti bank syariah menutup diri dari masyarakat golongan menengah ke atas yang ingin bekerjasama dengan bank syariah.

Terhubung dengan tujuan yang dimiliki, bank syariah memiliki produk unggulan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat atau calon nasabah. Produk tersebut adalah produk perhimpunan dana (*funding*) dan produk penyaluran dana (*financing*). Namun yang paling diminati oleh calon nasabah adalah produk penyaluran dana yaitu pembiayaan. Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank

¹Bank Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah”, dalam http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/248300B4-6CF9-4DF5-A674-0073B0A6168A/14396/UU_21_08_Syariah.pdf (20 November 2012), 3.

dan/atau lembaga keuangan lainnya dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan bagi hasil.²Pembiayaan identik dengan kepercayaan, yang merupakan salah satu unsur penting dalam pembiayaan. Kepercayaan yang dimaksud adalah bank menaruh kepercayaan kepada seseorang atas amanah yang diberikan bank selaku penyedia dana.

Kepercayaan di BSM menjadi salah satu faktor penting dalam sebuah pembiayaan, apalagi produk pembiayaan di BSM banyak diminati oleh calon nasabah. Salah satu produk pembiayaan yang diminati oleh petani adalah produk pembiayaan *istiṣna'*.

Pembiayaan *istiṣna'* merupakan pembiayaan dengan akad penjualan antara *al-Mustaṣni'* (pembeli) dan *as-ṣani'* (produsen yang juga bertindak sebagai penjual). Berdasarkan akad *istiṣna'*, pembeli menugasi produsen untuk membuat atau mengadakan *al-Maṣnu'* (barang pesanan) sesuai spesifikasi yang disyaratkan dan menjualnya dengan harga yang disepakati.³

Jadi, pembiayaan *Istiṣna'* yang diaplikasikan oleh BSM selaras dengan teori yang disebutkan di atas. Hanya saja terdapat sedikit perbedaan pada subjek pelaku pembiayaan. BSM juga mengkhususkan pelaku pembiayaan *istiṣna'* dapat menjadi pembeli maupun penggarap.

²Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), 698.

³ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: KENCANA Prenada Media Group.2011), 146.

Pada setiap orang, peran minat sangat penting bagi kehidupan mereka. Minat dapat dilihat dari konsumen yang puas pada pembelian pertama, maka pada pembelian berikutnya dilakukan berulang-ulang pada satu merek.⁴

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan yang ada dalam diri sendiri dengan suatu hal yang ada di luar dirinya. Seperti pengajuan pembiayaan *istisna'* yang dilakukan oleh para petani. Nasabah pembiayaan *istisna'* tertarik dengan produk dan sosialisasi yang dilakukan oleh BSM dan hubungan kerjasama antara pihak BSM dengan perusahaan-perusahaan yang akan membeli dari hasil usahatani antara pihak bank dengan nasabah.

Nasabah pembiayaan *istisna'* di BSM sudah menembus angka ribuan . mereka merasa puas dengan adanya pembiayaan *istisna'*, hal itu diukur dari hasil transaksi yang diajukan oleh para nasabah pembiayaan *istisna'*. Ketika akad/kontrak mereka sudah berakhir, hasil dan keuntungan sudah dibagi, banyak dari para nasabah pembiayaan *istisna'* yang mengajukan pembiayaan *istisna'* lagi. Kenyamanan yang telah mereka rasakan dan kepercayaan antara pihak nasabah dan pihak BSM.

Bapak Rendi selaku *marketing* BSM mengatakan bahwa dalam bersosialisasi keberadaan BSM dan produk pembiayaan *istisna'* pihak bank melakukan kerjasama dengan KUB Rosad dan beberapa perusahaan. KUB Rosad merupakan Koperasi Usaha Bersama yang membawahi koperasi-

⁴Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi dan Strategi Pemasaran*, 15.

koperasi yang ada didesa-desa, setelah itu koperasi tersebut bersosialisasi ke kelompok tani dan dari kelompok tani pihak bank dapat bersosialisasi langsung kepada petani.⁵

Dari pemaparan yang telah dijelaskan di atas, minat petani yang sudah mengetahui tentang adanya pembiayaan *istisna'* di BSM sangat baik. Mereka senang dengan hasil yang mereka peroleh dalam pembiayaan *istisna'* untuk usahatannya.

Jadi dari minat petani yang diaplikasikan selaras dengan teori yang dipaparkan di atas. Minat akan juga timbul dan berkembang dengan adanya perhatian dan pendekatan lingkungan.⁶

Minat yang dimiliki petani yang belum mengetahui pembiayaan *istisna'* di BSM sangatlah minim. Seperti minat yang dimiliki petani di Kecamatan Sumberrejo, minat mereka lebih ke pembiayaan haji/umroh dan perdagangan. Petani yang tidak mengetahui pembiayaan *istisna'* di Kecamatan Sumberrejo belum mempunyai minat sama sekali untuk mengajukan pembiayaan *istisna'*, petani yang memiliki minat untuk usahatannya paling banyak menggunakan jasa dari lembaga keuangan lain yang mempunyai produk dengan prosedur yang sama tetapi namanya berbeda. Hal ini disebabkan karena mereka belum pernah mendapatkan pengetahuan dari bank syariah khususnya pembiayaan *istisna'*. Maka dari itu, mereka belum merasakan kepercayaan terhadap BSM mengenai pembiayaan *istisna'*. Kepercayaan itu muncul dapat melalui kelompok-

⁵Rendi, *Wawancara*, Surabaya, 02 Juni 2014.

⁶Bimo Walgito, *Psikologi Sosial* (Yogyakarta: Andi, 1999), 35.

kelompok masyarakat yang petani percayai sebagai tempat peminjaman modal untuk usahatannya.⁷

Minat yang dimiliki oleh petani yang sudah mengetahui adanya pembiayaan *istisna'* dengan petani yang belum mengetahui tentang adanya pembiayaan *istisna'* di BSM sangat berbeda. Minat yang dimiliki nasabah petani terhadap pembiayaan *istisna'* di BSM sangat tinggi dan minat yang dimiliki petani yang belum mengetahui pembiayaan *istisna'* masih sangat rendah.

B. Analisis Karakteristik Nasabah Pembiayaan *Istisna'* di Bank Syariah Mandiri

Calon nasabah pembiayaan *istisna'* yang mengajukan pembiayaan harus mempunyai karakteristik yang telah ditentukan oleh BSM. Dalam Karakteristik tersebut BSM menginginkan agar calon nasabah yang mengajukan pembiayaan *istisna'* dapat dinilai layak apa tidaknya calon nasabah tersebut dibiayai.

Karakteristik yang ditentukan BSM ketika memberikan pembiayaan *istisna'* kepada calon nasabah pembiayaan *istisna'* harus sesuai dengan syarat *bankable*. *Bankable* merupakan syarat penilaian pembiayaan yang sering dilakukan oleh pihak perbankan syariah yaitu dengan analisis 5 C. Syarat pemberian pembiayaan kepada nasabah dengan analisis 5 C dapat dijelaskan sebagai berikut:⁸

⁷ Mamudji, *Wawancara*, Sumberrejo, 12 Mei 2014.

⁸ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: KENCANA Prenada Media Group.2011), 120.

Calon nasabah petani dalam pembiayaan *istisna'* perlu di analisis terlebih dahulu dengan tujuan untuk mengetahui bahwa calon nasabah petani mempunyai keinginan untuk memenuhi kewajiban membayar kembali pembiayaan yang telah diterima hingga lunas.⁹ Karakter yang pertama adalah akhlak, akhlak dari calon nasabah petani merupakan bagian terpenting dalam pembiayaan. Karakter baik yang dimiliki nasabah petani dapat meminimalkan kerugian dan dapat meningkatkan keuntungan bank. Nasabah petani yang mempunyai etika baik akan membuktikan bahwa nasabah petani tersebut dapat dipercaya dan dapat bertanggungjawab. Apabila dalam hal kepercayaan nasabah petani tidak dapat menjaga apalagi tidak memiliki tanggung jawab atas apa yang dia lakukan, maka jelas hal ini akan membuat bank mengalami kerugian. Nasabah petani yang dapat diberi pembiayaan adalah nasabah yang memiliki reputasi yang baik.

Hal ini juga dapat diketahui dengan menggali dan mengumpulkan informasi dengan rekan atau siapapun yang berhubungan dengan nasabah petani terkait atau dengan melakukan wawancara sehingga data yang dibutuhkan lebih bersifat objektif. Karena Kesalahan dalam menilai karakter calon nasabah dapat berakibat fatal pada kemungkinan pembiayaan terhadap orang yang mempunyai moral *hazard*.¹⁰

Karakter yang kedua adalah kemampuan manajerial yang dimiliki nasabah pembiayaan *istisna'* dalam mengelola usah taninya. Kemampuan

⁹Ibid.,

¹⁰Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), 144.

manajerial ini untuk membayar kembali pembiayaannya. Bank perlu mengetahui kemampuan manajerial calon nasabah dalam memenuhi kewajibannya setelah bank syariah memberikan pembiayaan.

Kemampuan manajerial nasabah pembiayaan *istisna'* ini tidak kalah penting dengan akhlak nasabah pembiayaan *istisna'* dalam menjalankan usaha taninya dengan baik. Kemampuan manajerial nasabah dapat dilihat melalui laporan keuangan dan kinerja nasabah termasuk dalam hal pelunasan kewajiban-kewajiban yang lain. Angka-angka pada penjualan, pembelian dan hasil produksi dapat membuktikan berapa kapasitas nasabah tersebut.

Dalam menganalisis kemampuan manajerial nasabah pembiayaan *istisna'*, BSM melihat dari pengalamannya ketika menjalankan usaha tani. Karena nasabah yang mengajukan pembiayaan *istisna'* dapat menjadi pembeli saja dan pembeli sekaligus penggarap. BSM mempercayakan bahwa petani yang mengajukan pembiayaan *istisna'* sudah berpengalaman dalam bidang pertanian, karena nasabah pembiayaan *istisna'* mayoritas bekerja sebagai petani.¹¹

Karakter yang ketiga adalah *capital* atau modal yang dimiliki nasabah. Dapat juga dikatakan sebagai aset yang dimiliki oleh nasabah. Dalam mengaplikasikan modal, BSM tidak sepenuhnya hanya memberikan dana kepada calon pembiayaan *istisna'* yang juga mempunyai dana untuk usaha taninya. Seperti seseorang yang membutuhkan dana yang sangat

¹¹Rendi, *Wawancara*, Surabaya, 02 Juni 2014.

besar untuk usaha taninya, namun dana itu kurang maka orang tersebut dapat mengajukan pembiayaan *istiṣna'* sehingga dana yang kurang akan didanai oleh BSM. BSM juga memberikan pembiayaan *istiṣna'* kepada seseorang yang belum mempunyai modal usaha tani, namun lahan yang akan mereka gunakan adalah lahan mereka sendiri.

Seperti teori, bahwa modal merupakan jumlah danayang dimiliki oleh calon nasabah atau jumlah dana yang akan disertakan dalam proyek yang dibiayai.¹²

Karakter yang keempat adalah jaminan atau agunan. Analisis ini diarahkan terhadap jaminan yang diberikan oleh nasabah kepada bank.¹³ Bank dapat melakukan analisis terhadap jaminan yang diberikan oleh nasabah petani atas pembiayaan *istiṣna'* yang diajukan. Analisis yang dilakukan dapat berupa melihat kepemilikan yang diserahkan, mengukur dan memperkirakan stabilitas harga jaminan yang dimaksud, memperhatikan proses likuidasinya, memperhatikan kelegalan jaminan tersebut, memperhatikan marketabilitas jaminan tersebut dan melihat peminat atas barang tersebut.¹⁴ Sedangkan analisis yang dilakukan oleh BSM terhadap jaminan yaitu apabila nilai dari jaminan tersebut kurang menutup pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah, maka bank akan meminta tambahan jaminan untuk meminimalkan risiko atau dengan menurunkan jumlah dana yang diminta nasabah petani untuk pembiayaan

¹²Ismail, *Perbankan Syariah*, 123.

¹³Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, 147.

¹⁴*Ibid.*,

istisna' yang akan diterimanya. Benda yang digunakan untuk jaminan pembiayaan *istisna'* ialah lahan yang dimiliki oleh nasabah pembiayaan *istisna'*.

Menurut teori, perbankan syariah memperbolehkan dengan tujuan memberikan keyakinan kepada bank syariah itu sendiri akan kemampuan dan kesanggupan nasabah untuk mengembalikan pembiayaan. Pemaparan tersebut tertuang dalam pasal 8 ayat 1 Undang-Undang Perbankan.¹⁵

Adapun karakteristik pembiayaan yang lain yaitu *condition of economic*. *Condition of economic* dapat dikatakan sebagai kondisi yang ada di sekitar nasabah seperti kondisi perkembangan usaha, kondisi keuangan perusahaan nasabah bahkan pada prospek usaha nasabah yang berujung pada tingkat daya saing perusahaan. pada prospek usaha nasabah yang berujung pada tingkat daya saing perusahaan. Karakteristik ini tidak menjadi karakteristik yang dominan bagi BSM dalam menganalisis pembiayaan *istisna'* untuk usahatani. Pembiayaan *istisna'* merupakan pembiayaan berawal dari memesan barang kepada penjual. Bank menjadi penjual dan nasabah petani menjadi pembeli.¹⁶ Jadi pihak bank dan nasabah petani bekerjasama dari awal kontrak atau akad.

Jadi metode analisis yang dilakukan oleh BSM dalam mengaplikasikannya pada pembiayaan *istisna'* kurang sesuai dengan teori analisis pembiayaan yang ada yang menyebutkan bahwa dalam

¹⁵Sutan Remi Syahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia* (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1999), 175.

¹⁶Risky, *Wawancara*, Surabaya, 02 Juni 2014.

menganalisis pembiayaan menggunakan metode 5C. Kelima metode ini saling berkesinambungan dan mendukung satu sama lain dalam menghasilkan hasil analisis pembiayaan yang valid.

Karakteristik petani yang menjadi nasabah perbankan syariah berbeda-beda. Karakteristik yang dimiliki petani dapat mempengaruhi pilihannya untuk menjadi nasabah perbankan syariah. Beberapa perbankan mempunyai nasabah dengan profil pembelanjaan tertentu, sementara semua perbankan mempunyai profil yang berbeda-beda. Karakteristik nasabah dapat dijadikan sebagai pedoman untuk meningkatkan kualitas produk yang akan diberikan oleh perbankan syariah. Dengan mengetahui karakteristik nasabahnya pihak perbankan dapat memberikan pelayanan yang lebih memuaskan.

Perbankan yang mengerti karakteristik nasabah inti dengan variabel demografi seperti jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, status, kelas sosial, dan tempat tinggal maka perbankan yang bersangkutan dapat memaksimalkan daya tariknya melalui produk-produknya dan salah satunya adalah pembiayaan *istisna'*.¹⁷ Begitu penjelasannya:

a. Karakteristik nasabah berdasarkan jenis kelamin

Menurut bapak Rendi selaku *marketing* BSM bahwa nasabah petani yang mengajukan pembiayaan *istisna'* dalam bidang pertanian hampir rata-rata berjenis kelamin laki-laki. Karena orang laki-laki itu

¹⁷Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: KENCANA Prenada Media Group.2011),

mempunyai kemampuan dan tenaga yang lebih di bandingkan dengan orang perempuan.¹⁸

Pertanian merupakan kebudayaan yang pertama kali dikembangkan manusia sebagai respons terhadap tantangan kelangsungan hidup yang berangsur menjadi sukar karena semakin menipisnya sumber pangan di alam bebas akibat laju pertumbuhan manusia.¹⁹

Dalam melakukan penelitian rata-rata petani yang di temui adalah seorang laki-laki. Seorang laki-laki sangat mempengaruhi tingkat kinerja yang nantinya akan mempengaruhi perkembangan usahatani yang mereka kelola. Begitu pula dengan petani yang mengajukan pembiayaan *istisna'* hampir rata-rata adalah berjenis kelamin laki-laki, hal ini dikarenakan seorang petani harus mempunyai tenaga yang lebih dalam menjalankan usaha taninya.

b. Karakteristik nasabah berdasarkan usia

Menurut Paramdiyan usia produktif dari seseorang antara umur 20 tahun sampai 55 tahun.²⁰ Ketika berada dalam usia produktif seseorang dapat mengatur kegiatannya dengan bagus.

Menurut bapak Rendi selaku *marketing* BSM rata-rata petani yang menjadi nasabah pembiayaan *istisna'* mempunyai usia yang cukup

¹⁸Rendi, *Wawancara*, Surabaya, 02 Juni 2014.

¹⁹Tati Nurmala dan Aisyah dkk, *Pengantar Ilmu Pertanian* (Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2012), 15.

²⁰Paramdiyan. *Analisis Pemasaran Ayam Buras di Kabupaten Ciamis : Studi kasus di Kelompok Peternak Warga Sabiyo DesaMangunjaya Kecamatan Cisaga*,Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor, 1999), 75.

produktif, sebab nasabah pembiayaan *istisna'* yang memesan barang. mereka bisa mencari penggarap untuk usahatani dan juga menjadi penggarap untuk usahatani yang dijalankannya sendiri.²¹

Usia sangat berpengaruh bagi nasabah pembiayaan *istisna'* dalam menjalankan usahatani yang mereka kelola, dikarenakan usia dapat dijadikan acuan berkembang apa tidaknya usaha tani tersebut. Bukan hanya mereka dapat membayar seorang penggarap, namun mereka juga bisa menjadi penggarapnya. Hal ini yang biasanya dilakukan oleh nasabah pembiayaan *istisna'*, karena uang yang akan mereka peroleh dari bank langsung mereka terima. Jadi teori yang di aplikasikan selaras dengan teori yang dipaparkan di atas.

c. Karakteristik nasabah berdasarkan tingkat pendidikan

Menurut Monsher, petani berperan sebagai pengelola yang akan berhadapan dengan berbagai alternatif yang harus diputuskan dan harus dipilih untuk diusahakannya. Petani dalam tingkat pendidikan yang lebih baik dapat menerima pengetahuan secara tertulis dan mempunyai hubungan terhadap tingkat penerimaan suatu teknologi. Semakin tinggi tingkat pendidikan petani maka akan memudahkan mereka dalam memahami dan mengadopsi teknologi dan hal-hal baru dalam kegiatan

²¹Rendi, *Wawancara*, Surabaya, 02 Juni 2014.

usahatannya, sehingga dapat meningkatkan produktivitas serta usahatannya.²²

Bapak Rendi selaku *marketing* di BSM mengatakan bahwa nasabah petani yang mengajukan pembiayaan *istisna'* banyak yang lulusan SD, SMP dan SMA. Ketika seseorang dalam menjalankan usahanya, pengalaman jauh lebih penting dari pendidikan. Pengalaman memungkinkan seseorang menjadi tahu dan hasilnya dikatakan sebagai pengetahuan, sehingga usaha yang akan dikelolanya juga akan lebih berkembang. Begitu pula usahatani yang mereka jalankan antara lain, yaitu padi, tembakau, tanaman palawija dan tebu.

Jadi dari tingkat pendidikan yang diaplikasikan tidak selaras dengan teori. BSM dalam memberikan pembiayaan *istisna'* lebih melihat pengalaman usaha yang mereka miliki. Tingkat pendidikan tidak mempengaruhi dalam berusahatani. Karena tingkat pengalaman lebih membantu mereka dalam mengelola usahatani yang mereka kelola sejak dulu, sehingga nasabah pembiayaan *istisna'* banyak yang berhasil dalam mengelola usahatannya.

d. Karakteristik nasabah berdasarkan pekerjaan

Menurut bapak Rendi selaku *marketing* BSM nasabah yang mengajukan pembiayaan *istisna'* di BSM mayoritas orang yang bekerja sebagai petani. Dari pekerjaan tersebut nasabah dapat lebih fokus dalam

²² Monsher dikutip dalam Skripsi Ajen Mukarom, *Persepsi Petani terhadap Perbankan Syariah : Studi Kasus di Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor*. Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor (2009), hal 50.

usaha taninya. Nasabah juga dapat lebih meningkatkan pengawasan dan merawat usaha taninya.²³

Dalam menjalankan usaha tani yang mereka kelola tentunya pengalaman pekerjaan sangat penting bagi seseorang untuk menjalankan usahanya. Semakin lama mereka menjalankan usahatani, maka semakin banyak pula pengalaman yang mereka pahami dan teknik dalam berusahatani yang akan mereka jalani setelahnya. Ketika pekerjaan itu menjadi pekerjaan utama bagi mereka tentunya mereka akan lebih bisa meningkatkan usahanya tersebut.

e. Karakteristik nasabah berdasarkan pemilik lahan

Bapak Rendi selaku *marketing* BSM mengatakan bahwa petani yang diberi dana adalah petani yang mempunyai lahan sendiri, hal itu ditunjukkan melalui surat izin usaha atau NPWP atas usahatannya tersebut. BSM tidak memberikan dana kepada calon nasabah yang belum mempunyai lahan sendiri.²⁴

Dalam mengajukan pembiayaan *istisna'*, tentunya pihak bank juga memberikan pengawasan kepada usahatani yang telah mereka biyai. Dalam mengantisipasi hal yang tidak mereka inginkan lahan usahatani yang mereka biyai tersebut harus milik calon nasabah sendiri. Jika lahan usaha tani bukan milik calon nasabah sendiri di khawatirkan nantinya akan timbul permasalahan.

²³Rendi, *Wawancara*, Surabaya, 02 Juni 2014.

²⁴ *Ibid.*,

f. Karakteristik nasabah berdasarkan tempat tinggal

Tempat tinggal merupakan tempat dimana seseorang bermukim. Banyak dari nasabah yang bertempat tinggal di daerah pertanian. Ada juga nasabah yang bertempat tinggal di kota yang mempunyai perkebunan di daerah pertanian.²⁵

Kebanyakan lahan yang digunakan petani untuk usahatannya berada di dekat daerah tempat tinggal mereka, karena mayoritas nasabah pembiayaan *istisna'* tinggal di daerah pertanian. Disamping dapat meningkatkan pengawasan dengan mudah, mereka juga bisa merawat usahatannya agar lebih meningkat. Selain itu, nasabah pembiayaan *istisna'* ada pula yang tempat tinggalnya jauh tempat usaha taninya. Akan tetapi mereka menyewa seseorang untuk mengawasi dan merawat usaha taninya.

g. Karakteristik berdasarkan kelas sosial

Kelas sosial didefinisikan sebagai pembagian anggota-anggota masyarakat ke dalam suatu kehidupan yang mempunyai status kelas yang berbeda-beda, sehingga anggota dari setiap kelas yang relatif sama mempunyai kesamaan.²⁶

Menurut bapak Rendi selaku *marketing* BSM bahwa petani yang menjadi nasabah di BSM rata-rata tergolong masyarakat yang

²⁵Rendi, *Wawancara*, Surabaya, 02 Juni 2014.

²⁶Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi dan Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 263.

mempunyai status sosial ekonomi menengah keatas, karena mereka sanggup membeli lahan dengan harga yang relatif mahal.²⁷

Jadi menurut pendapat dan teori di atas dapat dikatakan selaras. Karena nasabah petani yang mengajukan pembiayaan *istisna'* mempunyai ekonomi yang berstatus rata-rata menengah ke atas, dan hal ini dilihat dari kepemilikan lahan yang dimiliki nasabah petani sendiri.

Dalam teori juga tidak dijelaskan bahwa nasabah pembiayaan *istisna'* yang bermaksud untuk mengajukan pembiayaan, harus memiliki kepemilikan lahan sendiri. Hal tersebut merupakan suatu tambahan persyaratan atau suatu kebijakan yang dikeluarkan oleh pihak BSM.

Bagi keseluruhan nasabah yang mengajukan pembiayaan, syarat yang harus dipenuhi ialah sama. Pembiayaan tersebut termasuk pembiayaan *istisna'* yang diajukan oleh para petani untuk modal usaha taninya.

Dari karakter yang dimiliki nasabah pembiayaan *istisna'* di atas, karakter tersebut juga dimiliki oleh petani di Kecamatan Sumberrejo. Dari karakter tersebut dapat menentukan layak apa tidaknya petani di Kecamatan Sumberrejo dalam mengajukan pembiayaan *istisna'*.

Dan dengan mengetahui karakter yang dimiliki oleh nasabah pembiayaan *istisna'* dan dengan karakter yang dimiliki oleh masyarakat di Kecamatan Sumberrejo maka BSM dapat mengetahui langkah apa

²⁷Rendi, *Wawancara*, Surabaya, 02 Juni 2014.

yang harus diambil dalam menarik minat petani terhadap pembiayaan *istişna'* di BSM.

C. Respons Petani di Kecamatan Sumberrejo terhadap Pembiayaan *Istisna'* di Bank Syariah Mandiri.

Respons petani merupakan bagian dari proses perilaku petani yang dipengaruhi oleh persepsi dan sikap yang mendorong perilaku petani pada kecenderungan melakukan tindakan-tindakan tertentu.

Sumber modal pertanian yang digunakan petani untuk mengusahakan lahan usahatannya berasal dari petani sendiri, lembaga pembiayaan formal dan lembaga pembiayaan non-formal. Namun, yang paling banyak dimanfaatkan oleh petani sebagai sumber modal usahatani adalah lembaga pembiayaan non-formal.²⁸

Melihat persepsi dan sikap petani di Kecamatan Sumberrejo mayoritas petani menggunakan jasa dari lembaga keuangan untuk modal usahatannya. Petani tidak keberatan atas bunga dan syarat-syarat yang ditentukan oleh bank, karena bagi petani bunga merupakan keuntungan bank yang telah membantu mereka dalam mendanai usahatani mereka, asal bunga tersebut tidak terlalu tinggi bagi petani.

Petani kebanyakan juga tidak keberatan dengan adanya sistem bagi hasil di bank syariah, seperti yang diungkapkan oleh salah satu warga di Kecamatan Sumberrejo bahwa semua lembaga keuangan dalam

²⁸Tati Nurmala dkk, *Pengantar Ilmu Pertanian*, 129.

meminjamkan dananya ke nasabah pasti ada keuntungan, hal ini wajar-wajar saja sebagai bentuk keuntungan dari lembaga keuangan tersebut.²⁹

Petani di Kecamatan sumberrejo sedikit yang menggunakan jasa dari lembaga perorangan (pembiayaan tidak formal), karena petani banyak yang mengetahui bahwa pembayaran bunganya lebih tinggi. Maka dari itu petani banyak yang menggunakan pembiayaan dari bank (lembaga keuangan formal).

Jadi teori diatas tidak selaras dengan hasil penelitian dari sumber modal untuk usahatani yang digunakan oleh petani di Kecamatan Sumberrejo.karena banyak lembaga keuangan yang mereka ketahui, sehingga mereka dapat memilah-milah sumber modal yang mampu untuk membiayai usaha taninya.

Dalam mengukur respons ada persepsi dan sikap yang menjadi stimulusnya.Nugroho mengatakan bahwa persepsi setiap orang terhadap suatu objek berbeda.Oleh karena itu persepsi memiliki sifat subjektif.Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya.Selain itu, satu hal yang perlu diperhatikan bahwa persepsi seseorang sangat berbeda dengan realitas.³⁰

Banyak dari petani yang memberikan persepsi tentang perbankan syariah.namun persepsi yang mereka lontarkan berbeda-beda. Kebanyakan dari petani yang belum mengetahui tentang bank syariah persepsinya

²⁹ Amisah, *Wawancara*, Sumberrejo, 12 Mei 2014

³⁰ Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*,

mengatakan bahwa bank syariah adalah bank yang hanya dimiliki oleh nasabah orang islam dan bank yang menangani pembiayaan yang bersifat religius, seperti haji/umroh.

Jadi dari pemaparan di atas antara hasil penelitian dan teori selaras. Banyak dari petani yang memberikan anggapan yang tidak sesuai dengan kenyataannya, karena mereka belum mengetahui tentang adanya bank syariah.

Disamping adanya persepsi, sikap petani akan muncul ketika mendengar tentang bank syariah. Menurut Allport yang dikutip oleh Tatik mengatakan bahwa sikap adalah suatu predisposisi yang dipelajari untuk merespons terhadap suatu objek dalam bentuk rasa suka, tidak suka atau netral.³¹

Sikap yang dimiliki petani di Kecamatan Sumberrejo sangatlah ramah dan banyak dari mereka yang mengajukan pembiayaan untuk usahataniannya. Mereka mengajukan pembiayaan dengan pembayaran musiman, karena mereka dapat menghasilkan uang atau pendapatan dari usahataniannya ketika panen. Setelah panen, mereka membayar kembali pembiayaannya dan selanjutnya jika mereka tidak mempunyai tambahan modal, mereka mengajukan pembiayaan untuk usahataniannya lagi.³²

Sikap yang dimiliki petani terhadap pembiayaan *istisna'* jelas berbeda. Hal tersebut dapat dilihat dari petani yang sudah menjadi nasabah dan petani yang belum mengetahui bank syariah khususnya pembiayaan *istisna'*. Sikap

³¹ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran*, 162.

³² Mamudji, *Wawancara*, Sumberrejo, 12 Mei 2014.

yang dimiliki oleh nasabah pembiayaan *istisna'* sangatlah baik, mereka senang dan puas terhadap pembiayaan *istisna'* dan sikap yang dimiliki oleh petani yang belum mengetahui bank syariah dalam pembiayaan *istisna'* biasa saja bahkan banyak yang belum tahu, karena minimnya pengetahuan tentang bank syariah.

Jadi dari teori di atas, sikap yang dimiliki oleh petani terhadap bank syariah selaras. Hal itu dapat dilihat dari sikap mereka yang suka, tidak suka dan biasa saja atau netral.

Dari persepsi dan sikap tersebut maka muncullah respons petani terhadap bank syariah khususnya pembiayaan *istisna'*. Ketika melihat respons petani yang sudah mengenal dan menggunakan jasa pembiayaan *istisna'* di BSM mereka sangat senang dan antusias. Hal ini dapat diukur dari minat nasabah pembiayaan *istisna'* dalam mengajukan pembiayaan *istisna'*. Mereka percaya bekerjasama dengan pembiayaan *istisna'* di BSM.

Seperti teori Assael yang dikutip oleh Hotman mengatakan bahwa respons konsumen merupakan tindakan konsumen sebagai akibat dari proses interaksi dalam tindakan konsumsi di mana proses tersebut menjadi pertemuan antara atribut-atribut sosial psikologis dengan atribut produk yang menghasilkan tindakan atau perasaan tertentu.³³ Jadi hubungan antara

³³Hotman Panjaitan, *Analisis Respon Konsumen melalui Sistem teknologi Informasi, Kualitas Layanan, Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Timur*, 18.

teori dengan hasil lapangan selaras, karena petani yang sudah menggunakan jasa pembiayaan *istisna'* sangat puas dengan hasil yang mereka peroleh.

Pemahaman atas tingkat kepercayaan dengan respons sangat penting karena dua alasan. Pertama, hal ini dapat mempengaruhi kekuatan hubungan di antara respons dan perilaku. Respons yang disertai dengan penuh kepercayaan biasanya akan lebih diandalkan untuk membimbing perilaku. Bila kepercayaan rendah, konsumen tidak akan merasa nyaman untuk bertindak berdasarkan respons mereka. dan mereka akan mencari informasi lain untuk menambah kepercayaan mereka. kedua, kepercayaan dapat mempengaruhi kerentanan respons terhadap perubahan. Respons menjadi kuat terhadap perubahan bila diyakini dengan kepercayaan yang sangat besar.³⁴

Banyak petani yang mempunyai harapan untuk perbankan syariah. Harapan tersebut juga sangat mempengaruhi perkembangan dari perbankan syariah, seperti yang dikatakan oleh bapak Kasiyan bahwa bank syariah dapat meningkatkan sosialisasinya agar petani di Kecamatan Sumberrejo banyak yang mengetahui dan dapat bekerjasama dengan bank syariah.³⁵ Keinginan petani di Kecamatan Sumberrejo terhadap perbankan

³⁴Ibid., 19.

³⁵ Kasiyan, *Wawancara*, Sumberrejo, 12 Mei 2014.

syariah agar perbankan syariah bisa menjadi pilihan petani adalah menjadi lembaga keuangan yang prosedur pembiayaannya tidak sulit.³⁶

D. Tindakan yang sudah diambil Bank Untuk Mengatasi Minimnya Respons Petani terhadap Penggunaan Pembiayaan *Istisna'*

1. Sosialisasi yang seharusnya dilakukan bank untuk meningkatkan minat petani

Dalam memahami seorang konsumen (yang dimaksud petani), perlu adanya sejumlah tindakan yang nyata dari sebuah kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan tujuannya tersebut, guna untuk mendapatkan respons yang baik dari konsumen. Sehingga memberikan peluang bagi konsumen untuk mengambil keputusan dan menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

Bentuk sosialisasi yang dilakukan bank seperti:³⁷

- a. Sosialisasi yang bertujuan menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik perhatian calon nasabah baru.
- b. Membuat iklan tentang produk-produk yang dimiliki bank seperti membuat brosur, surat kabar dan majalah, papan reklame dan media lainnya.
- c. Promosi penjualan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah.

³⁶ Ana, *Wawancara*, Sumberrejo, 12 Mei 2014.

³⁷ Arif, *Wawancara*, Sumberrejo, 04 Mei 2014.

- d. Penjualan pribadi yang biasanya digunakan oleh para pejabat bank ketika bersosialisasi. Dalam penjualan pribadi ini pegawai bank dapat bertemu langsung dengan nasabah dan calon nasabah.
- e. Publisitas yang bertujuan untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, sponsorship kegiatan serta penggalangan dana untuk acara amal.

Sosialisasi yang sudah dilakukan oleh BSM dalam memberikan informasi kepada petani di Kecamatan Sumberrejo sudah baik. Ada kalanya sosialisasi di Kecamatan Sumberrejo lebih ditingkatkan lagi, seperti sosialisasi yang dilakukan BSM di daerah lain yang bekerjasama dengan beberapa koperasi di daerah tersebut dan beberapa perusahaan yang akan membeli lagi hasil usahatannya tersebut. Sehingga minat yang dimiliki oleh petani di Kecamatan Sumberrejo dapat meningkat seperti di daerah lain yang sangat antusias dalam pembiayaan *istisna'* dan produk-produk BSM lainnya.

Jadi dari teori di atas, dapat dijelaskan bahwa dari hasil penelitian selaras. Namun usaha tersebut masih dapat dikatakan kurang, karena banyak dari petani di Kecamatan Sumberrejo yang belum mengetahui tentang adanya bank syariah dan produk-produk yang dimilikinya.

2. Strategi untuk mendorong para petani agar menggunakan produk pembiayaan *istisna'* di Bank Syariah Mandiri

Salah satu senjata paling ampuh untuk menarik perhatian nasabah adalah dengan melakukan promosi/sosialisasi. Promosi merupakan

menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik perhatian calon nasabah baru.³⁸

Strategi yang digunakan BSM agar dapat mendorong petani menggunakan pembiayaan *istisna'* ialah melakukan promosi dan mengukur karakteristik petani dengan syarat Kriteria yang telah ditentukan oleh BSM dalam pembiayaan *istisna'*.³⁹ Setiap bank harus mampu berkomunikasi dengan nasabah dan tidak melepaskan diri dari peran sebagai komunikator. Komunikator diharapkan dapat merangsang dan menciptakan suatu pesan yang mampu menyita perhatian masyarakat. Begitu pula dengan adanya pengetahuan tentang karakteristik tersebut, BSM dapat lebih meningkatkan sosialisasinya ke petani di masyarakat dan meningkatkan kerjasama antara pihak bank dengan beberapa koperasi dan perusahaan yang terkait dalam pembiayaan *istisna'*. Atas sosialisasi dan kerjasama tersebut petani banyak yang berminat dalam pembiayaan *istisna'* di BSM.

Teori yang diaplikasikan oleh BSM dalam menarik minat petani selaras dengan hasil penelitian di lapangan. Dengan mengetahui apa yang terjadi di lapangan maka pihak bank dapat lebih mudah dalam memberikan strategi yang akan digunakannya dalam menarik minat petani.

³⁸Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 126.

³⁹Rendi, *Wawancara*, Surabaya, 02 Juni 2014.