

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Minat dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

1. Definisi Minat

Minat manusia didasarkan pada kecenderungan atau keinginan yang kuat untuk melakukan atau terlibat dalam aktivitas tertentu yang memberikan kepuasan atau kenikmatan. Seseorang yang memiliki minat yang kuat terhadap suatu hal biasanya akan merasa lebih mudah dan senang melakukannya, dan cenderung mencapai hasil yang lebih baik dalam hal yang ditargetkan. Muhibbin Syah memaknai minat sebagai “kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu”.²²

Menurut KBBI, Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan.²³ Menurut pandangan Hurlock, minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan ketika mereka bebas memilih. Minat adalah dorongan pada seseorang dalam membangkitkan ketertarikan atau perhatian yang mengarah pada pemilihan objek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan dan yang pada waktunya memberikan kepuasan kepadanya.

Dari pemaparan para tokoh diatas, jika ditarik dalam konteks lembaga keuangan (KSU BMT Rahmat Syariah Kediri) dapat disimpulkan

²² Syah, *Psikologi Pendidikan Dengan Pendekatan Baru*, 136.

²³ Kemendikbudristek, “KBBI Daring,” last modified 2016, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>. (Diakses pada Maret 2023).

bahwa minat anggota merujuk pada preferensi, keinginan, dan kebutuhan yang dimiliki oleh anggota atau calon anggota terhadap produk atau layanan tertentu yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal ini sangat penting untuk dipahami oleh lembaga karena dapat membantu untuk merancang produk atau layanan yang lebih menarik dan relevan bagi anggota maupun calon anggota sehingga meningkatkan kepuasan dan memperkuat loyalitas.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang dapat dikelompokkan menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi aspek-aspek yang berada di dalam diri individu, sedangkan faktor eksternal meliputi aspek-aspek yang berasal dari luar individu.²⁴

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah aspek yang berasal dari dalam diri individu. Faktor ini cenderung berhubungan erat dengan karakteristik pribadi dan psikologis seseorang. Berikut merupakan bagian dari faktor internal yang mempengaruhi minat seseorang, meliputi:

1) Psikologis

Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau obyek tertentu.²⁵

²⁴ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Cet. 5. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 151.

²⁵ Sondang P. Siagian, *Teori Motivasi Dan Aplikasinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 73.

Seseorang dengan kepribadian yang ekstrovert cenderung memiliki minat yang berbeda dengan orang yang lebih introvert.

2) **Kebutuhan dan Keinginan**

Kebutuhan dan keinginan individu dapat mempengaruhi minatnya, misalnya kebutuhan untuk menghasilkan uang atau keinginan untuk mendapatkan kesenangan.

3) **Nilai-nilai yang Dianut**

Nilai-nilai yang dipegang seseorang, seperti kepercayaan, keadilan atau kejujuran, dapat mempengaruhi minatnya terhadap aktivitas tertentu.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah aspek yang berasal dari luar individu dan lingkungan sekitarnya. Faktor ini bisa mempengaruhi minat seseorang melalui pengalaman, lingkungan sosial, atau budaya di sekitarnya.

Faktor eksternal yang mempengaruhi minat seseorang meliputi:

1) **Keluarga.**

Keluarga adalah kelompok dengan dua orang atau lebih yang terhubung melalui darah, perkawinan, adopsi, atau tempat tinggal.²⁶

Mereka saling mendukung dan menciptakan hubungan emosional yang erat, serta bertanggung jawab memenuhi kebutuhan anggota keluarga. Keluarga dapat memiliki berbagai bentuk dan struktur,

²⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktik* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), 42.

namun intinya adalah adanya ikatan emosional, dukungan, dan tanggung jawab diantara anggota-anggotanya. Keluarga juga dapat mempengaruhi minat seseorang dengan memberikan dukungan atau memberikan pandangan yang berbeda.

2) Lingkungan

Lingkungan tempat seseorang tinggal, seperti kota atau desa, dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap aktivitas tertentu.

3) Budaya

Budaya tempat seseorang tinggal dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap aktivitas atau hobi tertentu.

4) Media

Media massa seperti televisi, internet, atau media sosial dapat mempengaruhi minat seseorang dengan memberikan informasi dan konten yang berkaitan dengan aktivitas tertentu.²⁷

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Anggota

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat anggota dalam memilih suatu pembiayaan. Berikut ini beberapa faktor yang memainkan peran penting diantaranya:

²⁷ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, 267.

a. Faktor pribadi

Faktor pribadi terdiri dari:²⁸

1) Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang merujuk pada kondisi keuangan dan aset yang dimiliki oleh individu tersebut, serta pola pengeluaran dan tabungan mereka.

2) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang mencakup pola hidup, minat, dan pendapat yang diekspresikan dalam interaksi dengan lingkungan. Hal ini juga mencerminkan aspek kelas sosial seseorang.²⁹

3) Psikologis

Faktor psikologi pada minat anggota merujuk pada elemen-elemen psikologis meliputi:

a) Motivasi

Motivasi timbul dari kebutuhan atau keinginan yang dirasakan oleh individu, mendorong mereka untuk mencapai tujuan melalui tindakan yang diperlukan.³⁰

b) Kepercayaan

Kepercayaan adalah kondisi psikologis dimana seseorang memiliki keinginan untuk menerima suatu situasi

²⁸ J. Setiadi Nugroho, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), 57-64.

²⁹ *Ibid*, 58.

³⁰ Siswandi, *Aplikasi Manajemen Perusahaan Analisis Kasus Dan Pemecahannya* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), 132.

berdasarkan harapan positif terhadap keinginan atau perilaku orang lain.³¹

b. Faktor Sosial

Faktor sosial melibatkan berbagai kelompok dimana seseorang menjadi anggota dan saling mempengaruhi, contohnya kelompok keluarga, teman, tetangga dan lainnya. Kelompok-kelompok ini memiliki dampak pada individu melalui nilai-nilai, norma-norma, pola perilaku, dukungan emosional, dan interaksi sehari-hari.³²

c. Faktor Bauran Pemasaran (*Marketing mix*)

Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah serangkaian alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran mereka di pasar sasaran. Bauran pemasaran diantaranya, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *process* (proses), dan *service* (pelayanan).³³

1) *Product* (Produk)

Faktor produk, mencakup semua barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran. Faktor-faktor seperti kualitas, desain, fitur, merek, dan variasi produk semuanya termasuk dalam elemen ini.

³¹ Fretty Welta, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Surya Barokah," *I-Economics: A Research Journal On Islamic Economics* 3, No. 2 (2018), 134.

³² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2014), 99.

³³ Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2012), 182-184.

2) *Place* (Tempat)

Faktor ini berkaitan dengan saluran distribusi yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan produk atau jasa kepada pelanggan, meliputi lokasi perusahaan, logistik, dan manajemen rantai pasokan.

3) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan semua kegiatan dan alat pemasaran yang digunakan untuk mengkomunikasikan nilai produk atau jasa kepada pelanggan. Faktor ini mencakup iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, pemasaran digital, dan berbagai strategi komunikasi lainnya.

4) *Price* (Harga)

Faktor *price* merupakan strategi penetapan harga untuk produk atau jasa yang ditawarkan. Perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti biaya produksi, strategi harga pesaing, permintaan pasar, dan tujuan keuntungan untuk menentukan harga yang tepat.

5) *Process* (Proses)

Faktor proses merupakan kombinasi semua aspek kegiatan prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal rutin yang saling berhubungan dan bekerja bersama untuk menghasilkan dan menyampaikan jasa dengan kualitas yang diharapkan kepada konsumen.

6) *Service* (Pelayanan)

Layanan konsumen adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan dan dukungan kepada konsumen sebelum, selama, dan setelah transaksi. Tujuannya adalah memenuhi kebutuhan konsumen, menciptakan pengalaman positif, dan membangun loyalitas. Melibatkan komunikasi efektif, penanganan pertanyaan, pengelolaan pesanan, penyelesaian keluhan, pengembalian produk, dan memberikan informasi produk yang jelas. Layanan konsumen yang baik membedakan perusahaan dari pesaing, membangun kepercayaan, dan mempengaruhi keputusan konsumen.

B. Pembiayaan *Murabahah*

1. Pembiayaan Syariah

Menurut KBBI, segala sesuatu yang berhubungan dengan biaya disebut pembiayaan.³⁴ Kasmir menyatakan, pembiayaan adalah penyediaan dana yang dilakukan oleh perusahaan kepada pihak lain yang harus dikembalikan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pembiayaan dapat berupa pembiayaan proyek, pembiayaan konsumen, atau jenis pembiayaan lainnya, tergantung pada tujuan penggunaannya.³⁵ Pembiayaan juga didefinisikan sebagai proses memperoleh dana atau

³⁴ Kemendikbudristek, "KBBI Daring."

³⁵ Kasmir, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*, 96.

sumber daya finansial untuk digunakan dalam suatu kegiatan atau proyek tertentu.

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) menggunakan beberapa mekanisme seperti bagi hasil (*profit sharing*), *mudharabah* (kerjasama bisnis antara bank dengan nasabah), *musyarakah* (kerjasama bisnis antara dua pihak atau lebih), *murabahah* (jual beli dengan markup harga), dan lain-lain dalam mengoperasikan pembiayaan syariah, yang semuanya berlandaskan al-Qur'an dan as-Sunnah. Ismail berpendapat, pembiayaan syariah merupakan aktivitas LKS yang dilakukan dengan prinsip-prinsip syariah sebagai panduan dalam menyalurkan dana kepada pihak lain.³⁶

Peraturan OJK dalam pasal 1 (ayat 5) mendefinisikan pembiayaan syariah merupakan suatu bentuk pembiayaan yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam,³⁷ yang meliputi prinsip keadilan, keterbukaan, kehati-hatian, dan tanggung jawab sosial. Pembiayaan syariah dilakukan secara transparan, jujur, dan tidak ada unsur riba (bunga).

Setiap lembaga keuangan syariah mempunyai tujuan utama untuk mencari keridhaan Allah SWT dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Tujuan tersebut tidak hanya untuk memperoleh keuntungan finansial semata, tetapi juga untuk mencapai kebajikan di dunia dan di akhirat.³⁸

³⁶ Ismail, *Perbankan Syariah*, Cet. ke 4. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2016), 5.

³⁷ Otoritas Jasa Keuangan RI, *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31/Pojk.05/2014 Tentang Penyelenggaraan Usaha Pembiayaan Syariah*, 2014, <https://www.ojk.go.id/id/Default.aspx>. (Diakses pada Maret 2023).

³⁸ Mudrajad Kuncoro, *Manajemen Bank Syariah*, Edisi Kedu. (Yogyakarta: UUP STIM YKPM, 2018), 84.

a. Jenis-jenis Pembiayaan Syariah

Terdapat beberapa jenis transaksi pembiayaan yang umum digunakan dalam kegiatan ekonomi syariah, antara lain:³⁹

- 1) *Murabahah*: Transaksi pembiayaan dengan prinsip jual beli, dimana bank atau Lembaga Keuangan Syariah (LKS) membeli barang atau aset yang diinginkan oleh nasabah, kemudian menjualnya kembali kepada nasabah dengan harga yang disepakati dan ditambahkan margin keuntungan.
- 2) *Musyarakah*: Transaksi pembiayaan dengan prinsip kerjasama, dimana bank atau LKS dan nasabah membentuk suatu usaha atau proyek bersama-sama dengan membagi keuntungan dan kerugian sesuai dengan kesepakatan.
- 3) *Mudharabah*: Transaksi pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, dimana bank atau LKS menyediakan modal dan nasabah menyediakan tenaga kerja dan pengelolaan usaha atau proyek. Keuntungan akan dibagi sesuai dengan kesepakatan.
- 4) *Ijarah*: Transaksi pembiayaan dengan prinsip sewa, dimana bank atau LKS menyediakan barang atau aset yang dibutuhkan oleh nasabah untuk digunakan dengan membayar sewa atau uang sewa.⁴⁰
- 5) *Istisna*: Transaksi pembiayaan dengan prinsip pemesanan, dimana bank atau LKS menerima pesanan pembuatan barang atau aset dari

³⁹ Mariya Ulpah, "Konsep Dalam Pembiayaan Perbankan Syariah, Vol. 3 No.2 Agustus 2020," *Madani Syari'ah* 3, no. 2 (2020): 147–160, file:///C:/Users/Acer/Downloads/208-Article Text-297-1-10-20200831.pdf, 9.

⁴⁰ Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010), 78.

nasabah dan kemudian membuat atau membelinya untuk dijual kembali kepada nasabah dengan harga yang disepakati.

b. Tujuan Pembiayaan Syariah

Pembiayaan yang dilakukan oleh lembaga syariah memiliki tujuan yang berbeda-beda terkait dengan kepentingan *stakeholder*-nya. *Stakeholder* tersebut meliputi pemilik, karyawan, masyarakat (pemilik dana, debitur, konsumen), dan perusahaan itu sendiri.

- 1) Para pemilik mengharapkan keuntungan atau bagi hasil
- 2) Para karyawan dapat memperoleh kesejahteraan
- 3) Masyarakat dapat memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan.
- 4) Bagi perusahaan itu sendiri, pembiayaan diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangan, memperluas jaringan usaha, dan memberikan manfaat sosial bagi masyarakat.⁴¹

2. Murabahah

a. Definisi Murabahah

Murabahah merupakan salah satu bentuk menghimpun dana yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah bank maupun non-bank, baik untuk kegiatan usaha yang bersifat produktif maupun bersifat konsumtif.⁴² Secara etimologi *murabahah* berasal dari kata “*rabh*”, yang berarti perolehan, keuntungan, atau tambahan. Hakim

⁴¹ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Yogyakarta: Rajawali Pers, 2014), 303.

⁴² Suhendi, *Fiqih Muamalah*, 26.

berpendapat bahwa *murabahah* merupakan bentuk perjanjian jual beli di dalam sistem keuangan Islam, di mana penjual menyebutkan harga jual yang terdiri dari harga pokok barang dan tambahan keuntungan tertentu atas barang tersebut dengan jelas. Harga jual ini harus disepakati oleh pembeli sebelum transaksi dapat dilaksanakan.⁴³

Pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa *murabahah* merupakan salah satu akad jual beli pada sistem Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang sering digunakan. LKS bertindak sebagai penjual dan nasabah/anggota sebagai pembeli. LKS akan membeli barang dari *supplier* kemudian menjualnya kepada nasabah/anggota dengan harga yang lebih tinggi dibanding harga pokok beli dalam akad ini.

b. Landasan Hukum *Murabahah*

1) Tentang larangan riba:

Q.S. Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:⁴⁴

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

Q.S. Ali Imron ayat 130:⁴⁵

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

⁴³ Hakim Lukman, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Erlangga, 2012), 117.

⁴⁴ Quran, *Yasmina (Al-Qur'an & Terjemah)*, 47.

⁴⁵ *Ibid*, 66.

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.”

Q.S. Al-Baqarah: 276

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرِي الصَّدَقَاتِ ط وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ

Artinya: “Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran dan bergelimang dosa.”

2) Tentang tolong-menolong

Q.S. Al-Maidah: 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ط وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ط وَأْتُوا اللَّهَ ط
إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: ”Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.”⁴⁶

Allah SWT menegaskan larangan untuk melakukan riba atau mengambil keuntungan dari transaksi yang tidak adil. Allah juga mengajarkan agar umat manusia selalu berlaku adil dan bijaksana dalam berbisnis, serta tolong-menolong sebagai wujud kepedulian kepada sesama. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip pembiayaan syariah *murabahah* yang menekankan pentingnya keadilan dan keberkahan dalam berbisnis.

⁴⁶ Ibid. 106.

c. Bentuk-bentuk *Murabahah*

Adapun bentuk akad *murabahah* terbagi menjadi dua jenis yaitu:

1) *Murabahah* biasa (tanpa pesanan)

Murabahah biasa, merupakan aktivitas dimana penjual memasarkan dan menawarkan barangnya kepada pembeli dengan menyebutkan harga perolehan barang dan keuntungan yang disepakati, melibatkan dua pihak saja.

2) *Murabahah lil amir bi asy-syiraa'* (dengan pesanan).

Murabahah lil amir bi asy-syiraa', aktivitas pembiayaan yang melibatkan tiga pihak terkait yaitu *supplier*, *reseller*, dan pemesan. *Murabahah* seperti ini dipraktekkan di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) karena LKS bukan pihak yang menyimpan stok barang. Peran yang dimainkan dalam transaksi lembaga keuangan ini adalah LKS sebagai penjual, anggota (pemesan barang) sebagai pembeli, dan *supplier* sebagai pemasok barang ke LKS, sehingga pengadaan barang oleh LKS dilakukan pada saat ada pemesanan barang dari pemesan.⁴⁷

3. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* adalah salah satu jenis pembiayaan dalam sistem keuangan syariah yang digunakan untuk membiayai kebutuhan

⁴⁷ Muhammad Syarif Hidayatullah, "Analisis Hadits Ahkam Muamalah Dalam Fatwa DSN MUI Tentang *Murabahah*, Salam Dan *Istishna'*," *El-Banat (Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam)* Vol.10 No. (2020), 233-234.

konsumen atau pelaku usaha. Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 04/DSN-MUI/IV/2000 menyatakan pembiayaan *murabahah* yaitu penyaluran dana dari bank atau lembaga keuangan syariah berdasarkan pada prinsip jual beli. Transaksi yang dilakukan LKS merupakan aktivitas menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli (anggota/nasabah) dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.⁴⁸

Pembiayaan *murabahah* yang dioperasikan oleh bank atau lembaga keuangan syariah akan memfasilitasi layanan dengan membeli barang yang dibutuhkan atau diinginkan oleh nasabah/anggota, kemudian menjual kembali barang tersebut kepada nasabah dengan harga yang sudah disepakati sebelumnya. Harga jual kembali tersebut terdiri dari harga pokok dan keuntungan yang dihitung sebelumnya oleh bank atau lembaga keuangan syariah.

C. *Bait Al-Maal wa At-Tamwil*

1. *Definisi Baitul Maal wat Tamwil*

Baitul Maal wat Tamwil adalah Lembaga Keuangan Mikro (LKM) non-bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah dalam Islam, berperan sebagai penyedia layanan jasa seperti pemberian pinjaman, tabungan, investasi, dan jasa keuangan lainnya kepada anggotanya dengan

⁴⁸ Dewan Syariah Nasional MUI, *Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Murabahah*, 2000.

prinsip bagi hasil atau *profit-sharing*, untuk mendorong pertumbuhan usaha mikro guna meningkatkan derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.⁴⁹ BMT memiliki dua fungsi utama, yaitu:

a. *Bait At-Tamwil* (rumah pengembangan harta), yaitu BMT akan melakukan berbagai upaya untuk mendorong kegiatan menabung serta memberikan pembiayaan bagi kegiatan ekonomi.

BMT sebagai lembaga keuangan penghimpun dana akan mengumpulkan dana dari para nasabahnya dalam bentuk simpanan dan menawarkan berbagai jenis produk tabungan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dana yang terkumpul dari tabungan anggota ini kemudian dioperasionalkan untuk membiayai kegiatan ekonomi produktif atau memberikan pembiayaan kepada anggota BMT yang membutuhkan.

BMT juga akan memberikan pembiayaan kepada anggotanya untuk mendukung usaha produktif atau kegiatan ekonomi lainnya, dengan tetap mengikuti prinsip-prinsip syariah. Pembiayaan ini dapat berupa pembiayaan modal usaha, pembiayaan investasi, atau pembiayaan lain yang sesuai dengan prinsip syariah seperti *murabahah* (jual beli dengan markup), *mudharabah* (bagi hasil), *musyarakah* (kerjasama), dan lain sebagainya.⁵⁰

⁴⁹ Arif, *Lembaga Keuangan Syariah, Suatu Kajian Teoretis Praktis*, 317.

⁵⁰ Zulkifli, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bergabung Di BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 2 No.2, no. ISSN 2654-3923 (2019), 21.

- b. *Bait Al-Maal* (rumah harta), fungsi ini melibatkan penerimaan titipan dana zakat, infak, dan sedekah serta optimalisasi distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanah yang telah ditentukan. BMT bertindak sebagai lembaga yang mengelola dana sosial, seperti zakat, infak, dan sedekah, yang diterima dari masyarakat. Dana tersebut kemudian didistribusikan kepada yang berhak menerima sesuai dengan ketentuan agama dan peraturan yang berlaku.

Berdasarkan fungsi-fungsi tersebut, BMT berperan dalam memperkuat sektor ekonomi mikro dan kecil serta berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan usaha dan distribusi dana sosial yang tepat sasaran.

2. Tujuan *Bait Al-Maal wa At-Tamwil*

BMT memiliki beberapa tujuan, antara lain:

- a. BMT bertujuan untuk Mengembangkan dan memajukan ekonomi umat dengan cara memberikan akses pembiayaan kepada pengusaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta individu dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat melalui pengembangan usaha produktif dan pemberdayaan ekonomi..
- b. Menciptakan sumber pembiayaan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. BMT menyediakan fasilitas pembiayaan yang tidak melibatkan bunga (riba) dan mengikuti prinsip keadilan dan transparansi dalam pengelolaannya. Hal ini memberikan kesempatan bagi anggota BMT

untuk memperoleh akses ke modal yang halal dan sesuai dengan prinsip syariah.

- c. BMT membantu para pengusaha kecil dengan memberikan akses kepada mereka untuk mendapatkan modal pinjaman tanpa melibatkan sistem riba. BMT memberikan alternatif pembiayaan yang tidak melibatkan bunga, sehingga para pengusaha kecil dapat memperoleh modal dengan cara yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.⁵¹

⁵¹ Zulkifli, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bergabung Di BMTMutiara Sakinah Pekanbaru*” Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah 2 No.2, no. ISSN 2654-3923 (2019), 21.