FAKTOR-FAKTOR PEMILIHAN PINJAMAN KE LEMBAGA KEUANGAN DAN RENTENIR OLEH PEDAGANG MUSLIM

FACTORS THAT CONSIDERATIONS OF MUSLIM TRADER CHOOSING LOANS TO FINANCIAL INSTITUTIONS AND MONEY LENDER

Iga Zahrotul Mufarridah*, Hermanita dan Selvia Nuriasari
Jurusan Perbankan Syariah IAIN Metro Lampung
selvianuriasarijurnal@gmail.com

ABSTRAK

Sebagian besar pedagang muslim di pasar Pekalongan meminjam uang ke lembaga keuangan atau rentenir. Keputusan tersebut diambil setelah melalui proses dan ada faktor utama berlandaskan karakteristik perilaku konsumen muslim, seperti menjauhi *riba.* Tujuan penelitian ini adalah melihat proses, faktor, dan pengambilan keputusan berdasarkan karakteristik perilaku konsumen muslim. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan proses, faktor, dan karakteristik pedagang muslim memilih pinjaman di lembaga keuangan atau rentenir. Sumber data primernya adalah pedagang muslim dengan teknik *snow ball sampling* dalam pengambilan informan. Kesimpulannya adalah proses pengambilan keputusan memilih dimulai dari *pertama,* munculnya kebutuhan seperti modal kerja; *kedua,* mencari informasi seperti mendatangi bank; *ketiga,* mengevaluasi pilihan; *keempat,* memutuskan memilih, dan *kelima,* mengevaluasi kelanjutan peminjaman meskipun ada yang tanpa melalui proses tersebut. Ada dua faktor utama dalam pemilihan tersebut, yaitu faktor internal (faktor pribadi dan psikologi) dan faktor eksternal (faktor sosial yaitu referensi kelompok dan keluarga dan juga faktor budaya yaitu nilai agama). Faktor budaya bukan menjadi faktor utama meskipun mereka mengetahui bunga adalah *riba* yang dilarang dalam Islam. Artinya, pedagang muslim di pasar Pekalongan belum memenuhi karakteristik perilaku konsumen muslim. Walaupun mengetahui bahwa lembaga keuangan dan rentenir yang menggunakan sistem bunga yang termasuk *riba* dalam Islam, mereka masih menjadi pilihan dalam peminjaman.

Kata kunci: Proses Pengambilan Keputusan, Faktor Pengambilan Keputusan, Karakteristik Perilaku Konsumen Islam

ABSTRACT

Most of muslim traders in pekalongan market borrow from financial institutions and moneylenders. The decision is a process and there are major factors based on the characteristics of Muslim consumer behavior, such as avoiding usury. The purpose of this study is to look at the processes, factors and decision making based on the characteristics of muslim consumer behavior. This field research is descriptive qualitative, describing the process, factors and characteristics of muslim traders choosing loans in financial institutions and moneylenders. The primary data source is muslim traders with snow ball sampling technique in taking informants. The conclusion is that the decision-making process begins with : firts, the emergemce of needs such as working capital needs, second, looking for information such as visiting a bank, third, evaluating choices, fourth, deciding to choose and fifth, evaluating the continuation of the loan, even though some were without going through the process. There are two main factors in the selection, namely internal factors (personal and psychological factors) and external factors (social factors, namely reference to groups and families and also cultural actors, namely religious values). cultural factors are not the main factor although khowing interest is prohibited usury in Islam which means muslim trader in the

pekalongan market have not fulfilled the characteristics of muslim behavior because despite knowing that financial institutions and moneylenders who use the interst system which includes usury in Islam, are still an option on loan.
Keywords: *decision making process, decision making factors, characteristics of muslim consumer behavior.*

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan pada dasarnya terbagi dua. Pertama, lembaga keuangan formal seperti bank umum, bank umum syariah, koperasi, dan BMT yang diakui oleh Bank Indonesia. Kedua, lembaga keuangan informal seperti kelompok arisan. Di luar dari itu, ada rentenir. Pada prinsipnya, lembaga keuangan terbagi dua yaitu prinsip bunga dan prinsip syariah (bagi hasil, margin, dan sebagainya). Lembaga keuangan, seperti rentenir, menggunakan bunga, termasuk riba yang dalam Islam dilarang.

Lembaga keuangan memberikan pinjaman ke masyarakat dengan berbagai jenis produknya seperti kredit atau pembiayaan, tetapi tidak semua lapisan masyarakat dapat terlayani oleh lembaga keuangan tersebut. Oleh sebab itu, keberadaan rentenir yang telah ada jauh sebelumnya, merupakan alternatif pembiayaan atau kredit bagi masyarakat bahkan masih menjadi favorit di kalangan masyarakat tertentu. Perilaku masyarakat ketika memilih lembaga keuangan atau rentenir tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor perilaku konsumen baik faktor internal maupun faktor eksternal setelah melalui proses pengambilan keputusan.

Salah satu proses transaksi bisnis adalah melakukan pinjaman atau pembiayaan baik ke lembaga keuangan atau pribadi seperti rentenir; baik lembaga keuangan yang menggunakan sistem bunga atau sistem syariah. Pinjaman ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan pedagang muslim, seperti menambah modal kerja. Seorang muslim diwajibkan menghindari riba ketika meminjam uang dan salah satu riba di zaman modern ini adalah bunga. Larangan bunga tersebut tercantum dalam karakteristik perilaku konsumen muslim pada prinsip ketiga, larangan bunga yang disamakan dengan riba (Al Arif, 2015: 198-199). Dalam perilaku konsumen Islam, seorang muslim seharusnya menghindari riba terutama dalam aktivitas ekonomi. Larangan riba ini dijelaskan Wahdah az Zuhaili dalam bukunya *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, jilid 5 terutama mengenai bunga bank yang sama dengan riba dan termasuk riba *nasiah* (2011: 807 - 810).

Penelitian ini difokuskan kepada para pedagang muslim di pasar tradisional Pekalongan, Lampung Timur. Berdasarkan wawancara di lapangan, para pedagang muslim ini tidak hanya mengajukan pinjaman ke lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional, tetapi juga meminjam ke rentenir yang masih menjadi primadona di kalangan pedagang muslim. Salah satu pedagang muslim berinisial N di pasar pekalongan tersebut mengatakan bahwa para pedagang muslim di pasar pekalongan biasanya memiliki pinjaman ke lembaga keuangan syariah atau konvensioal dan ke rentenir sekaligus (Wawancara 20 Maret 2019). Pedagang muslim sebenarnya mengetahui bahwa meminjam ke rentenir dan lembaga keuangan konvensional itu dilarang karena menggunakan konsep bunga yang sama dengan riba yang diharamkan dalam Islam. Pedagang D, seorang pedagang jamur di pasar tersebut, mengetahui bahwa bunga adalah riba dan dilarang dalam Islam (Wawancara 20 Maret 2019). Keadaan ini diperparah dengan turunnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan

sebab banyaknya kasus penggelapan dana di BMT sekitar Lampung Timur. akibatnya, banyak BMT yang tutup di sekitar pasar pekalongan, yang membuat para pedagang muslim mencari alternatif pinjaman meskipun masih ada pedagang muslim yang memilih meminjam di lembaga keuangan syariah seperti pedagang Nr (Wawancara 20 Maret 2019).

Berdasarkan wawancara tersebut, terlihat bahwa perilaku pedagang muslim ketika memilih pinjaman ada yang belum sesuai dengan karakteristik perilaku konsumen muslim yang salah satunya diwajibkan memegang prinsip anti- riba meskipun masih ada pedagang muslim di pasar pekalongan yang memilih lembaga keuangan syariah untuk meminjam. Keputusan memilih lembaga keuangan baik syariah terutama lembaga keuangan konvensional dan serta rentenir di kalangan para pedagang muslim di pasar Pekalongan tersebut di atas, tentunya telah melalui proses pemilihan yang dipengaruhi oleh faktor–faktor yang tentunya akan dianalisis dalam kerangka lima karakteristik perilaku konsumen Islam. Dengan pendekekatan kualitatif, peneliti ingin menjabarkan fenomena yang terjadi di Pasar Pekalongan dengan fokus penelitiannya, yaitu mengkaji proses pedagang muslim memilih lembaga keuangan terutama lembaga keuangan konvensional dan rentenir untuk melakukan pinjaman, faktor-faktor dalam keputusan memilih lembaga keuangan tersebut dan rentenir yang dilihat dari teori perilaku konsumen serta menganalisis perilaku pedagang muslim dalam pemilihan lembaga keuangan dan rentenir tersebut ditinjau dari lima karakter perilaku konsumen muslim.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, muncullah tiga pertanyaan penelitian yaitu :

a. Bagaimana proses pedagang muslim di pasar Pekalongan ketika memilih pinjaman ke lembaga keuangan konvensional, lembaga keuangan syariah dan rentenir?
b. Faktor-faktor apa yang memengaruhi pedagang muslim di pasar Pekalongan ketika memilih pinjaman ke lembaga konvensional, lembaga keuangan syariah dan rentenir?
c. Bagaimana faktor pemilihan lembaga keuangan dan rentenir ketika melakukan pinjaman dilihat dari karakteristik perilaku konsumen muslim?

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku para pedagang muslim di pasar tradisional Pekalongan Lampung Timur ditinjau dari (1) proses pengambilan keputusan para pedagang muslim di pasar Pekalongan dalam memilih pinjaman ke konvensional, lembaga keuangan syariah dan rentenir, (2) untuk mengetahui faktor-faktor pedagang muslim meminjam ke konvensional, lembaga keuangan syariah dan rentenir serta (3) menganalisisnya ditinjau dari lima karakteristik perilaku konsumen muslim.

Penelitian ini belum ada yang membahasnya yang terlihat dari penelitian berikut ini. Pertama, penelitian Patriana (2018) dengan judul “Analisis Faktor Penentu Keputusan Konsumen Muslim dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah vs Bank Konvensional”. Peneliti ini menggunakan faktor bauran pemasaran yaitu antara lain produk, orang, proses, bukti fisik, dan promosi. Kedua, penelitian Usman (2015) berjudul “The Role of Religious Norms on Selecting The Islamic Banking” yang menjelaskan faktor norma religius muslim tentang fatwa pengharaman bunga bank dikaitkan dengan pemilihan bank dan merupakan penelitian kuantitatif yang menyimpulkan bahwa norma religius berpengaruh terhadap pemilihan bank.

Lembaga Keuangan dan Rentenir

Lembaga keuangan pada dasarnya terbagi dua, yaitu lembaga keuangan formal

dan rentenir. Menurut Rianto (2012), lembaga keuangan formal adalah organisasi sektor keuangan yang memiliki kekuatan hukum serta diatur dan diawasi oleh departemen keuangan. Bank Indonesia membaginya dalam dua macam yaitu bank dan nonbank yang berperan dalam aktivitas perekonomian yaitu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efesien ke arah peningkatan taraf hidup masyarakat. Lembaga keuangan berusaha menyalurkan dana dari pihak yang surplus dana kepada pihak yang mengalami defisit dana. Menurut Satria (2016), bentuk-bentuk usaha rentenir di Indonesia antara lain rentenir (organisasi), yang memberikan jasa kredit informal dengan ciri khasnya yang fleksibel dan prosedur yang simpel dan tidak ada payung hukumnya sehingga dilarang (Elisa dan Zuhroh, 2017). Harjoni dan Reza (2018 : 21) menggambarkan rentenir sebagai orang atau kelompok yang mempunyai pekerjaan meminjamkan uang (atau juga dalam bentuk barang) kepada orang lain yang memerlukan dengan imbalan bunga tertentu yang telah ditetapkan.

Pada dasarnya, lembaga keuangan ada untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang salah satunya adalah menyalurkan dana ke masyarakat yang kekurangan dana baik untuk kebutuhan pribadi maupun untuk penambahan modal kerja. Kekurangan dana ini dipenuhi oleh lembaga keuangan dengan menawarkan beragam produk jasa keuangan, antara lain kredit modal kerja dan pembiayaan modal kerja dengan akad *murabahah* untuk kepentingan usaha. Keuntungan dari peminjaman dana baik untuk kebutuhan pribadi atau konsumtif dan kebutuhan modal kerja ini dinamakan bunga dan margin keuntungan. Yang menjadi permasalahan adalah konsep bunga yang diterapkan lembaga keuangan umum dan rentenir yang dalam Islam diharamkan.

Wahdah az Zuhaili menjelaskan secara lugas mengenai hal tersebut bahwa bunga bank adalah riba dan termasuk riba *nasiah*. Dijelaskan bahwa bank meminjamkan modal dengan tempo pelunasan dan bunga yang merupakan transaksi memakan harta orang lain secara batil. Intinya pekerjaan asli bank adalah meminjam dan meminjamkan bukan sebagai perantara yang mendapatkan upah, tetapi bank memosisikan berbeda yaitu sebagai peminjam dan yang meminjamkan dengan mendapatkan keuntungan yang disebut dengan bunga yang sudah ditetapkan di awal. Sebagai peminjam, bank tidak membagi keuntungan dan kerugian dengan nasabah. Sebagai yang meminjamkan, bank tidak memperhatikan keuntungan dan kerugian si kreditur. Inilah disebut oleh Wahdah az Zuhaili sebagai *kemudharatan* bunga yang diharamkan dalam Islam. Riba *nasiah* yang saat ini terjadi, dengan konsep bunganya ini, terlihat jelas dari transaksi pinjaman tersebut, yaitu meminjamkan uang dengan syarat pengembalian tambahan (2011 : 812).

Perilaku Konsumen

Pengertian Perilaku Konsumen

Istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya. (Donni J.P, 2017).

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen disebabkan berbagai faktor luar dan dalam. Faktor luar yaitu kebudayaan dan social; faktor dari dalam adalah kepribadian dan psikolog (Anoraga : 2000). Berikut penjelasan mengenai faktor – faktor tersebut.

Faktor dari luar atau Eksternal

Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan ini terdiri atas yaitu sebagai berikut (Mulyadi : 2013): Pertama, Faktor Budaya. Unsur-unsur budaya meliputi bahasa, pengetahuan, hukum, kebiasaan makan, seni, teknologi, pola kerja, produktivitas, dan ciri-ciri lainnya. Menurut Rini D, Agustina S., dan Riyanti (2012), unsur - unsur budaya itu terdiri atas nilai, norma, mitos, dan simbol. Nilai merupakan kepercayaan yang dianut yang dianggap penting oleh sesorang atau suatu masyarakat seperti nilai-nilai dalam agama, misalnya konsumen yang beragama Islam akan menghindari produk makanan yang mengandung babi. Nilai itu sendiri terbagi tiga yaitu (a) nilai-nilai umum atau global value yang relatif sama yang dimiliki oleh setiap orang seperti nilai-nilai terhadap hak-hak individu; (b) nilai-nilai pada bidang tertentu seperti nilai-nilai agama; (c) nilai-nilai pada produk tertentu yang timbul dari dua nilai sebelumnya dengan tambahan pengalaman hidup dan nilai-nilai yang secara konkret akan membentuk kriteria evaluatif pada diri individu dalam memilih produk. Norma berkaitan dengan aturan masyarakat tentang sikap baik dan buruk, tindakan yang boleh, dan tidak boleh. Mitos berkaitan dengan kepercayaan yang mengandung nilai dan idealisme pada suatu masyarakat yang seringkali sulit dibuktikan kebenarannya, dan simbol memiliki arti sesgala sesuatu yang memiliki arti penting lainnya. Kedua, faktor subbudaya yang dibedakan empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis. Ketiga, faktor kelas sosial, yaitu kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam masyarakat yang hirarkis yang nilai, minat dan perilakunya serupa.

Faktor Sosial

Pertama, referensi kelompok, yaitu sesosok figur atau komunitas tertentu di masyarakat sebagai acuan masyarakat dalam bersikap atau pedoman berperilaku (Mulyadi : 2013). *Kedua,* keluarga yang didefinisikan sebagai unit terkecil masyarakat ini menjadi penentu keputusan dalam membeli (Donni : 2017). *Ketiga,* peran dan status; individu umumnya berpartispasi di komunitas seumur hidupnya, seperti di organisasi yang memiliki posisi jika berperan dan punya status yang dalam menentukan pilihan tersebut bertujuan untuk mengomunkasikan peran dan statusnya (Donni : 2017).

Faktor Internal

Faktor Pribadi

Faktor pribadi ini dapat dilihat dari karakteristik pribadi meliputi usia dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian, dan konsep diri yang dijelaskan berirkut ini (Donni : 2017):

1. Usia dan Tahap Siklus Hidup
   Pemilihan target kelompok berdasarkan siklus hidup dan umur.
2. Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi
   Pengindentifikasian kelompok profesi yang memiliki minat terhadap produk bahkan mengkhususkan produknya untuk kelompok profesi tertentu.
3. Gaya Hidup
   Konsumen yang berasal dari subbudaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda yang menggambarkan konsep diri konsumen.
4. Kepribadian dan Konsep Diri
   Karakteristik kepribadian pasti berbeda sehingga memengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian digambarkan dengan kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormataan, kemampuan bersosialisasi,

pengetahuan diri, dan kemampuan berprestasi. Penentuan merek berdasarkan gagasan bahwa merek mempunyai kepribadian bahwa mungkin memilih merek yang sesuai dengan kepribadiannya.

Faktor Psikologi

Faktor psikologi ini (Donni : 2017) terdiri atas pertama, motivasi; beberapa kebutuhan bersifat *psychogenic* yang muncul dari, antara lain, kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa keanggotaan kelompok yang kemudian menjadi motif. Motif adalah kebutuhan yang mendorong konsumen untuk bertindak. Motivasi sendiri terbagi dua yaitu motif rasional dan emosional. Motif rasional adalah motif yang didasarkan kenyataan-kenyataan yang ditunjukkan oleh suatu produk kepada konsumen, yaitu faktor ekonomi seperti faktor penawaran permintaan, harga dan kualitas, pelayanan, ketersediaan barang, ukuran efisien, keawetan. Motif emosional yang berkaitan dengan perasaan seperti rasa cinta, kenyamanan yang bersifat subjektif (Swasta dan Hani, 2000 dalam Subianto : 2007). Kedua, persepsi; konsumen yang termotivasi akan siap bertindak karena munculnya motivasi yang dipengaruhi persepsinya tentang suatu produk yang tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik, tetapi lingkungan sekitar dan kondisi individu konsumen tersebut. Ketiga, pembelajaran yaitu adanya perubahan perilaku yang timbul dari pengalaman atau hasil belajar yang melalui perpaduan antara dorongan, rangsangan, isyarat bertindak, tanggapan, dan penguat. Keempat, keyakinan dan sikap; keyakinan '*belief*' adalah gambaran pemikiran yang dianut konsumen yang menjadi salah satu penentu dalam pemilihan produk. Sikap '*attitude*', yaitu suatu evaluasi, perasaan emosional, dan adanya kecondongan atas suatu tindakan yang menguntungkan atau tidak dan bertahan lama terhadap suatu objek atau gagasan.

Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam memfokuskan pada sikap umat muslim terhadap harta termasuk dalam perilaku mencari harta (Kurniati : 2016). Sakti (dalam Kurniati, 2016) menjelaskan ada empat prinsip utama dalam sistem ekonomi Islam yang diisyartakan dalam Al Qur'an yaitu :

1. Hidup hemat dan tidak bermewahan. Qardhawi (dalam Kurniati,1997) menjelaskan bahwa segala tindakan ekonomi hanya untuk memenuhi kebutuhan bukan untuk memuaskan keinginan.
2. Implementasi zakat dan sejenisnya. Muflih (dalam Kurniati, 2006) menjelaskan bahwa zakat, infaq, shadaqah, wakaf, dan hadiah sebagai saluran konsumsi sosial.
3. Larangan riba dan menjadikan sistem bagi hasil sebagia pengganti sistem kredit.
4. Usaha yang halal dalam segala aspek.
5. Adanya konsep dunia dan akhirat menjadikan Islam memiliki dua konsep konsumsi yaitu konsumsi untuk kepentingan dunia dan konsumsi untuk kepentingan akhirat. Kesuksesan muslim tidak diukur dari kekayaannya, tetapi dari moralnnya dalam berperilaku.

Karakteristik Perilaku Konsumen Muslim

Teori perilaku konsumsi Islam berbeda dengan teori konvensional. Perbedaan ini terletak pada nilai dasar sebagai fondasi, teori, motif, tujuan konsumsi dan teknik pemilihan, dan alokasi anggaran berkonsumsi (Wigati, 2011).

Metwally (dalam Rianto Al Arif : 2015) membaginya ke dalam lima karakter:

1. Fungsi objektif konsumsi bagi muslim bukan hanya *output* dan memilikinya, tetapi yang utama adalah mendapatkan ridha Allah SWT.
2. Wajib patuhi larangan mengonsumsi beberapa komoditas seperti alkohol dan daging babi.
3. Larangan bunga yang disamakan dengan riba.
4. Optimisasi konsumsi adalah pendapatan bersih dipotong zakat.
5. Larangan berlebihan.

Bunga Bank adalah Riba

Abu al-Walid dalam Kulsum (2014 : 69) berpendapat menurut para *fuqaha,* riba adalah pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil baik dalam utang piutang maupun jual beli. Pelarangan bunga bank yang disamakan dengan riba diharamkan *jumhur* ulama. Pertimbangannya adalah moral dan kemanusiaan karena esensi pelarangan riba adalah penghapusan segala bentuk praktik ekonomi yang menimbulkan kezaliman dan ketidakadilan dan dampak bunga terhadap perekonomian yang menyebabkan terhambatnya pertumbuhan ekonomi.

Proses Pengambilan Keputusan

Ada tahapan–tahapan pengambilan keputusan yang ditempuh untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Tahapan-tahapan tersebut antara lain sebagai berikut (Tjiptono: 2015).

1. Pengidentifikasian kebutuhan, yaitu proses pembelian atau pemilihan diawali adanya stimulus yang mendorong diri untuk memilih barang atau jasa yang berupa commercial cues atau stimuli pembelian karena adanya promosi, social cues atau stimulus dari kelompok referensi dan *phisycal cues* atau stimulus karena munculnya haus, lapar, lelah, dan *biologocal cues* lainnya. Stimulus ini memengaruhi kebutuhan akan produk.
2. Pencarian informasi dilakukan secara pasif dan proaktif. Pencarian pasif yaitu mengakses dan mengandalkan memorinya tentang informasi-informasi yang relevan dengan kebutuhan atau keinginan, yang berkaitan dengan pemilihan produk ssebagai bahan pertimbangan untuk dibeli. Pencarian proaktif misalnya bertanya kepada teman.
3. Pengevaluasian alternatif, yaitu mengevaluasi dan menyeleksi untuk pilihan akhir bisa secara sistematis dan bisa secara nonsistematis atau random bahkan mengandalkan intuisi.
4. Pembelian dan konsumsi yaitu tahapan pengeliminasian pilihan yang sesuai dengan standar yang ditetapkan sebelum memilih produk

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan di pasar Tradisional Pekalongan untuk mengetahui gejala objektif yang terjadi di lapangan (Fathoni: 2006). Penulis ingin meneliti fenomena pedagang muslim ketika memilih lembaga keuangan atau rentenir untuk melakukan peminjaman. Adapun sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan kejadian yang terjadi sekarang (Noor: 2011); menjabarkan pengambilan keputusan para pedagang muslim dan faktor penentu pemilihan tempat peminjaman ke lembaga keuangan dan rentenir ditinjau dari lima karakteristik perilaku konsumen muslim.

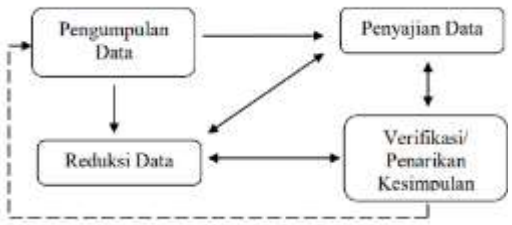
Sumber data primer adalah sumber pertama data diperoleh dari objek penelitian yaitu para pedagang muslim yang melakukan pinjaman baik di lembaga keuangan ataupun rentenir di pasar Pekalongan Lampung Timur. Sumber data sekunder adalah sumber data kedua seperti

dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian (Noor : 2011), seperti buku *Perilaku Konsumen* karya Mulyadi Nitisusastro, kuesioner dan dokumen profil pasar Pekalongan. Kuesioner yang akan diajukan antara lain profil informan (nama, pemilihan peminjaman yaitu lembaga keuangan atau rentenir, jumlah pinjaman, dan penggunaan pinjaman), pengambilan keputusan, faktor memilih lembaga keuangan atau rentenir untuk melakukan pinjaman, dan pertimbangan prinsip larangan riba dalam pemilihan pinjaman pada para pedagang muslim di pasar Pekalongan Lampung Timur.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara dan metode dokumentasi yang dijelaskan dibawah ini :

Pertama, metode Wawancara merupakan proses mendapatkan keterangan dengan bertanya langsung ke responden (Noor : 2011). Dalam menentukan informan, peneliti mengggunakan teknik *snowball sampling*. Teknik ini mengambil sampel dari jumlahnya sedikit ke banyak karena belum mampu memberikan data lengkap (Sugiyono : 2015). Pemilihan ini digunakan dengan pertimbangan bahwa tidak semua pedagang muslim mau dijadikan informan dalam penelitian. Dengan menggunakan teknik *snowball sampling* ini, penulis akan dipermudah dalam pencarian informan serta akan berhenti mewawancarai informan ketika jawaban sudah pada tahap jenuh atau jawaban hampir semua sama. Kedua, metode dokumentasi yang digunakan untuk mengumpulkan data tertulis yang aktual dan sesuai dengan tujuan penelitian (Muhammad: 2008), antara lain sejarah dan keadaan Pasar Pekalongan Lampung Timur.

Rijali (2018) menjelaskan bahwa dalam openelitian kualitatif, konseptualisasi, kategorisasi dan deskripsi dikembangkan atas dasar kejadian di lapangan sehingga kegiatan pengumpulan data dan analisis data tidak dapat dipisahkan karena berlangsung secara simultan yang prosesnya berbentuk siklus dan interaktif. Miles dan Huberman dalam Rijali (2018: 81 - 82) menjelaskan alur proses analisis data dalam penelitian kualitatif yaitu :



Gambar 1. Proses Analisis data Penelitian Kualitatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pasar Pekalongan Lampung Timur (Dokumentasi Profil Pasar Pekalongan Lampung Timur : 2018)

Pasar Pekalongan mulai berdiri sekitar tahun kemerdekaan Indonesia pada 1945, berupa pasar kecil yang hanya berupa kumpulan gubuk tanpa dinding sebagai tempat berdagang. Pasar ini terletak di pinggir jalan penghubung utama menuju Lampung Timur, dari arah Metro. Pasar Pekalongan beroprasi mulai pukul 06.00 sampai sekitar pukul 14.00 setiap hari. Merujuk pada data Dinas Pasar, Pertamanan dan Kebersihan Kota Kabupaten Lampung Timur tahun 2016, di pasar Pekalongan terdapat toko dengan ukuran 3x3 m2 sebanyak 180 toko, toko ukuran 2,5 x 2,5 m2 sebanyak 144 toko, dan toko tenda dengan ukuran 2 x 1,5 m2 sebanyak 294 toko. Komoditas yang dijual antara lain bahan pangan mentah berupa sayur mayur, bahan kue, buah-buahan, telur, ayam potong, daging, dan ikan. Selain pangan, komoditas yang dijual di pasar Pekalongan adalah sandang, meliputi pakaian jadi, kain, tas, dan sepatu. Di luar

pangan dan sandang, ada juga pedagang yang menjual alat-alat rumah tangga, elektronik, kosmetik, kebutuhan pertanian, kelontongan, sarana telekomunikasi, perhiasan, sampai usaha jahit. Barang yang dijual di Pasar Pekalongan berasal dari daerah sekitar walaupun ada beberapa komoditas yang berasal dari wilayah lain karena komoditas tersebut tidak diproduksi di kawasan sekitar Pasar Pekalongan, seperti bawang merah, bawang putih, dan kedelai.

Banyaknya jumlah pedagang muslim yang melakukan pinjaman ke lembaga keuangan dan rentenir serta sulitnya mendapatkan informan yang mau diwawancarai menyebabkan digunakannya teknik *snowball sampling.* Berikut ini adalah hasil wawancara dengan para pedagang muslim di pasar Pekalongan yang telah dan sedang melakukan pinjaman ke lembaga keuangan atau rentenir.

Pertama, Y (wawancara 11 Agustus 2019), seorang pedagang kopi. Y melakukan pinjaman di BRI untuk tambahan modal usaha dan tertarik oleh penjelasan *marketing* BRI yang datang ke tempatnya tentang promo bunga yang lebih rendah dan sedang berlaku pada saat itu dibandingkan sebelumnya. Menurut Y, pencairan di BRI ini tidak begitu sulit, sama saja dengan bank lainnya yaitu mulai dari penyerahan berkas persyaratan, barang jaminan hingga survei dari pegawai bank yang tidak dipersulit. Y mengetahui bahwa BRI menggunakan sistem bunga yang sama dengan riba dalam Islam, namun Y tidak begitu mengindahkan hal tersebut karena yang terpenting bukan dengan sistem apa yang berjalan, melainkan berapa besar jumlah uang yang harus dikembalikan. Hingga saat ini, Y masih percaya dan setia melakukan pinjaman ke BRI. Menurutnya, bunga yang ditawarkan oleh lembaga keuangan lain juga sama saja besarnya. Terlebih lagi jika Y meminjam ke lembaga keuangan lain harus memulai proses pengajuan kredit dari awal. Namun, jika di BRI, Y tidak membutuhkan proses yang panjang karena sudah beberapa kali melakukan pinjaman dan tidak pernah ada masalah dalam membayar angsuran sehingga tentunya Y juga akan dipermudah pada saat melukakan pinjaman selanjutnya.

Kedua, I seoarang pedagang es campur (Wawancara 11 Agustus 2019) yang juga meminjam di BRI karena membutuhkan modal usaha; adanya promo bunga yang dijelaskan oleh *marketing* BRI. I juga pernah melakukan pinjaman ke rentenir, tetapi sudah tidak lagi sebab bunganya lebih besar dibandingkan bunga di BRI.. Mengenai bunga, I mengaku tidak begitu paham tentang larangan bunga dalam Islam sehingga tidak mempermasalahkan jika ia melakukan pinjaman dengan sistem bunga.

Ketiga, D seorang pedagang jamur (Wanwancara 11 Agustus 2019) yang menjelaskan bahwa D melakukan pinjaman ke BMT karena D membutuhkan modal tambahan. D mendapatkan informasi dari temannya yang telah melakukan pinjaman lebih dulu di lembaga keuangan yang sama. Proses pengajuan pinjaman di lembaga keuangan tersebut tidak begitu rumit sama halnya dengan lembaga keuangan pada umunya. D menggunakan BPKB kendaraan bermotor sebagai jaminan atas pinjamannya. D memilih lembaga keuangan tersebut karena sudah pasti BMT menggunakan sistem bagi hasil tanpa ada praktik riba di dalamnya. Menurutnya, itu adalah hal yang penting untuk menghindari praktik riba.

Keempat, R (Wawancara 13 Agustus 2019) yang melakukan pinjaman ke rentenir karena membutuhkan tambahan modal dan juga untuk biaya pendidikan anaknya. R memilih meminjam ke rentenir karena prosesnya sangat cepat. Selai itu,waktu dan tempat juga fleksibel dan tentunya tanpa

jaminan. Jika R meminjam ke rentenir, dalam sehari sudah mendapatkan pinjaman yang dibutuhkan. R juga pernah melakukan pinjaman di sejumlah lembaga keuangan namun menurutnya rentenir tetap yang termudah dan fleksibel. Hal tersebut membuatnya yakin untuk memilih rentenir. Saat ditanyakan mengenai larangan bunga dalam Islam, R mengetahui bahwa bunga dilarang dalam Islam. Namun, karena keuntungan dari penjualan jamur yang kurang mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari, sedangkan R memiliki tiga orang anak yang masih bersekolah dan biaya hidup yang cukup besar serta seringnya muncul kebutuhan yang sangat mendesak, membuatnya terus melakukan pinjaman ke rentenir apalagi rentenir tidak membutuhkan jaminan.

Kelima, N seorang pedagang pakaian (Wawancara 13 Agustus 2019) yang meminjam ke rentenir untuk tambahan modal usaha. N memutuskan memilih pinjam ke rentenir karena proses yang cepat, mudah, dan tanpa jaminan. N mendapatkan informasi tentang rentenir dari para pedagang yang memiliki pengalaman meminjam ke rentenir juga karena tidak perlu adanya jaminan. N mengetahui bahwa bunga yang harus dibayarkan ke rentenir lebih besar dibandingkan lembaga keuangan formal, tetapi tetap memilih rentenir karena alasan di atas. Saat ditanyakan mengenai sistem bunga termasuk riba yang dilarang dalam Islam, N tidak mengetahui hal tersebut. Kalaupun mengetahui, N tidak mempersoalkan riba ataupun tidak karena menurutnya hal tersebut sama saja. Menurutnya, keuntungan yang diminta BMT dan lembaga keuangan sama saja dengan yang ditawarkan oleh rentenir yang terpenting adalah besarnya jumlah yang harus dikembalikan nantinya.

Keenam, W seorang pedagang kelapa (Wawancara 13 Agustus 2019) yang meminjam ke BTPN Syariah untuk tambahan modal usahanya. W memutuskan melakukan pinjaman ke BTPN Syariah karena mendapatkan informasi dari tetangganya yang telah melakukan pinjaman disana. Bank tersebut tidak berada di sekitar Pasar Pekalongan namun ada karyawan bank yang berkeliling mencari nasabah ke desa-desa melalui kelompok yang berpusat di satu rumah sebagai pusat kegiatan yang mengadakan pertemuan setiap dua minggu sekali. Dari pertemuan kelompok di desa inilah, W mendapatkan informasi tersebut dan tidak perlu ke bank untuk membayar angsuran karena karyawan BPTN Syariah yang akan berkeliling untuk mengambil uang angsuran. Hal tersebut tentunya memudahkan dirinya untuk membayar angsuran. Selain itu, untuk melakukan pinjaman di lembaga keuangan tersebut, tidak dibutuhkan jaminan. Hal tersebut tentunya sangat menarik karena untuk pinjaman yang cukup besar tidak dibutuhkan jaminan. Berbeda dengan lembaga keuangan formal lainnya yang sudah pasti mensyaratkaan jaminan ketika meminjam. Dengan berbagai kemudahan jika dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya, W tertarik melakukan pinjaman di lembaga keuangan tersebut. W juga semakin yakin karena bank tersebut berlabelkan syari'ah yang sudah tentu menggunakan sistem bagi hasil sehingga W dapat terhindarkan dari praktik riba.

Ketujuh, Ye seorang pedagang sayur (Wawancara 13 Agustus 2019) yang meminjam uang ke rentenir karena prosesnya yang cepat dan tidak rumit dibandingkan dengan lembaga keuangan serta tidak ada jaminan dan dana yang dibutuhkan tidak terlalu banyak yakni di bawah Rp500.000,00 yang digunakan untuk menambah modal dagangan. Ye kurang memahami tentang bunga adalah riba karena Ye hanya lulusan SMA yang tidak berbasis Islam sehingga sangat minim

mengenai pengetahuan tentang riba, tetapi Ye berpandangan bahwa riba atau tidak adalah sama saja; yang utama adalah pemenuhan kebutuhan finansial yang mendesak yang hanya bisa didapatkan dari rentenir. Selain itu, proses yang sangat mudah dan tanpa jaminan menjadi keputusan Ye memilih meminjam ke rentenir.

Kedelapan, F (Wawancara 13 Agustus 2019) seorang pedagang sembako yang meminjam di BTPN Syariah. Ia melakukan pinjaman karena membutuhkan tambahan modal. F mendapatkan informasi mengenai lembaga keuangan tersebut dari tetangganya yang telah melakukan pinjaman di lembaga keuangan yang sama. F dapat meminjam uang dengan jumlah yang cukup besar tanpa adanya jaminan. Peminjaman ke BTPN Syariah tidak membutuhkan barang jaminan meskipun harus melalui prosedur yang sedikit rumit pada awal peminjaman. Namun, ia mengatakan jika sudah melakukan pinjaman kedua kali dan seterusnya, tidak lagi diperlukan proses yang rumit. Selain itu, F percaya jika bank tersebut terhindar dari praktik riba karena berlabelkan syari'ah. Hal ini semakin membuatnya yakin untuk memilih lembaga keuangan tersebut sebagai tempat untuk melakukan pinjaman guna tambahan modal usahanya.

Kesembilan, berdasarkan hasil wawancara dengan Nr seorang pedagang kue (Wawancara 13 Agustus 2019) di Pasar Pekalongan yang melakukan pinjaman ke rentenir dan BTPN Syariah karena kedua lembaga keuangan tersebut tidak menggunakan jaminan untuk meminjam sejumlah uang. Nr mengatakan melakukan pinjaman untuk tambahan modal dan biaya sekolah anaknya. Nr terpaksa memilih meminjam uang ke rentenir karena kebutuhan yang sangat mendesak. Nr membutuhkan tambahan modal untuk usahanya, sedangkan penghasilan per hari hanya cukup untuk kebutuhan sehari-hari bahkan terkadang kurang. Biaya konsumsi keluarganya yang cukup besar ditambah lagi Nr harus membiayai pendidikan anaknya semuanya dilakukan seorang diri karena Nr merupakan seorang *single parent*. Nr terpaksa melakukan pinjaman ke rentenir karena tidak memiliki barang jaminan jika harus meminjam uang ke lembaga keuangan formal khususnya yang menggunakan sistem bagi hasil seperti BMT. Nr sadar jika riba dilarang dalam Islam, tetapi tidak memiliki pilihan lain demi keberlangsungan hidup keluarganya dan pendidikan anak-anaknya. Selain itu, Nr dapat melakukan pinjaman ke BTPN Syari'ah dengan jumlah yang cukup besar. Ia mengatakan uang hasil pinjaman ke BTPN Syari'ah digunakan untuk biaya pendidikan saat anaknya akan melanjutkan pendidikan ke jenjang SMA. Uang hasil pinjaman digunakan untuk tambahan modal yang tidak dapat tertutupi dengan penghasilan setiap harinya.

Kesepuluh, Ha seorang pedagang sayuran (Wawancara 13 Agustus 2019) yang meminjam di BMT yang dekat dengan Pasar Pekalongan untuk kebutuhan pribadi. BMT dipilih karena rekomendasi dari adiknya yang terlebih dahulu meminjam ke BMT tersebut. Selain itu, pelayanannya yang cukup ramah, pengajuan yang cepat, dan kemudahan dalam pembayaran angsuran. Ha pernah meminjam ke koperasi, tetapi memiliki pengalaman yang kurang menyenangkan, yaitu mendapatkan perlakuan kurang baik saat penagihan angsuran oleh karyawan koperasi, sedangkan di BMT karyawannya lebih ramah dan sopan dalam pelayanan.

Kesebelas, Su seorang penjual nasi urap (Wawancara 13 Agustus 2019) yang mengatakan bahwa Su meminjam di salah satu koperasi yang berada dekat dengan Pasar Pekalongan. Hal ini disebabkan Su

membutuhkan tambahan modal untuk usahanya. Su memutuskan untuk melakukan pinjaman ke koperasi tersebut karena memiliki kerabat yang bekerja di koperasi tersebut sehingga untuk proses pencairan uang, pinjamannya dapat berlangsung cepat. Ia mengetahui jika di koperasi tersebut digunakan sistem bunga, namun ia tidak mengetahui jika sistem bunga merupakan praktik riba yang dilarang dalam Islam. Hal ini disebabkan ia sangat kurang pemahaman tentang riba dan ia juga kurang mendapatkan pembelajaran tentang agama Islam baik saat di bangku sekolah maupun di lingkungan rumahnya.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat ketahui proses pengambilan keputusan dari 11 pedagang muslim di pasar Pekalongan yaitu sebagai berikut :

Pertama, Y (pedagang kopi) yang membutuhkan tambahan modal kerja dan memilih BRI karena mendapatkan informasi dari marketing BRI yang datang ke tempat usahanya dan Y melanjutkan perpanjangan pinjaman ke BRI karena tingkat bunga yang sedang turun.

Kedua, I (pedagang es campur) yang membutuhkan tambahan modal usahanya sehingga melakukan pinjaman ke rentenir dan BRI.

Ketiga, D (pedagang jamur) yang membutuhkan tambahan modal kerja yang kemudian mendapatkan informasi tentang BMT dari temannya selain itu ada pertimbangan lainnya yang membuat D memutuskan meminjam ke BMT yaitu proses pengajuan yang tidak begitu rumit serta tidak ada bunga karena sama dengan *riba*.

Keempat, R yang melakukan pinjaman karena membutuhkan tambahan modal, biaya pendidikan anaknya, biaya hidup dan kebutuhan mendesak. Untuk memenuhi kebutuhannya tersebut maka R memilih meminjam ke rentenir karena prosesnya sangat cepat, selain itu waktu dan tempat juga fleksibel dan tentunya tanpa barang jaminan.

Kelima, N (pedagang pakaian) yang membutuhkan tambahan modal usaha dan untuk memenuhi kebutuhannya tersebut, N mendapatkan informasi dari sesama pedagang dan kelebihan meminjam dari rentenir dibandingkan ke lembaga keuangan seperti proses pencairan yang cepat menyebabkan N tetap memilih rentenir.

Keenam, W (pedagang kelapa) yang membutuhkan tambahan modal usahanya dan mendapatkan informasi tentang BTPN Syariah karena ada marketing yang mendatangi kelompok di desa selain itu tidak perlu ke bank untuk membayar angsuran.

Ketujuh, Ye (pedagang sayur) yang membutuhkan tambahan modal usahanya dan memutuskan meminjam ke rentenir karena prosesnya yang cepat, tidak rumit dan tanpa jaminan.

Kedelapan, F (pedagang sembako) yang meminjam karena memenuhi kebutuhan modal usaha dan memutuskan meminjam di BTPN Syariah atas rekomendasi dari tetangga serta adanya pertimbangan tidak adanya barang jaminan.

Kesembilan, Nr (pedagang kue) yang membutuhkan tambahan modal usaha dan biaya pendidikan sekolah anak. Nr memutuskan meminjam ke rentenir dan BTPN Syariah dikarenakan kedua lembaga keuangan tersebut tidak menggunakan barang jaminan untuk meminjam sejumlah uang.

Kesepuluh, Ha (pedagang sayuran) untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan mendapatkan informasi dari adiknya yang sudah melakukan peminjaman ke BMT, selain informasi dari adiknya tersebut, pelayanan yang ramah, proses pengajuan yang cepat dan kemudahan dalam pembayaran angsuran menjadi keputusan Ha memilih BMT.

Kesebelas, Su (penjual nasi urap) yang membutuhkan tambahan modal usahanya dan melakukan pinjaman di salah satu koperasi yang berada dekat dengan Pasar Pekalongan karena adanya kerabat yang bekerja di koperasi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa ada tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan yang dilalui para pedagang di pasar Pekalongan, yaitu sebagai berikut:

1. Pengidentifikasian kebutuhan.
   Ada empat kebutuhan yang menjadi keputusan para pedagang untuk memilih melakukan pinjaman baik ke ke lembaga keuangan maupun rentenir, yaitu memenuhi kebutuhan modal kerja (seluruh pedagang muslim), biaya sekolah (pedagang R dan pedagang Nr), biaya hidup (pedagang R), dan kebutuhan mendesak (pedagang R).
2. Pencarian informasi dilakukan secara pasif dan proaktif. Untuk memenuhi kebutuhannya, para pedagang muslim tersebut, ada yang mencari informasi secara pasif dan ada yang secara proaktif, yaitu
   (1) pencarian informasi secara pasif dengan mendapatkan informasi langsung dari lembaga keuangan (pedagang Y dan pedagang I), mendapatkan informasi dari rentenir (pedagang I) yang mendatangi para pedagang di tempat usaha, mendapatkan informasi dari temannya (pedagang D), dan melalui keluarga (pedagang Su).
   (2) pencarian informasi secara proaktif, yaitu (a) tertarik terhadap sistem jemput bola dalam pembayaran di lembaga keuangan (pedagang W), (b) tidak ada jaminan di lembaga keuangan (pedagang F dan Nr), (c) pelayanan yang ramah dari lembaga keuangan (pedagang Ha), (d) proses pengajuan yang cepat di lembaga keuangan (pedagang Ha), (e) kemudahan pembayaran angsuran di lembaga keuangan (pedagang Ha), (f) proses yang cepat ketika meminjam ke rentenir (pedagang N, pedagang R dan pedagang Ye), (g) waktu dan tempat yang fleksibel yang merupakan keunggulan rentenir (pedagang R) serta (h) rentenir tidak meminta jaminan (pedagang R dan Ye), (i) mengetahui secara langsung keunggulan dari produk yang ditawarkan karena proses pengajuan tidak rumit di lembaga keuangan (pedagang D) dan tidak ada bunga di lembaga keuangan (pedagang D).
3. Pengevaluasian dan penyeleksian sebelum memutuskan pemilihan secara sistematis dan bisa secara nonsistematis atau acak bahkan mengandalkan intuisi. Di sini terlihat bahwa pedagang Y, I, D, R, N, Ye, F, Nr, Ha, dan Su dalam memilih, diputuskan secara sistematis. Perbedaanya terletak pada pedagang D, W, dan Fe yang mempertimbangkan nilai agama (pelarangan riba) dalam proses pengambilan keputusan ini.
4. Pengambilan keputusan terakhir. Kesemua pedagang muslim memutuskan pemilihan pengajuan pinjaman ke lembaga keuangan dan rentenir.

Berdasarkan proses pengambilan keputusan tersebut, dapat diketahui bahwa

ada faktor-faktor internal dan faktor eksternal yang melatarbelakangi para pedagang muslim dalam memilih lembaga keuangan dan rentenir untuk melakukan pinjaman. Faktor-faktor tersebut sebagai berikut.

1. Faktor internal.
   Pada faktor internal, ada faktor psikologis yang memengaruhi motivasi. Faktor-faktor itu ada empat, yaitu faktor motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap. (a) Faktor motivasi. Seluruh pedagang muslim memiliki motif dalam melakukan peminjaman yaitu pemenuhan kebutuhan yaitu kebutuhan modal kerja, kebutuhan hidup, kebutuhan pribadi, dan biaya sekolah. (b) Persepsi. Seluruh pedagang muslim memiliki persepsi yang positif terhadap keputusan akhir dalam pemilihan lembaga keuangan atau rentenir untuk melakukan peminjaman. (c) Sikap yang muncul dari perasaan emosional dan kecenderungan pada tindakan menguntungkan dan tidak menguntungkan yang menyebabkan pedagang muslim bertahan lama di lembaga keuangan atau rentenir yang terlihat pada pedagang Y dan I (fokus kepada adanya promo diskon bunga), pedagang R (kebutuhan yang mendesak yang harus segera dipenuhi yang hanya bisa dipenuhi oleh rentenir), (d) Pembelajaran sebelum memutuskan pemilihan (seluruh pedagang muslim kecuali pedagang Su)
2. Faktor eksternal yaitu referensi kelompok (pedagang D,W,F,Ha dan Su) dan faktor budaya yaitu nilai agama yang menjadi pedoman dalam penentuan pemilihan pinjaman (pedagang D.W dan F)

Di sini terlihat bahwa faktor nilai agama, yaitu adanya keyakinan bahwa nilai agama menjadi keyakinan hidup seorang pedagang muslim dalam menjalankan aktivitas bisnisnya yang seharusnya memengaruhi keputusan dalam memilih lembaga keuangan dan rentenir dalam melakukan pinjaman, ternyata hanya dimiliki oleh tiga pedagang muslim, sedangkan delapan pedagang muslim lainnya lebih memperhatikan faktor lain sebagai faktor penentu dalam pengambilan keputusan. Ini menjadi perhatian bagi lembaga keuangan berbasis syariah karena masyarakat menjadikan lembaga keuangan umum dan rentenir sebagai tempat untuk melakukan transaksi peminjaman dibandingkan lembaga keuangan syariah. Alasan utamanya adalah kemudahan serta adanya pandangan atau persepsi bahwa lembaga keuangan syariah sama saja dengan lembaga keuangan umum dan rentenir. Faktor nilai-nilai agama tidak diperrhatikan. Kehadiran lembaga keuangan syariah belum mampu memenuhi kebutuhan pedagang muslim terutama kebutuhan dana modal kerja. Jadi, bukan hanya menguatkan strategi pemasaran saja, tetapi yang lebih fundamental lagi yaitu menguatkan eksistensi lembaga keuangan syariah di masyarakat yang bukan hanya sebagai lembaga bertujuan profit, tetapi juga sosial dan religius.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa para pedagang muslim di pasar Pekalongan melalui seluruh tahapan dalam pengambilan keputusan dalam memilih lembaga keuangan atau rentenir untuk melakukan pinjaman, yang dimulai dari mengidentifikasi kebutuhan hingga pengambilan keputusan akhir. Proses pengambilan tersebut memperlihatkan adanya faktor-faktor penentu yaitu faktor internal yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap, dan dari faktor eksternal yaitu referensi kelompok

(faktor sosial) dan nilai agama (faktor budaya). Dapat disimpulkan bahwa nilai agama ternyata hanya dimiliki oleh tiga pedagang muslim, sedangkan delapan pedagang muslim lainnya lebih memperhatikan faktor lain sebagai faktor penentu dalam pengambilan keputusan.

Saran bagi para pedagang muslim di Pasar Pekalongan dalam memilih lembaga keuangan hendaknya mengedepankan faktor budaya yaitu mengedepankan nilai-nilai agama Islam sebagai bentuk ketundukkan dan ketaatan terhadap ajaran yang dianut.

Bagi lembaga keuangan yang berbasis Islam, tentunya menjadi catatan penting bahwa tingginya jumlah pedagang muslim di Pasar Pekalongan yang lebih memilih lembaga keuangan berbasis bunga dan rentenir dibandingkan lembaga formal berbasis Islam dengan berbagai faktor penentu tersebut, dan juga menjelaskan bahwa banyaknya kelemahan dari lembaga keuangan berbasis syariah untuk menguatkan peran lembaga keuangan syariah di masyarakat yang bukan hanya *profit oriented*, tetapi juga *social* dan *religious oriented* serta memberikan pelayanan jasa ke para pedagang muslim di Pasar Pekalongan secara baik.

Penelitian ini memiliki kelemahannya yaitu hanya membatasi pada para pedagang muslim di pasar tradisional Pekalongan Lampung Timur dengan jumlah informan yang masih terbatas sehingga gambaran tentang hal tersebut belum terlihat secara lengkap. Dibutuhkan penelitian yang mendalam mengenai hal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, S. 2013. *Sistem Ekonomi Islam : Filosofi dan Bangunannya.*

Anoraga, P. 2000. *Manajemen Bisnis.* Jakarta: PT Rineka.

Ardi Surya Satria dan Apriyani Dorkas Rambu Atahua. 2016. "Menguak Eksistensi Rentenir : Studi Relationship Lending di Pasar Kutoarjo (Vol. 2). Rembang, Jawa Timur," *Buletin Bisnis dan Manajemen STIE YPPI Rembang*. Retrieved Agustus 2016, from http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/790600

Arif, M. N. 2012. *Lembaga Keuangan Syariah : Suatu Kajian Teoritis Praktis.* Bandung: CV Pustaka Setia.

Arif, M. N. 2015. *Pengantar Ekonomi Syariah : Teori dan Praktik.* Bandung: CV Pustaka Setia.

Basu Dharmesta Swasta dan Handoko T. Tani. 2000. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Fathoni, A. 2006. *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi.* Jakarta: Rineka Cipta.

Hardius, U. 2015. "The Role of Religious Norms on Selecting The Islamic Bank", *al Iqtishad UIN Jakarta, 7 Nomor 1*. Retrieved from http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/iqtishad/article/view/1356. Januari

Harjoni dan Reza Fahmi. 2018. "Pembiayaan Permodalan Ideal dalam mengatasi Praktek Rentenir. *JEBI, 3 Nomor 3*. Retrieved from https://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/jebi/article/view/142. Januari - Juni

Kalsum, U. 2014. "Riba dan Bunga Bank dalam Islam : Analisi Hukum dan Dampaknya terhadap Perekonomian Umat", *al-'Adl IAIN Kendari, 7 Nomor 7*. Retrieved from http://ejournal.iainkendari.ac.id/al-adl/article/view/220. Juli.

Kurniati. 2016. "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, 6 No. 1*. Retrieved from

http://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/387/377. Juni.

Muflih, M. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Muhamad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam.* Jakarta: Rajawali Pers.

Nitisusastro, M. 2013. *Perilaku Konsumen* . Bandung,:Indonesia: Alfabeta.

Noor, J. 2011. *Metodologi Penelitian* . Jakarta, Indonesia: Kharisma Putra Utama.

Patriana, E. 2018. "Analisis Faktor Penentu Keputusan Konsumen Muslim dalam Memilih Jasa Perbankan : Bank Syariah vs Bank Konvensional", *al - Masraf Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, 3*(1). Retrieved from http://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/almasraf/article/view/168/173. Januari – Juni.

Pekalongan, D. P. 2018. *Dokumentasi Profil Pasar Pekalongan Lampung Timur Tahun 2018.* Dinas Pasar Pekalongan Lampung Timur.

Priansa, J. 2017. *Perilaku Konsumen dan Persaingan Bisnis Kontemporer.* Bandung: Alfabeta.

Qardhawi, Y. 1999. *Norma dan Etika Ekonomi Islam.*

Qurtubi, A. a.-w. 1981. *Bidayah al-Mujtahid wa an-Nihayah al-Muqyasid* (Vol. 2). Dar al-Ma'rifah.

Regar Elisa dan Idah Zuhroh. 2017. "Peran Bank Thitil dalam Kehidupan Masyarakat Ekonomi Lemah", *Jurnal Ilmu Ekonomi, 1 Jilid 1*. Retrieved from http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jie/article/view/5399

Rini Dwiastuti, Agustina Shinta dan Riyanti Isaskar. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen* (Pertama ed.). Malang: UB Press.

Subianto, T. 2007. "Studi tentang Perilaku Konsumen beserta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian", *Modernisasi, 2 Nomor 3*. Retrieved from http://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JEKO/article/view/945. Oktober

Sugiono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Wigati, S. 2011. "Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam", *Maliyah Jurnal Hukum Bisnis Islam, 1 Nomor 1*. Retrieved from http://jurnalfsh.uinsby.ac.id/index.php/maliyah/article/view/345

Zuhaili, W. A. 2011. *Fiqh Islam : Wa Adillatuhu* (Vol. Jilid). Jakarta: Gema Insan