Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi
Volume 3, Nomor 3, Mei 2026
E-ISSN .: 3046-983X, P-ISSN .: 3046-9015, Hal. 21-32
DOI: https://doi.org/10.61132/jiesa.v3i3.2228
Tersedia: https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIESA

Dinamika Persepsi Nasabah Pembiayaan UMKM di BMT NU Kantor Wilayah Ngoro terhadap Keberlanjutan Usaha

Elsa Setya Putri[1*], Naily El Muna[2], Ashlihah[3]
[1-3]Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas KH. Abdul Wahab Hasbullah, Indonesia
Email: putrisasa239@gmail.com [1], *naely@unwaha.ac.id* [2], *ashlihah@unwaha.ac.id* [3]
**Penulis Korespondensi: putrisasa239@gmail.com*

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the economy, yet limited access to capital remains a major obstacle. Sharia financing from Islamic microfinance institutions is expected to support MSME business sustainability. This study aims to analyze MSME customers' perceptions of sharia financing, identify the internal and external factors influencing these perceptions, and examine the dynamics of perception changes after receiving multiple financing facilities. This research employs a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation from MSME customers receiving sharia financing at BMT NU Ngoro Regional Office. Data validity was ensured through source and method triangulation. The findings indicate that MSME customers generally hold a positive perception of sharia financing. It is perceived as offering easy procedures, good service quality, and compliance with Islamic principles, thereby supporting capital increase and business sustainability. Perceptions are influenced by internal factors such as business experience and motivation, as well as external factors including market conditions and competition. Furthermore, customers' perceptions tend to become progressively more positive as their experience with receiving financing increases. The significant role of interpersonal service quality and mentoring in shaping positive perceptions is a key finding. In conclusion, sharia financing at BMT NU Ngoro Regional Office plays a vital role in supporting MSME business sustainability. Consequently, continuous improvement in service quality and business assistance is necessary.*

Keywords: *Business Sustainability; BMT NU; Customer Perception; MSMEs; Sharia Financing*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian, namun keterbatasan akses permodalan masih menjadi kendala utama. Pembiayaan syariah dari lembaga keuangan mikro syariah diharapkan mampu mendukung keberlanjutan usaha UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi nasabah UMKM terhadap pembiayaan syariah, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi persepsi tersebut, serta mengetahui dinamika perubahan persepsi setelah beberapa kali menerima pembiayaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap nasabah UMKM penerima pembiayaan syariah di BMT NU Kantor Wilayah Ngoro. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah UMKM terhadap pembiayaan syariah secara umum bersifat positif. Pembiayaan syariah dinilai memberikan kemudahan prosedur, pelayanan yang baik, serta kesesuaian dengan prinsip syariah sehingga mendukung peningkatan modal dan keberlanjutan usaha. Persepsi nasabah dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengalaman dan motivasi usaha, serta faktor eksternal berupa kondisi pasar dan persaingan. Temuan penting menunjukkan bahwa kualitas pelayanan interpersonal dan pendampingan berperan signifikan dalam membentuk persepsi positif. Selain itu, persepsi nasabah cenderung semakin positif seiring bertambahnya pengalaman menerima pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan syariah di BMT NU Kantor Wilayah Ngoro berperan penting dalam mendukung keberlanjutan usaha UMKM. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan dan pendampingan usaha perlu terus dilakukan.

Kata kunci: BMT NU; Keberlanjutan Usaha; Persepsi Nasabah; Pembiayaan Syariah; UMKM

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM merupakan salah satu sektor yang mampu bertahan di tengah fluktuasi perekonomian global serta memiliki daya serap tenaga kerja yang sangat tinggi. Kontribusi UMKM Indonesia dalam penyerapan tenaga kerja menjadikannya

Naskah Masuk: 11 Maret 2026; Revisi: 12 April 2026; Diterima: 15 Mei 2026; Terbit: 22 Mei 2026

sebagai sektor prioritas yang terus mendapatkan perhatian dari berbagai pihak, baik pemerintah, akademisi, maupun lembaga keuangan syariah. Meskipun demikian, kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM belum sepenuhnya mendapat dukungan optimal dari berbagai stakeholder, khususnya lembaga perbankan yang seharusnya menjadi penyedia modal utama bagi pelaku usaha. Sehingga UMKM mencari cara alternatif lainnya untuk menambah permodalannya dengan cara mengajukan kredit atau pembiayaan pada lembaga keuangan selain bank.

Di tengah tantangan global dan persaingan usaha yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk mampu berkembang secara mandiri, salah satunya melalui akses pembiayaan yang memadai. Tercatat sampai dengan tahun 2016 sebanyak 26.073.689 Usaha Mikro Kecil (UMK) mampu membuka lapangan kerja bagi 59.266.885 orang. Jumlah ini jauh lebih besar dibandingkan dengan Usaha Menengah Besar (UMB) sebesar 348.567 unit usaha yang hanya mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 19.406.401 orang. Namun, hingga saat ini, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam memperoleh akses pembiayaan. Kendala tersebut meliputi keterbatasan jaminan, rendahnya literasi keuangan, ketidaksesuaian produk pembiayaan yang ditawarkan, hingga prosedur pengajuan pembiayaan yang dianggap rumit oleh sebagian pelaku usaha. Situasi ini berdampak langsung pada kemampuan UMKM untuk mengembangkan usaha, menambah kapasitas produksi, ataupun memperluas pasar.

Hal ini menunjukkan pentingnya memahami persepsi pelaku UMKM terhadap layanan pembiayaan yang tersedia, termasuk pembiayaan syariah dari Baitul Maal wat Tamwil Nahdlatul Ulama (BMT NU) , khususnya di wilayah Jombang. Baitul Maal wat Tamwil Nahdlatul Ulama (BMT NU) sebagai salah satu institusi keuangan berbasis syariah memiliki peran besar dalam mendukung pertumbuhan UMKM dengan menawarkan berbagai produk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Baitul Maal wat Tamwil Nahdlatul Ulama (BMT NU), dalam praktiknya, telah memberikan sejumlah fasilitas pembiayaan kepada nasabah UMKM untuk mendorong produktivitas dan peningkatan usaha. Namun, keberhasilan pembiayaan tersebut sangat dipengaruhi oleh persepsi nasabah, seperti persepsi terhadap kemudahan prosedur, tingkat margin, kecepatan layanan, hingga kepatuhan pada prinsip syariah. Persepsi positif dapat mendorong nasabah untuk memanfaatkan pembiayaan secara optimal, sedangkan persepsi negatif justru dapat menghambat minat nasabah dalam mengakses layanan pembiayaan, meskipun terdapat kebutuhan modal usaha yang mendesak.

Di Kabupaten Jombang sendiri, UMKM menjadi tulang punggung perekonomian lokal dengan berbagai bidang usaha seperti makanan, kerajinan tangan, tekstil, hingga jasa. Dalam menghadapi dinamika pasar dan kebutuhan ekspansi, pelaku UMKM di daerah ini sangat

memerlukan dukungan finansial yang sesuai dengan karakteristik usaha mereka. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi bagaimana persepsi nasabah terhadap produk pembiayaan syariah di Baitul Maal wat Tamwil Nahdlatul Ulama (BMT NU), serta dampaknya dalam meningkatkan kinerja usaha mereka. Penelitian ini juga berusaha mengungkap apakah terdapat hubungan signifikan antara kualitas layanan pembiayaan yang diterima dengan perkembangan usaha nasabah, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi Baitul Maal wat Tamwil Nahdlatul Ulama (BMT NU) dalam penyempurnaan produk dan pelayanan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan UMKM. Untuk itu, masyarakat dan pelaku usaha berskala ekonomi mikro dan kecil membutuhkan sistem pembiayaan yang lebih mendukung pada keberhasilan usaha yaitu dengan sistem bagi hasil. Jenis transaksi seperti ini dapat dilakukan oleh lembaga keuangan syariah yang merupakan lembaga keuangan dengan prinsip operasional yang didasarkan pada konsep syariah Islam, yang mengharamkan adanya bunga (riba), dan menerapkan sistem bagi hasil (*profit loss sharing*) pada setiap transaksinya.

Namun demikian, keberhasilan pembiayaan syariah tidak hanya ditentukan oleh produk yang ditawarkan, tetapi juga bergantung pada persepsi nasabah. Persepsi tersebut mencakup bagaimana nasabah menilai kemudahan prosedur pengajuan pembiayaan, transparansi margin, kualitas pelayanan, kedekatan petugas BMT dengan nasabah, hingga kepatuhan lembaga terhadap prinsip syariah. Persepsi positif dari nasabah akan mendorong pemanfaatan pembiayaan secara optimal, sedangkan persepsi negatif dapat mengurangi minat pelaku UMKM dalam mengakses pembiayaan syariah meskipun terdapat kebutuhan modal yang mendesak. Melalui pendekatan penelitian kualitatif, penelitian ini berupaya menggali secara mendalam bagaimana persepsi pelaku UMKM yang menjadi nasabah BMT NU Jombang dalam memanfaatkan pembiayaan syariah. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman holistik dan komprehensif mengenai pengalaman subjektif nasabah dalam berinteraksi dengan layanan pembiayaan yang diberikan. Selain itu, penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami konteks sosial, budaya, dan ekonomi yang memengaruhi pandangan nasabah terhadap pembiayaan syariah.

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan maupun hambatan dalam implementasi pembiayaan syariah bagi UMKM. Melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan, penelitian ini diharapkan dapat mengungkap hubungan antara kualitas layanan pembiayaan dengan perkembangan usaha nasabah. Temuan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi BMT NU dalam menyempurnakan produk serta meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pelaku UMKM di Jombang. Secara umum, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi

pengembangan strategi pembiayaan syariah yang lebih efektif dan berkelanjutan, tidak hanya bagi BMT NU, tetapi juga bagi lembaga keuangan syariah lainnya. Dengan terciptanya sistem pembiayaan yang inklusif, adil, dan sesuai syariah, diharapkan ekosistem UMKM di Kabupaten Jombang maupun daerah lainnya dapat tumbuh lebih sehat, produktif, dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

2. KAJIAN TEORITIS

Persepsi diartikan sebagai suatu proses yang terjadi melalui penginderaan yang dilanjutkan dengan penafsiran, sehingga menghasilkan gambaran atau pandangan tertentu terhadap suatu objek. Persepsi ini tidak terbentuk secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengalaman, pengetahuan, motivasi, kebutuhan, serta keyakinan individu, serta faktor eksternal seperti lingkungan sosial, budaya, informasi yang diterima, dan interaksi dengan pihak lain. Dalam konteks pembiayaan syariah, persepsi nasabah UMKM menjadi indikator penting untuk menilai sejauh mana layanan lembaga keuangan syariah, seperti Baitul Maal wat Tamwil (BMT), dipahami, diterima, dan dirasakan manfaatnya. Persepsi ini mencakup penilaian terhadap kemudahan prosedur, kejelasan akad syariah, kewajaran margin, kualitas pelayanan petugas, serta kepatuhan lembaga terhadap prinsip-prinsip syariah. Persepsi yang positif akan meningkatkan keyakinan nasabah untuk terus menggunakan pembiayaan syariah, sementara persepsi negatif dapat menurunkan minat dan menimbulkan keraguan.

Pembiayaan syariah merupakan instrumen fundamental dalam lembaga keuangan syariah yang berfungsi menyediakan dana dengan prinsip sesuai syariat Islam, yaitu terhindar dari riba, gharar, dan maysir. Akad-akad yang digunakan dalam pembiayaan syariah antara lain murabahah (jual beli dengan margin yang disepakati), mudharabah (bagi hasil antara pemilik modal dan pengelola usaha), musyarakah (kerja sama modal), ijarah (sewa menyewa), dan qardh (pinjaman kebajikan). Dalam konteks BMT, pembiayaan syariah menjadi inti operasional karena menyasar masyarakat kecil dan pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan mengakses perbankan konvensional. BMT tidak hanya menyediakan dana, tetapi juga memberikan pendampingan usaha, edukasi keuangan, serta bimbingan pengelolaan modal, sehingga pembiayaan dapat digunakan secara optimal. Pembiayaan syariah juga berperan strategis dalam mendorong pertumbuhan UMKM, membantu meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pemasaran, dan mempertahankan usaha pada masa krisis.

UMKM didefinisikan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 sebagai usaha produktif milik individu atau badan usaha dengan kriteria tertentu terkait kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. UMKM memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional melalui penyerapan tenaga kerja, pengurangan pengangguran, dan pendorong inovasi produk lokal. Namun, UMKM kerap menghadapi hambatan permodalan dan akses perbankan. Lembaga keuangan syariah seperti BMT diharapkan mampu menjadi solusi dengan menyediakan pembiayaan yang sesuai kebutuhan UMKM, disertai pendampingan usaha yang berlandaskan prinsip keadilan dan transparansi. Skema pembiayaan berbasis bagi hasil menciptakan hubungan yang lebih adil antara lembaga dan nasabah, berbeda dengan sistem bunga konvensional yang cenderung menempatkan seluruh risiko pada nasabah.

Keterkaitan antara persepsi pembiayaan syariah dan peningkatan UMKM menunjukkan bahwa persepsi nasabah berperan penting dalam menentukan sejauh mana pelaku UMKM memanfaatkan layanan pembiayaan untuk mendukung keberlanjutan usaha. Persepsi positif mendorong nasabah untuk memanfaatkan pembiayaan guna menambah modal kerja, memperluas kapasitas produksi, dan meningkatkan kualitas produk. Sebaliknya, persepsi negatif dapat mengurangi minat nasabah mengakses modal, yang berdampak pada stagnasi usaha. Penelitian ini juga mengkaji hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan, antara lain penelitian oleh Rahmawati et al. (2019) tentang kesadaran dan persepsi UMKM terhadap crowdfunding syariah, penelitian oleh Prayogi & Siregar (2017) tentang pengaruh pembiayaan mikro syariah terhadap perkembangan UMKM, penelitian oleh Viana et al. (2022) tentang persepsi pengusaha keripik tempe terhadap pembiayaan bank syariah, penelitian oleh Maryati (2017) tentang peran BPRS dalam pengembangan UMKM agribisnis, serta penelitian oleh Azro'i et al. (2023) tentang pengaruh inklusi keuangan dan modal terhadap keberlanjutan UMKM dengan prinsip maqashid syariah. Hasil-hasil penelitian terdahulu ini menjadi acuan dan landasan bagi penelitian ini untuk menganalisis secara lebih mendalam mengenai dinamika persepsi nasabah pembiayaan UMKM di BMT NU terhadap keberlanjutan usaha, dengan fokus pada tiga rumusan masalah: persepsi nasabah terhadap peran pembiayaan syariah, faktor-faktor yang memengaruhi persepsi tersebut, serta dinamika perubahan persepsi setelah beberapa kali menerima pembiayaan. Kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini menekankan bahwa persepsi nasabah bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh interaksi antara pengalaman langsung dengan layanan pembiayaan, kualitas pelayanan, serta faktor internal dan eksternal yang membentuk cara pandang nasabah terhadap keberlanjutan usaha mereka.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam persepsi nasabah UMKM terhadap pembiayaan syariah di BMT NU Kantor Wilayah Ngoro. Lokasi penelitian ditentukan secara purposif di BMT NU Ngoro, Jombang, dengan subjek penelitian sebanyak 20 nasabah UMKM yang aktif menerima pembiayaan. Pemilihan subjek didasarkan pada kriteria nasabah aktif, pelaku usaha mikro/kecil, bersedia diwawancara, dan memiliki pengalaman menggunakan pembiayaan syariah. Penelitian dilaksanakan pada November hingga Desember 2025.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode, yaitu wawancara mendalam semi-terstruktur dengan nasabah, observasi langsung ke lokasi usaha untuk melihat pemanfaatan dana pembiayaan, serta dokumentasi berupa profil usaha, foto, dan data statistik pembiayaan dari BMT NU. Analisis data mengikuti tiga tahap: reduksi data, penyajian data dalam bentuk narasi dan kutipan, serta penarikan kesimpulan yang diverifikasi ulang kepada informan.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber (membandingkan informasi antar nasabah), triangulasi metode (wawancara, observasi, dokumentasi), member *check*, dan *peer review.* Penelitian ini juga menjunjung tinggi etika penelitian, meliputi *informed consent*, kerahasiaan identitas informan, partisipasi sukarela, komitmen tidak merugikan pihak manapun, kejujuran akademik, serta penggunaan data semata-mata untuk kepentingan ilmiah

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di Baitul Maal wat Tamwil Nahdlatul Ulama (BMT NU) Kantor Wilayah Ngoro yang berlokasi di Desa Banyuarang, Kecamatan Ngoro, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Pengumpulan data dilakukan pada bulan November hingga Desember 2025 melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam terhadap 10 nasabah UMKM yang aktif menerima pembiayaan, observasi langsung ke lokasi usaha nasabah untuk melihat pemanfaatan dana pembiayaan dalam kegiatan operasional sehari-hari, serta dokumentasi berupa profil usaha, foto kegiatan, dan data statistik pembiayaan dari BMT NU. Data yang terkumpul kemudian dianalisis melalui tahap reduksi data, penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif dan kutipan langsung, serta penarikan kesimpulan yang diverifikasi melalui triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah UMKM terhadap pembiayaan syariah di BMT NU secara umum bersifat positif. Persepsi ini terbentuk melalui empat aspek utama, yaitu pemahaman terhadap prinsip dan akad syariah, kemudahan akses pembiayaan,

penilaian terhadap margin, serta kualitas pelayanan dan pendampingan petugas. Dari sisi pemahaman akad, sebagian besar nasabah memahami bahwa pembiayaan syariah bebas dari riba dengan margin yang ditetapkan di awal akad secara transparan, meskipun pemahaman terhadap istilah teknis seperti murabahah atau mudharabah masih bervariasi dan sangat bergantung pada penjelasan petugas. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmawati et al. (2019) yang menyatakan bahwa persepsi UMKM terhadap pembiayaan syariah cukup baik meskipun literasi keuangan syariah masih rendah, serta menegaskan bahwa BMT NU berperan sebagai agen edukasi keuangan syariah di tingkat komunitas.

Kemudahan akses pembiayaan menjadi aspek yang paling dominan dan konsisten disebutkan informan. Prosedur pengajuan dinilai sederhana (cukup dengan KTP, KK, dan keterangan usaha), survei dilakukan cepat, dan pencairan dana dapat direalisasikan dalam hitungan satu hingga beberapa hari. Hasil ini mendukung temuan Prayogi & Siregar (2017) bahwa pembiayaan mikro syariah berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM, serta memperkuat argumen bahwa kemudahan prosedur merupakan faktor kunci bagi pelaku usaha mikro yang membutuhkan modal cepat. Sementara itu, margin pembiayaan dinilai wajar dan transparan karena dijelaskan secara rinci sejak awal akad dan tidak berubah-ubah selama masa pembiayaan. Namun, persepsi terhadap margin bersifat situasional; ketika omzet usaha menurun, margin terasa lebih berat meskipun jumlahnya tetap. Hal ini berbeda dengan temuan Viana et al. (2022) yang menyebutkan bahwa aspek prosedural pembiayaan bank syariah justru mendapat penilaian kurang baik, sedangkan dalam penelitian ini kemudahan prosedur justru menjadi kekuatan utama BMT NU.

Aspek paling kuat dalam membentuk persepsi positif adalah kualitas pelayanan dan pendampingan petugas. Petugas BMT NU dinilai ramah, sabar dalam menjelaskan, mudah dihubungi, serta memberikan pendampingan pasca pencairan berupa kunjungan usaha, komunikasi informal, dan saran pengembangan usaha. Sikap empati saat nasabah mengalami keterlambatan pembayaran (tidak langsung menekan, tetapi mencari solusi bersama) semakin memperkuat kepercayaan dan loyalitas nasabah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Maryati (2017) yang menyatakan bahwa BPRS berperan penting dalam memberikan pembiayaan yang membantu UMKM, namun penelitian ini lebih menekankan bahwa pendampingan personal dan pendekatan humanis merupakan faktor pembeda utama BMT NU dibandingkan lembaga keuangan konvensional.

Faktor internal yang memengaruhi persepsi nasabah terhadap keberlanjutan usaha meliputi pengalaman usaha, motivasi pengembangan usaha, kemampuan mengelola keuangan, disiplin pembayaran angsuran, serta pola pemanfaatan modal. Nasabah dengan pengalaman

usaha lebih panjang cenderung lebih bijak dalam mengalokasikan pembiayaan untuk kebutuhan produktif, seperti menambah stok barang cepat laku atau membeli peralatan produksi. Sebaliknya, nasabah dengan pengalaman terbatas lebih sering mengalami kebingungan dan membutuhkan pendampingan intensif dari petugas. Kemampuan manajerial yang baik memungkinkan nasabah mencatat pemasukan dan pengeluaran, mengatur arus kas, serta memastikan angsuran dibayar tepat waktu, sehingga pembiayaan tidak menjadi beban tambahan. Motivasi tinggi untuk mengembangkan usaha mendorong nasabah memandang pembiayaan sebagai peluang strategis, bukan beban. Temuan ini memperkuat pendapat Tambunan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan modal, tetapi lebih ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usaha secara efisien, disiplin, dan berkelanjutan. Selain itu, keyakinan agama juga menjadi faktor internal yang signifikan; nasabah memilih pembiayaan syariah karena ingin berusaha secara halal dan menjauhi riba, yang sejalan dengan pendapat Antonio bahwa kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah menciptakan ketenangan psikologis dan memperkuat persepsi positif.

Faktor eksternal yang memengaruhi persepsi meliputi kondisi pasar, tingkat persaingan, fluktuasi musiman, dukungan keluarga, kondisi ekonomi lokal, dan pendampingan dari BMT NU. Kondisi pasar yang ramai (misalnya musim hajatan, liburan, atau panen raya) membuat perputaran modal cepat dan angsuran terasa ringan, sementara pasar sepi atau cuaca buruk menyebabkan pendapatan menurun dan angsuran terasa berat. Persaingan usaha yang ketat mendorong nasabah untuk berinovasi, diferensiasi produk, dan promosi kecil-kecilan, sehingga pembiayaan berperan sebagai alat untuk memperkuat daya saing. Dukungan keluarga, seperti bantuan mengelola toko atau mengangkut barang, sangat membantu kelancaran usaha dan kemampuan membayar angsuran. Kondisi ekonomi lokal, seperti gagal panen yang menurunkan daya beli masyarakat, berdampak langsung pada omzet usaha. Pendampingan dari BMT NU, baik melalui kunjungan usaha maupun pemberian saran, menjadi faktor eksternal yang paling berpengaruh karena meningkatkan kepercayaan dan mengurangi ketidakpastian nasabah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Azro'i et al. (2023) bahwa inklusi keuangan dan modal berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM, serta memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti kondisi pasar dan dukungan sosial juga memegang peranan penting.

Dinamika perubahan persepsi nasabah terjadi secara progresif seiring bertambahnya pengalaman menerima pembiayaan. Pada pengajuan pertama, nasabah umumnya merasa ragu, bingung dengan akad, dan takut margin memberatkan. Namun, setelah dua atau tiga kali menerima pembiayaan, persepsi mereka berubah menjadi lebih positif: prosedur dirasakan

semakin mudah karena sudah terbiasa, margin dinilai wajar karena jelas sejak awal, dan kepercayaan terhadap petugas semakin kuat. Perubahan ini sejalan dengan Teori *Experiential Learning* dari David Kolb yang menyatakan bahwa persepsi berkembang melalui pengalaman konkret, refleksi, pembentukan konsep baru, dan penerapan dalam tindakan selanjutnya. Pengalaman positif yang berulang membentuk loyalitas: nasabah cenderung kembali mengajukan pembiayaan, menjaga komitmen angsuran, dan merekomendasikan BMT NU kepada orang lain. Namun, perubahan persepsi negatif juga terjadi pada kondisi tertentu, misalnya ketika omzet menurun sehingga angsuran terasa berat, atau ketika proses verifikasi pada pengajuan kedua lebih lama dibandingkan pertama. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah bersifat situasional dan sangat dipengaruhi oleh stabilitas pendapatan usaha, bukan hanya oleh kebijakan lembaga.

Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah bahwa persepsi nasabah terhadap pembiayaan syariah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional (kemudahan prosedur, kewajaran margin), tetapi juga oleh faktor afektif (kualitas pelayanan, hubungan interpersonal, pendampingan) serta faktor situasional (kondisi pasar, fluktuasi omzet). Implikasi terapan bagi BMT NU adalah perlunya mempertahankan kualitas pelayanan yang humanis, meningkatkan intensitas pendampingan usaha, serta mempertimbangkan fleksibilitas penjadwalan angsuran bagi nasabah dengan pendapatan tidak stabil. Bagi pelaku UMKM, hasil penelitian ini menekankan pentingnya meningkatkan kemampuan manajerial dan literasi keuangan agar pembiayaan dapat dimanfaatkan secara optimal. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian dan menggunakan metode campuran *(mixed methods)* untuk mengukur secara lebih objektif hubungan antara persepsi nasabah, kualitas pelayanan, dan keberlanjutan usaha UMKM

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah UMKM di BMT NU Kantor Wilayah Ngoro terhadap pembiayaan syariah secara umum bersifat positif. Pembiayaan syariah dinilai relevan, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan usaha, ditandai dengan prosedur pengajuan yang sederhana, persyaratan yang tidak memberatkan, serta kecepatan pencairan dana yang lebih baik dibandingkan lembaga konvensional. Kejelasan akad dan penerapan prinsip syariah yang transparan memberikan rasa aman bagi nasabah, sementara sikap petugas yang ramah, komunikatif, dan empatik memperkuat persepsi bahwa pembiayaan tidak hanya berfungsi

sebagai tambahan modal, tetapi juga sebagai kemitraan yang mendukung keberlanjutan usaha melalui peningkatan modal kerja dan stabilitas usaha.

Faktor internal yang memengaruhi persepsi nasabah terhadap keberlanjutan usaha meliputi pengalaman usaha, motivasi pengembangan usaha, kemampuan manajerial, disiplin pembayaran angsuran, serta keyakinan terhadap prinsip syariah. Nasabah yang berpengalaman cenderung memanfaatkan pembiayaan secara lebih produktif, meningkatkan omzet, dan menstabilkan usaha. Sementara itu, faktor eksternal yang berpengaruh meliputi kondisi pasar, tingkat persaingan, fluktuasi musiman, dukungan keluarga, kondisi ekonomi lokal, serta pendampingan dari BMT NU. Interaksi antara faktor internal dan eksternal membentuk persepsi nasabah secara menyeluruh terhadap efektivitas pembiayaan dalam menjaga keberlanjutan usaha.

Dinamika persepsi nasabah bersifat progresif, bergerak dari keraguan pada pengajuan pertama menuju pemahaman dan kepercayaan yang lebih matang pada pengajuan berikutnya. Setelah beberapa kali menerima pembiayaan dan merasakan manfaat nyata bagi usaha, nasabah menjadi lebih memahami mekanisme akad, menilai margin sebagai beban yang wajar, serta lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan petugas BMT NU. Pengalaman positif yang berulang mendorong terbentuknya loyalitas, ditandai dengan kecenderungan nasabah untuk kembali mengajukan pembiayaan, menjaga komitmen angsuran, dan merekomendasikan BMT NU kepada pihak lain. Namun, persepsi negatif juga dapat muncul pada kondisi tertentu, seperti ketika omzet usaha menurun sehingga angsuran terasa lebih berat, atau ketika terjadi inkonsistensi kecepatan proses verifikasi antar pengajuan.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan kepada BMT NU Kantor Wilayah Ngoro untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam aspek transparansi akad, kejelasan informasi margin, serta konsistensi penerapan prinsip syariah. Penjelasan terkait akad sebaiknya disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Selain itu, BMT NU perlu meningkatkan intensitas edukasi dan literasi keuangan syariah kepada nasabah, tidak hanya saat pengajuan tetapi juga melalui pendampingan berkala, sosialisasi, atau forum pertemuan nasabah. Fungsi pendampingan usaha, terutama dalam hal pengelolaan keuangan sederhana, pencatatan usaha, dan perencanaan penggunaan dana, juga perlu diperkuat. Evaluasi berkala terhadap skema pembiayaan dan fleksibilitas penyesuaian angsuran pada kondisi usaha tertentu perlu dipertimbangkan, terutama bagi nasabah yang mengalami fluktuasi pendapatan akibat kondisi pasar.

Bagi pelaku UMKM, disarankan untuk meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab dalam memanfaatkan dana pembiayaan secara optimal, difokuskan pada kegiatan produktif seperti penambahan modal kerja, peningkatan kualitas produk, atau pembelian peralatan usaha. Kemampuan manajerial, khususnya dalam pencatatan keuangan yang tertib, perlu terus ditingkatkan agar nasabah dapat memantau arus kas, menghitung keuntungan, dan memastikan kemampuan membayar angsuran. Nasabah juga diharapkan lebih proaktif dalam memahami akad pembiayaan serta menyesuaikan strategi usaha dengan kondisi pasar dan tingkat persaingan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain jumlah informan yang hanya 10 orang, cakupan wilayah yang terbatas pada satu kantor wilayah BMT NU di Ngoro, serta pendekatan kualitatif yang tidak memungkinkan generalisasi hasil secara luas. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus pada persepsi nasabah tanpa melakukan pengukuran kuantitatif mengenai besaran pengaruh masing-masing faktor terhadap keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan lebih banyak lembaga keuangan syariah atau wilayah yang berbeda, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (*mixed methods*) untuk mengukur secara lebih objektif hubungan antara persepsi nasabah, kualitas pelayanan pembiayaan, dan keberlanjutan usaha UMKM. Kajian mendalam mengenai peran pendampingan usaha, literasi keuangan syariah, serta faktor sosial budaya dalam membentuk persepsi nasabah juga menarik untuk diteliti lebih lanjut

UCAPAN TERIMA KASIH

Bagian ini disediakan bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih, baik kepada pihak penyandang dana penelitian, pendukung fasilitas, atau bantuan ulasan naskah. Bagian ini juga dapat digunakan untuk memberikan pernyataan atau penjelasan, apabila artikel ini merupakan bagian dari skripsi/tesis/disertasi/makalah konferensi/hasil penelitian.

DAFTAR REFERENSI

Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani Press.

Ascarya. (2011). *Akad dan produk bank syariah*. PT Grafindo Persada.

Azro'i, M. A., Nurbaiti, & Harahap, M. I. (2023). Pengaruh inklusi keuangan dan modal terhadap sustainability UMKM dengan prinsip maqashid syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah, 9*(3), 215–229. https://doi.org/10.29303/jseh.v9i3.401

Bank Indonesia. (2021). *Pengembangan UMKM dan keuangan syariah*. Bank Indonesia.

Bungin, B. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Kencana Prenada Media Group.

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.

Fahmi, I. (2018). *Manajemen keuangan usaha mikro*. Alfabeta.

Hasan, Z., Amin, R. F., & Fathorrosi, F. (2023). Implementasi etika bisnis Islam pada UMKM Sumber Barokah di Desa Buduan Kecamatan Suboh Kabupaten Situbondo. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam, 4*(2), 1–13. https://doi.org/10.35316/idarah.2023.v4i2.1-13

Hermawan, A. (2015). *Penelitian bisnis paradigma kuantitatif dan kualitatif*. Grasindo.

Huda, N., & Nasution, M. E. (2008). *Investasi pada pasar modal syariah*. Kencana.

Ismail. (2011). *Perbankan syariah*. Kencana Prenadamedia Group.

Karim, A. A. (2010). *Bank Islam: Analisis fiqih dan keuangan*. Rajawali Pers.

Kasmir. (2016). *Manajemen perbankan*. Rajawali Pers.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Maryati, S. (2017). Peran bank pembiayaan rakyat syariah dalam pengembangan UMKM dan agribisnis pedesaan. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 3*(1), 45–58.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.

Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Perkembangan keuangan syariah Indonesia*. Otoritas Jasa Keuangan.

Prayogi, M. A., & Siregar, L. H. (2017). Pengaruh pembiayaan mikro syariah terhadap perkembangan UMKM. *Jurnal Ekonomi Islam, 17*(2), 101–115.

Rahmawati, A., Ayunda, A., & Fathurochman, S. F. (2019). Kesadaran dan persepsi usaha mikro dan kecil terhadap crowdfunding syariah. *Jurnal Ekonomi Islam, 3*(2), 123–135. https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i2.4798

Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.

Rivai, V., & Arifin, A. (2010). *Islamic banking: Sistem bank Islam*. Bumi Aksara.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior* (17th ed.). Pearson Education.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sutrisno, E. (2017). *Manajemen sumber daya manusia*. Kencana.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Viana, V. O., Zuhroh, I., & Suliswanto, M. S. W. (2022). Persepsi pengusaha keripik tempe terhadap pembiayaan bank syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, 2*(1), 55–67. https://doi.org/10.22219/jofei.v2i1.19111

Wiroso. (2011). *Akuntansi transaksi syariah*. Ikatan Akuntan Indonesia.

Yusuf, M. (2018). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif dan penelitian gabungan*. Kencana. https://doi.org/10.31227/osf.io/83sjt