

ABSTRAK

Permasalahan di Indonesia yang sampai saat ini menjadi pokok utama yaitu kemiskinan, terutama pada daerah Kedungtuban Blora. Masih adanya masalah kemiskinan yang meningkat tersebut terjadi karena adanya kesenjangan situasi ekonomi masyarakat yang tidak stabil sehingga banyaknya kebutuhan daripada pendapatan yang didapatkan oleh masyarakat Blora yang sebagian besar pekerjaan masyarakat tersebut adalah sebagai petani cenderung membuat mereka memilih bertahan hidup dengan cara berhutang. Namun banyak masyarakat muslim justru lebih memilih bank plecit untuk mengambil kredit, padahal dari segi syariah hal tersebut termasuk riba yang dilarang. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan: Faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim Kedungtuban Blora dalam mengambil kredit pada bank plecit?

Jenis penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dipakai untuk mengukur variabel-variabel serta tingkat hubungan pengaruh antara variabel satu terhadap yang lain. Penelitian ini merupakan jenis penelitian survey, yang mana informasi dikumpulkan dari responden menggunakan kuisioner (angket). Dan menggunakan studi literatur, buku, web sebagai sumber data sekunder.

Hasil Penelitian ini menyatakan bahwasanya Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim Kedungtuban Blora dalam mengambil kredit pada bank plecit yaitu faktor motivasi dengan nilai *eigenvalues* sebesar 2,716, faktor pribadi dengan nilai *eigenvalues* sebesar 1,630, faktor *marketing mix* dengan nilai *eigenvalues* sebesar 1,124 dan faktor sosiodemografi dengan nilai *eigenvalues* sebesar 1,003.

Kata Kunci : *Faktor-Faktor, Keputusan Masyarakat, Kredit Bank Plecit*

ABSTRACT

The problem in Indonesia that until now has become the main subject is poverty, especially in the Kedungtuban Blora area. The problem of increasing poverty is still happening because there is a gap in the unstable economic situation of the community so that there are many needs rather than the income that the Blora people get, where most of the people's work is as farmers, which tends to make them choose to survive by way of debt. However, many Muslim communities actually prefer plecit banks to take credit, even though from a sharia point of view this includes usury which is prohibited. This study aims to answer the question: What factors influence the decision of the Kedungtuban Blora Muslim community to take credit at plecit banks?

This type of research is to use a quantitative approach used to measure variables and the level of influence relationship between one variable on another. This research is a type of survey research, in which information is collected from respondents using a questionnaire (questionnaire). And using literature studies, books, the web as secondary data sources.

The results of this study state that the factors that influence the decision of the Kedungtuban Blora Muslim community in taking credit at plecit banks are motivational factors with an eigenvalue of 2.716, personal factors with an eigenvalue of 1.630, marketing mix factor with an eigenvalue of 1.124 and sociodemographic factors with eigenvalues of 1.003.

Keywords: *Factors, Community Decisions, Plecit Bank Credit*