

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dalam dunia modern sekarang ini peranan perbankan dalam memajukan peranan suatu negara sangatlah besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu berhubungan dengan perbankan. Oleh karena itu, saat ini dan masa mendatang kita tidak akan lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktifitas keuangan, baik perorangan maupun perusahaan.

Saat ini, telah bermunculan berbagai macam lembaga keuangan berbasis syariah di luar perbankan. Contohnya: asuransi syariah, perusahaan pembiayaan syariah, lembaga penjaminan syariah, pegadaian syariah, dan perusahaan modal ventura syariah. Secara umum setiap manusia selalu berusaha untuk memenuhi seluruh kebutuhan hidupnya. Dalam usaha pemenuhan kebutuhan hidup tersebut, manusia akan selalu berhubungan dan membutuhkan orang lain. Dari hubungan tersebut, maka timbul interaksi serta pembagian tugas dan peran dalam kehidupan bermasyarakat untuk meningkatkan taraf hidup masing - masing sehingga dalam jangka panjang di harapkan dapat terjadi pemerataan kesejahteraan lingkungan maupun masyarakat. Untuk mewujudkan kesejahteraan bersama, di mungkinkan terjadi kerjasama saling menguntungkan dimana satu pihak berperan sebagai penyedia dana (pemodal) dan pihak lain sebagai pelaku usaha (pengusaha).

Bank syariah pertama kali berkembang baik di Indonesia maupun di manca Negara, seringkali di katakan bahwa Bank Syariah adalah bank bagi hasil. Hal ini dilakukan untuk membedakan bank syariah dengan bank konvensional yang beroperasi dengan sistem bunga. Hal itu betul, tetapi bank tidak sepenuhnya benar karena sesungguhnya bagi hasil itu hanya merupakan bagian saja dari sistem operasional bank syariah. Bagi hasil adalah salah satu bentuk return dari kontak investasi, yakni yang termasuk dalam natural uncertainty contracts padahal kita telah membahas bahwa selain natural uncertainty contracts ini, fiqh juga mengenal tersebut.

Seiring dengan perkembangan masyarakat yang dilatar belakangi oleh keinginan untuk menghindari dampak negatif bunga dalam kegiatan ekonomi. Kehadiran koperasi syariah di harapkan menjadi sarana bagi pengelola kopsyah untuk tetap memperjuangkan aturan-aturan syariah dalam menjalankan bisnis dan bagi masyarakat agar dapat menjalankan bisnis sesuai dengan petunjuk syariah dengan menggunakan produk-produk syariah. Tentunya dalam menjalankan aktivitas ekonominya, lembaga keuangan yang berbasis syariah ini tidak lepas dengan menggunakan mekanisme bagi hasil sebagai instrument pengganti bunga. Dikarenakan koperasi sendiripun juga tidak mau rugi terhadap dana yang disalurkaninya melalui pembiayaan di masyarakat. Namun perlu digaris bawahi meskipun antara koperasi syariah dan koperasi konvensional sama-sama ingin mencari keuntungan, tetapi prinsip yang di lakukannya sangat berbeda. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sistem bagi hasil sudah pasti

merupakan salah satu praktik perbankan syariah. Namun sebaliknya praktik perbankan syariah belum tentu sepenuhnya menggunakan sistem bagi hasil, karena selain sistem bagi hasil ada sistem jual beli dan sewa menyewa yang juga di gunakan dalam sistem operasional bank syariah.

Penjelasan diatas perlu ditegaskan untuk meluruskan pemahaman dan persepsi masyarakat, bahwa bank syariah hanya terbatas pada sistem bagi hasil, sebenarnya tidak demikian, bank syariah mempunyai ruang gerak yang lebih luas dari pada sistem bagi hasil, bank syariah juga dapat menerapkan sistem jual-beli dan sewa menyewa, di samping tentunya sistem bagi hasil, dengan banyaknya alternatif yang terbuka seperti ini maka diharapkan penerapan praktik bank syariah dapat menjadi lebih fleksibel dan sesuai dengan konteks, kebutuhan dan keadaan spesifik yang dihadapi lapangan, nah dengan ini maka saya akan membahas tentang bagaimana Pengaruh lokasi, produk tabungan dan kualitas dan pelayanan, terhadap keputusan menabung di BMT.

Dari sekian banyak lembaga keuangan syariah, BMT merupakan lembaga ekonomi islam yang di bangun keumatan, dari segi jumlah BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang paling banyak apabila dibandingkan dengan lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya.

Baitul mall Wattamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu baitul mall dan baitul tamwil. Baitul mall lebih mengarah pada usaha-usaha, pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti : zakat, infaq, dan shodaqoh. Sedangkan Baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana

komersil. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berdasarkan syariah.<sup>1</sup>

Sebagai Lembaga Ekonomi yang berbasis keumatan atau BMT yang berupaya memainkan peranannya sesuai dengan ketentuan hukum yang ditetapkan pemerintah bagi penyelenggaraan lembaga keuangan berdasarkan prinsip Syariah. UU no 7/ 1992 tentang perbankan (kini UU no. 10/ 1998) dan PP no 72/ 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil telah memberikan peluang positif bagi BMT untuk beroperasi secara proporsional.<sup>2</sup>

Meskipun dari segi keberadaan dan peranan lembaga keuangan syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat yang ditandai dengan banyak berdirinya lembaga keuangan yang secara operasional menggunakan prinsip bagi hasil atau dikenal dengan prinsip syariah, namun dari segi sosialisasi sistem ekonomi syariah mengenai wawasan dan pengetahuan tentang ekonomi syariah umumnya hanya dikalangan akademisi dan praktisi lembaga keuangan syariah saja, sedangkan masyarakat bawah belum tentu mengenal dan memahaminya secara jelas. Padahal ekonomi Syariah merupakan sistem ekonomi yang lebih memberikan daya tawar positif, bukan hanya dari aspek hukum (syariah), tetapi juga bisa menjadi sistem ekonomi alternatif yang dapat mendukung proses percepatan pembangunan ekonomi di Indonesia.

---

<sup>1</sup>Heri Sudarsono, Bank dan Lembaga keuangan Syariah. Yogyakarta:Ekonesia, 2007 hlm 96

<sup>2</sup>Antonio, manajemen pemasaran, jakarta: Prenhalinho, 2002, hlm 25

Melihat perkembangan lembaga keuangan saat ini, seharusnya pihak lembaga keuangan tersebut dapat menerapkan strategi agar nasabah dapat termotivasi untuk menabung yaitu dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah, maka lembaga keuangan tersebut harus melihat lokasi yang strategis agar para nasabah dapat lebih mudah menjangkau tempat BMT tersebut, kemudian keunikan produk tabungan yang lain dari BMT ataupun lembaga keuangan syariah lainnya dan *communication interpersonal skill* karyawan dari BMT tersebut.

Minat nasabah yaitu, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah ada dua macam yaitu nasabah penyimpan dan nasabah debitur. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasar prinsip syariah atau dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>3</sup>

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi.<sup>4</sup> Didalam penentuan lokasi terdapat beberapa tekniknya yaitu pertama pemilihan lokasi yaitu yang mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha, dan kemudian pertimbangan-pertimbangan dalam penentuan lokasi yang meliputi akses, visibilitas, lalu lintas,

---

<sup>3</sup> Dr. H. MOH. Rifai, *Konsep Perbankan syariah*, (Semarang: Wicaksana, 2002) hal 4

<sup>4</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2001 hal 61

tempat parkir yang luas dan aman, ekspansi, lingkungan persaingan dan peraturan pemerintah. Penentuan lokasi juga sangat berpengaruh terhadap minat nasabah sehingga dalam pemilihan lokasi juga dapat menentukan kesuksesan suatu perusahaan, begitu halnya juga pada BMT PETA Tulungagung yaitu tempatnya yang strategis dan mudah di jangkau oleh masyarakat yaitu dekat dengan aloon-aloon kota dan juga dekat dengan masjid besar yang ada di kota tulungagung.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>5</sup> Produk tabungan yang ada di BMT PETA Tulungagung juga sangat menarik minat nasabah yaitu TAHALUL (Tabungan Barokah Haul) yaitu tabungan ini dapat membantu dan memudahkan bagi jam'ah yang bercana Haul kepondok PETA atau Haul kyai, TABARUK (Tabungan Barokah Umum), TAHAJUD (Tabungan Barokah Haji Umroh Terwujud), TABURI (Tabungan Barokah Idul Fitri), TAFAKUR (Tabungan Barokah Qurban) dan TADABUR (Tabungan Barokah Berlibur) dan tabungan BOTOL.

*Communication interpersonal skill* karyawan di dalam sebuah BMT ataupun lembaga keuangan lainnya juga sangat di perlukan supaya nasabah yang menabung ataupun melakukan pengajuan pembiayaan mendapatkan pelayanan dengan baik dan memuaskan. Begitu halnya dengan BMT PETA Tulungagung

---

<sup>5</sup>Philip kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks kelompok Gramedia, 2003. hlm 54

yang merupakan lembaga keuangan syariah yang mempunyai fungsi untuk melayani pembiayaan dan simpanan masyarakat. Dengan menjamurnya lembaga keuangan syariah yang berada di berbagai daerah, maka lembaga keuangan tersebut perlu meningkatkan pelayanan agar nasabah dapat termotivasi untuk menabung di lembaga keuangan tersebut. BMT PETA Tulungagung sebagai badan usaha yang dituntut untuk dapat menciptakan mitra kerja yang baik dengan memberikan pelayanan yang maksimal dalam upaya memberikan kepuasan kepada para nasabah. Selain itu BMT PETA juga harus menciptakan citra yang baik dimata para nasabah dengan memberikan kepastian dalam pelayanan.

*Communication* (komunikasi) adalah secara garis besar yaitu pemberitahuan atau pertukara pikiran, dengan demikian secara garis besar dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsure-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian, antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan).<sup>6</sup> *Interpersonal skill* adalah interaksi tatap muka antara dua orang atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.

Adapun penelitian yang terkait dengan penelitian tersebut yaitu penelitian yang ditulis oleh Chusnul Chotimah “Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta”, tujuan dari penelitian ini yaitu: (1) untuk menguji pengaruh produk terhadap minat

---

<sup>6</sup> Rosady Ruslan, Manajemen Public Relationship.... Hal 73

masyarakat memilih bank syariah di Surakarta, (2) untuk menguji pengaruh promosi terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di Surakarta, (3) untuk menguji pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di Surakarta, (4) untuk menguji pengaruh produk, promosi dan lokasi terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di Surakarta.

Dari data tersebut diketahui bahwa H1 ditolak karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Terbukti besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel produk 1,394 sedangkan besarnya nilai  $t_{tabel}$  dengan tingkat keyakinan 95% atau (0,05) adalah 1,660 sehingga variabel produk tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah, H2 diterima karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Terbukti besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel pelayanan 3,051 sedangkan besarnya nilai  $t_{tabel}$  dengan tingkat keyakinan 95% atau (0,05) adalah 1,660 sehingga variabel pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah, H3 ditolak karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Terbukti besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel promosi 0,830 sedangkan besarnya nilai  $t_{tabel}$  dengan tingkat keyakinan 95% atau (0,05) adalah 1,660 sehingga variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah, H4 diterima karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Terbukti besarnya nilai  $t_{hitung}$  variabel lokasi 2,803 sedangkan besarnya nilai  $t_{tabel}$  dengan tingkat keyakinan 95% atau (0,05) adalah 1,660 sehingga variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Chusnul khotimah, *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta*, jurnal EMBA Vol.3 No.1 Maret 2015



Sejarah berdirinya BMT PETA Tulungagung yaitu pada hari minggu mobil-mobil tampak memadati parkir di sekeliling area Pondok Pesulukan Thoriqoh Agung (PETA), mereka adalah jama'ah yang diundang untuk menghadiri launching pendirian BMT ( Baitul Mal Watamwil ) yang sedang dirintis oleh KH. M. Sholachuddin Abdul Djalil Mustaqim. Dalam acara tersebut dihadiri oleh 2 narasumber dari BMT SIDOGIRI dan Kurang lebih 950 jama'ah dari perwakilan kelompok se-Indonesia, Tepat pukul 10.00 wib. Bapak K. Zainal Hafidz membacakan susunan acara yang akan dilaksanakan dalam kegiatan tersebut. Diawali dengan sambutan dari keluarga *ndalem* yang diwakili oleh Bapak KH. M. Khoirudin, Beliau menjelaskan bahwa Pondok PETA sudah mempunyai izin di Kementrian Hukum dan HAM dan sudah pula dimuat dalam berita negara pendiriannya pada tahun 1983, dengan NO 89/6/11/83, sehingga Pondok PETA keberadaannya sudah diakui oleh negara. Beliau juga mengharapkan berdirinya BMT di Pondok PETA nantinya bisa banyak bermanfaat untuk umat.

Sambutan kedua diisi oleh bapak H. Abdul Majid dari BMT SIDOGIRI, dalam pemaparannya beliau menjelaskan pentingnya umat Islam menata ekonomi umat dengan cara mendirikan BMT Syariah. Menurutnya saat ini banyak orang Islam yang belum memahami tentang apa itu BMT Syariah itu ? ternyata dalam kehidupan sehari-hari jama'ah lebih senang dan percaya transaksi menggunakan bank konvensional dibandingkan bank syariah yang ada, karena menurut mereka bank-bank syariah yang ada, tidak ada bedanya dengan bank-

bank konvensional, bahkan dalam bertransaksi menurut mereka lebih mudah dan hemat memakai bank konvensional dibanding menggunakan bank syariah.<sup>8</sup>

Menurut penuturannya ketika disuatu daerah tertentu tidak ada bank syariah, maka boleh menggunakan bank konvensional dalam hukum dhorurot, sedangkan bunga dalam transaksinya dianggaplah sebagai amal shodaqoh. Namun bila di daerah tersebut sudah ada bank syariah yang betul-betul menggunakan hukum-hukum Islam yang benar, maka umat Islam wajib memilih bank syariah dan meninggalkan transaksi di bank konvensional. Dalam aturan bank syariah, bahwa bunga bank itu adalah haram, karena bunga itu dihasilkan dari uang yang tidak bergerak atau tidak bekerja, karena ketika uang itu dipinjamkan, lalu pengembaliannya lebih besar, maka yang demikian itu termasuk riba, sedangkan riba itu diharamkan dalam Islam. Dalam hadist diterangkan “Tidak dianggap menolong seseorang bila dia meminjamkan sejumlah uang lalu pengembaliannya lebih banyak dari pinjamannya”. Islam berpandangan “ kalau Rizki yang dimakan dari cara yang halal, maka rizki tersebut akan menarik seseorang itu berbuat taat. Sedangkan apabila rizki yang dimakan dari cara yang diharamkan, maka akan menarik seseorang itu berbuat maksiat”. Jadi dengan didirikannya BMT syariah ini, kita bisa memperkuat ukuwah Islamiyah, menggunakan hukum Allah dengan benar dan menghindarkan umat Islam dari jeratan rentenir dan bahayanya riba. BMT Syariah ini, tidak hanya mengelola transaksi keuangan dari para nasabah dan

---

<sup>8</sup> <http://bmt-baitul-maal-wat-tamwil.blogspot.com> diakses pada 1 januari 2017

kreditur saja, akan tetapi BMT Syariah ini, juga mengelola penyaluran infaq, zakat dan shodaqoh yang nantinya akan disalurkan kedelapan asnaf yang telah ditentukan dalam hukum Islam.

Kemudian dilanjutkan acara berikutnya tausiyah dari KH. M. Sholachuddin Abdul Djalil Mustaqim selaku Guru Mursyid/SULTAN/Pengasuh Pondok PETA, dalam penuturannya beliau memaparkan bahwa didirikannya SA78, SF81 dan BMT ini dalam rangka menata umat dan mengumpulkan kekuatan untuk menciptakan perekonomian yang berkembang, sehingga nantinya sangat bermanfaat dalam kehidupan jama'ah pondok PETA dan masyarakat luas pada umumnya. Semua diharapkan ikut membantu, ikut menyokong baik dari segi penggalangan modal maupun pengembangan BMT, agar semua merasa memiliki dan merasakan arti kebersamaan, insyallah akan berkembang dan mendapat keuntungan yang banyak, serta jama'ah tidak usah banyak bertanya dipakai untuk apa, yang pasti BMT ini didirikan untuk menata perekonomian jama'ah Pondok PETA. SULTAN juga menjelaskan “bagaimana ibadah jama'ah bisa tenang, kalau keluarganya belum tercukupi nafkahnya dan anak-anaknya masih kekurangan biaya untuk pendidikannya”. Di bangunya BMT ini juga salah satu program dari KH. M. Sholachuddin Abdul Djalil Mustaqim untuk mentertibkan jama'ah agar jama'ah mengikuti tatanan dan syariat yang benar. Sebenarnya Pondok PETA ini sudah mempunyai koperasi sejak zamannya KH. Mustaqim dan dilanjutkan KH. Abdul Djalil Mustaqim, dan sudah mempunyai ijin dari pemerintah, karena

kurang berjalan akhirnya tidak berlanjut sampai para pengurusnya sudah banyak yang meninggal.

Kemudian berkenaan penataan system disampaikan oleh Bapak Ahmad Ansori, sebelum menyampaikan penjelasannya beliau memaparkan bahwa program BMT ini adalah murni dari program dari KH. M. Sholachuddin Abdul Djali Mustaqim dan bukan dari SA78. Beliau juga menceritakan bahwa sebelum SA78 berdiri Mursyid pernah *dawuh* bahwa “ nantinya jama’ah PETA kalau bisa dimanej dengan baik, akan bisa mempunyai rumah sakit sendiri, sekolah sendiri, bank sendiri, dan POM sendiri. Kemudian target besar pendirian BMT ini adalah 17 unit se-Indonesia. Apabila 17 unit tidak tercapai, minimal 5 unit BMT dan salah satunya adalah BMT pusat yang akan didirikan di Tunggagung. Moto pendirian BMT ini adalah “**BMT sebagai Rumah Ekonomi Jama’ah**”. Sebagai monitoring dan kontroling pendirian BMT ini adalah Aswil se-Indonesia. Selanjutnya Aswil bisa berkoordinasi dengan jama’ah masalah BMT ini, kemudian menyerahkan laporan kepada kantor pusat. Bapak H. Mahmud dari Malang menambahkan bahwa modal pertama dalam pendirian BMT pondok PETA ini, setiap unit membutuhkan dana sebesar 200 juta.

BMT PETA Tulungagung merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menyelenggarakan pembiayaan dan produk tabungan yang mempunyai keunikan tersendiri dari pada lembaga keuangan syariah lainnya, terlihat bahwa produk tabungan mengalami peningkatan yang cukup pesat.

Data tersebut dapat dilihat dalam tabel jumlah nasabah penabung berikut ini:

Tabel 1.1

Data Jumlah Nasabah Penabung BMT PETA

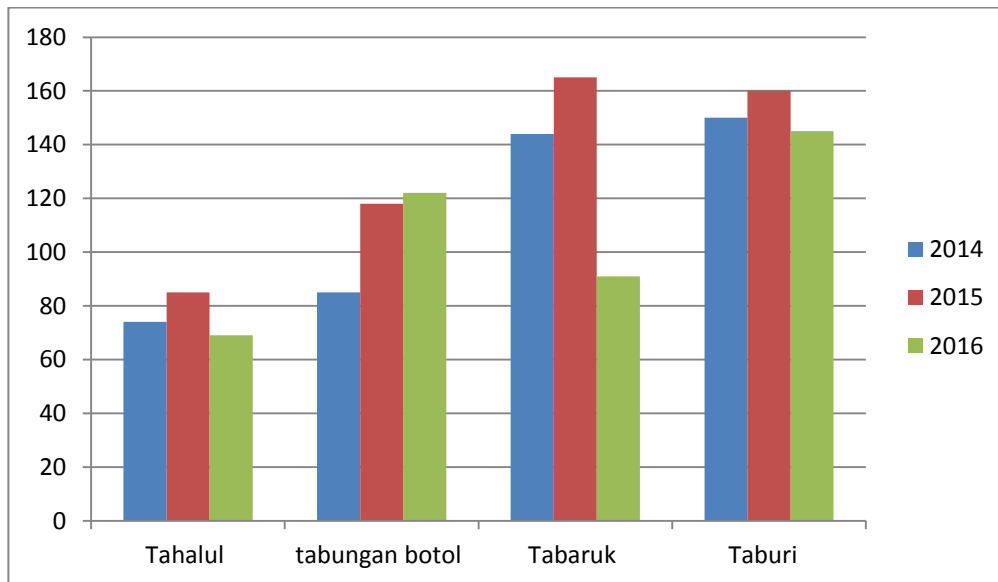
Uraian	2014	2015	2016
Nasabah penabung	217	325	414

Sumber data RAT BMT PETA Tulungagung

Data tersebut adalah data jumlah nasabah penabung BMT PETA Tulungagung dari tahun 2014-2016 dan data tersebut merupakan jumlah nasabah penabung selama tiga tahun terakhir.

Tabel 1.2

Jumlah nasabah penabung menurut jenis tabungan



Tabel 1.2 diatas merupakan data menurut jenis tabungan, yang pertama yaitu tahalul (tabungan barokah haul) tabungan ini biasanya di gunakan untuk

kebutuhan nasabah yang datang untuk haul di pondok peta yang biasanya diadakan setiap satu tahun sekali, yang kedua tabungan botol yaitu tabungan berupa koin yang di tabungkan ke pondok peta, yang ketiga yaitu tabaruk (tabungan barokah umum) yakni tabungan yang biasanya ditabungkan oleh nasabah, dan yang keempat yakni taburi (tabungan idul fitri) biasanya akan di ambil oleh nasabah untuk kebutuhan idul fitri.

Untuk mengevaluasi betapa pentingnya lokasi, keunikan produk tabungan dan *communication interpersonal skill* karyawan pada BMT sebagai salah satu bidang usaha yang bergerak pada bidang jasa dalam upaya mempengaruhi keinginan nasabah untuk menabung. Hal inilah yang menjadi alasan bagi penulis memilih judul untu tugas proposal skripsi yaitu **“Pengaruh Lokasi, Keunikan Produk Tabungan dan *Communication Interpersonal Skill* Karyawan terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di BMT PETA Tulungagung”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari permasalahan di atas penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana lokasi dapat mempengaruhi banyaknya nasabah untuk menabung di BMT PETA Tulungagung
2. Keunikan Produk tabungan apa saja yang banyak diminati nasabah penabung di BMT PETA Tulungagung

3. Bagaimana *communication interpersonal skill* karyawan dapat berpengaruh terhadap Nasabah untuk menabung di BMT PETA Tulungagung
4. Bagaimana lokasi, keunikan produk tabungan dan *communication interpersonal skill* karyawan dapat berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT PETA Tulungagung

### **C. Rumusan Masalah**

Dengan persaingan yang semakin ketat, maka pihak BMT perlu melakukan strategi yaitu dengan letak lokasi yang strategis, keunikan produk tabungan yang memudahkan dan meningkatkan *communication interpersonal skill* karyawan terhadap nasabah. Dengan letak Lokasi yang strategis, keunikan produk tabungan yang memudahkan nasabah dan meningkatkan *communication personal skill* karyawan maka dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di BMT tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT PETA Tulungagung?
2. Apakah keunikan produk tabungan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT PETA Tulungagung?
3. Apakah *communication interpersonal skill* karyawan pengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT PETA Tulungagung?

4. Apakah lokasi, keunikan produk tabungan dan *communication interpersonal skill* karyawan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT PETA Tulungagung?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Suatu penelitian pasti ada tujuan yang ingin dicapai oleh sebab itu pasti ada usaha dan pengujian secara teliti. Berdasarkan perumusan masalah diatas maka dapat ditarik tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT PETA Tulungagung
2. Untuk menguji pengaruh keunikan produk tabungan terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT PETA Tulungagung
3. Untuk menguji pengaruh *communication interpersonal skill* karyawan terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT PETA Tulungagung
4. Untuk menguji pengaruh lokasi, keunikan produk tabungan produk tabungan dan *communication interpersonal skill* karyawan terhadap minat nasabah untuk manabung di BMT PETA Tulungagung

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Setiap penelitian pasti aka nada kegunaannya bagi peneliti ataupun perusahaan yang diteliti dan sebagainya. Penelitian ini di harapkan memberikan manfaat sebagai berikut:



## 1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan di bidang produk tabungan dan *communication interpersonal skill* karyawan di BMT maupun lembaga keuangan syariah lainnya. Di harapkan juga pada penelitian ini bisa menjadi temuan atau referensi baru bagi semua masyarakat pada umumnya dan juga mahasiswa-mahasiswi khususnya, supaya bisa mengembangkan ilmu secara luas dengan demikian banyak teori-teori yang baru yang bisa ditemukan, terutama penelitian ini di khususkan lagi untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan juga jurusan Perbankan Syariah.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi penulis

Sebagai media pengembangan dan aplikasi ilmu pengetahuan mengenai pengaruh lokasi, keunikan produk tabungan dan *communication interpersonal skill* karyawan terhadap nasabah yang didapat selama di bangku perkuliahan sekaligus memberikan tambahan pengetahuan dan pengalaman pada bidang tersebut.

### b. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Sebagai sumber informasi mengenai pelaksanaan dalam menentukan pengaruh lokasi dan keunikan produk tabungan di BMT PETA. Sebagai bahan masukan untuk memecahkan masalah dalam

penentuan *communication interpersonal skill* karyawan yang dapat menimbulkan minat bagi nasabah untuk menabung di BMT PETA.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan yang bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang lokasi, keunikan produk tabungan, dan *communication interpersonal skill* karyawan dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan bagi yang tertarik sehingga dapat dikembangkan lebih lanjut.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

### **1. Ruang lingkup penelitian**

Ruang lingkup penelitian yakni terdapat dua variable yaitu variable terikat dan variable bebas,

a. Variable terikat (Dependen variable)

Variable terikat (Y) dipenelitian ini adalah tentang minat nasabah jadi disini membahas terkait parameter minat nasabah menabung di BMT PETA Tulungagung.

b. Variable bebas (Independen variable)

Variable bebas (X) dipenelitian ini adalah tentang lokasi, keunikan produk tabunga dan *communication interpersonal skill* karyawan jadi disini membahas terkait seperti letak lokasi yang strategis, keunikan produk dari BMT tersebut dan juga *communication*

*interpersonal skill* karyawan dan bisa efektif dan efisien untuk menarik minat nasabah.

## **2. Pembatasan penelitian**

Karena adanya keterbatasan waktu dan tenaga untuk penelitian ini penelitian ini akan membatasi supaya bisa melakukan penelitian lebih mendalam lagi. Untuk peneliti memberi batasan :

- a. Penelitian dilakukan pada satu lembaga keuangan syariah yaitu BMT PETA Tulungagung.
- b. Penelitian ini memfokuskan lokasi, keunikan produk tabungan dan *communication interpersonal skill* karyawan

## **G. Definisi Operasional**

Untuk menjaga dan menghindari adanya kekeliruan atau kesalahan dalam memahami judul proposal skripsi ini, maka penulis merasa perlu untuk lebih dahulu menegaskan pengertian masing-masing istilah yang terdapat di dalamnya, sehingga akan memudahkan bagi pembaca dalam memahami maksud dari judul tersebut. Judul skripsi ini selengkapnya adalah “Pengaruh Lokasi, keunikan produk tabungan, dan *communication interpersonal skill* karyawan terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di BMT PETA Tulungagung”. Dari judul tersebut, penulis jelaskan pengertiannya sebagai berikut:

1. Minat Nasabah nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah ada dua macam yaitu nasabah penyimpan dan nasabah

debitur. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasar prinsip syariah atau dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>9</sup>

2. Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi.<sup>10</sup> Jadi lokasi disini adalah tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan.
3. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>11</sup>
4. Tabungan adalah berdasarkan Undang-Undang No 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang No 7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang dimaksud tabungan adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

---

<sup>9</sup> Dr. H. MOH. Rifai, *Konsep Perbankan syariah*, (semarang: Wicaksana, 2002) hal 4

<sup>10</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2001 hal 61

<sup>11</sup> Philip kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks kelompok Gramedia, 2003. hlm 54

5. *Communication* (komunikasi) adalah secara garis besar yaitu pemberitahuan atau pertukara pikiran, dengan demikian secara garis besar dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsure-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian, antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan).<sup>12</sup>
6. *Interpersonal skill* adalah interaksi tatap muka antara dua orang atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.
7. BMT PETA Tulungagung Tidak hanya mengelola transaksi keuangan dari para nasabah dan kreditur saja, akan tetapi BMT Syariah ini, juga mengelola penyaluran infaq, zakat dan shodaqoh yang nantinya akan disalurkan kedelapan asnaf yang telah ditentukan dalam hukum Islam.<sup>13</sup>

## **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk kejelasan pembahasan judul skripsi ini penulis menyusun rencana

sistematika penulisan, yakni sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

---

<sup>12</sup> Rosady Ruslan, Manajemen Public Relationship.... Hal 73

<sup>13</sup>[WWW.BMT PETA \(Perekonomian Tasyrikah Agung\) Tulungagung Pendirian BMT Pondok PETA.htm](http://WWW.BMT_PETA_(Perekonomian_Tasyrikah_Agung)_Tulungagung_Pendirian_BMT_Pondok_PETA.htm), diakses pada 2 Desember pukul 08.00

Bab ini menguraikan tentang (a) latar belakang, (b) rumusan, masalah, (c) tujuan penelitian, (d) kegunaan penelitian, (e) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (f) definisi operasional serta (g) sistematika penulisan skripsi.

**BAB II : Landasan Teori**

Bab ini membahas tentang (a) kerangka teori yang membahas variabel/ sub variabel pertama (komunikasi), (b) kerangka teori yang membahas variabel/ sub variabel kedua (interpersonal skill), (c) kerangka teori yang membahas variabel/ sub variabel ketiga (minat), (c) kajian penelitian terdahulu, (d) kerangka konseptual penelitian, dan (e) hipotesis penelitian.

**BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang meliputi (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala pengukurannya, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta (e) analisis data.

**BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini berisi tentang analisis data terdiri atas (a) hasil penelitian (yang berisi deskripsi dan pengujian hipotesis) serta (b) pembahasan hasil penelitian

**BAB V : Penutup**

Pada bagian ini merupakan rangkaian dari penelitian yang terdiri dari (a) kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta (b) saran-saran yang sifatnya membangun.

Bagian Akhir : Bagian akhir dari skripsi ini berisikan (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran yang berhubungan dan mendukung isi skripsi, (c) surat pernyataan keaslian skripsi serta (d) daftar riwayat hidup.