BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami perkembangan. Perkembangan lembaga keuangan ini lahir karena kebutuhan dari masyarakat. Hadirnya lembaga perbankan syariah belum mampu menjangkau gelora dan usaha pengembangan ekonomi yang berbasis syariah dikalangan bawah. Oleh karenanya, hadirlah sebuah lembaga yang dikenal sebagai *Baitul Maal Wa Tamwil* atau BMT. *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) merupakan sebuah lembaga usaha yang membantu para pengusaha kecil menengah dan kecil dalam mengembangkan usahanya melalui pembiayaan yang disalurkan, selain itu BMT juga mengelola dana sosial melalui *zakat, infaq, shadaqah* dan *waqaf* untuk para fakir-miskin.

Sistem operasional BMT hampir sama dengan lembaga perbankan, khusunya bank syariah, yaitu dengan menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya melalui pembiayaan atas prinisp keislaman. Namun yang paling membedakan BMT dengan Bank Syariah yaitu sistem jemput bola yang dilayangkan oleh BMT. Sistem ini merupakan ciri yang sudah mendarah daging pada BMT. Pada sistem jemput bola ini para marketing dari pihak BMT terjun ke lapangan secara langsung untuk menghampiri para nasabahnya, baik nasabah penabung ataupun nasabah pembiayaan. Dengan sistem ini pihak BMT akan dapat langsung melihat keadaan usaha nasabah

yang akan diberi pembiayaan, usaha tersebut layak atau tidak. Sehingga BMT akan cenderung memiliki nasabah pembiayaan yang sehat.

Dalam era globalisasi ini, sarana dan prasarana yang ada di BMT hampir sama dengan sarana dan prasarana yang ada di perbankan. Salah satunya pemanfaatan teknologi informasi. Akhir-akhir ini banyak sekali perubahan pada teknologi informasi. Perkembangan ini semakin hari semakin pesat. Banyaknya pengguna internet di Indonesia tentu tidak dapat dipungkiri juga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang. Teknologi ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara *online* tanpa mengharuskan nasabahnya untuk datang dan mengantri di bank atau ATM. Kemudahan serta kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan melalui layanan *Mobile Banking*.[2]Tak ingin ketinggalan, kini BMT juga ikut memanfaatkan teknologi informasi yang semakin hari semakin berkembang pesat. Salah satunya dengan adanya layanan *Mobile* BMT. *Mobile* BMT ini sama halnya dengan Mobile Banking. Sama-sama memberikan kemudahan bagi nasabah atau anggota dalam melakukan kegiatan transaksi keuangan. *Mobile* BMT ini memiliki fitur yang sedikit berbeda dengan *Mobile Banking*, namun selain perbedaan ada beberapa fitur yang sama dengan mobile banking. Berikut ini

[2] Maya Angela, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT BRI Cabang Ahmad Yani Makassar, Skripsi* (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin,2014), hal. 1-2.

adalah perbedaan dan persamaan antara *Mobile* BMT dengan *Mobile Banking*, yaitu:

Tabel 1.1

Perbedaan Fitur antara *Mobile* BMT dengan *Mobile Banking*

Mobile Banking	***Mobile* BMT**
Fitur: a. Transaksi (Informasi Saldo, Transfer Sesama Rekening, Transfer Antar Bank) b. Pembayaran (Listrik, Telepon/HP, Internet, TV Berbayar, Donasi, Institusi, Pendidikan (SPP), *Virtual Account*, Tiket dan Asuransi) c. Pembelian (Token Listrik, Pembelian Pulsa, dan Paket Internet).	Fitur: a. Transaksi (Informasi Saldo, Informasi Mutasi Rekening Simpanan, Informasi Simpanan Berjangka, Transfer antar rekening anggota BMT PETA. Transfer ke Bank, dan Transaksi PPOB) b. Pembayaran (Tagihan) Listrik, Internet, PDAM, Selular, E-Tol, BPJS, Uang Elektronik) c. Pembelian (Token Litrik, Pulsa Selular) Donasi (*Zakat, Infaq, Shodaqoh* dan *Waqaf*)

Sumber: Ulasan Pengguna *Mobile Banking* dan *Mobile BMT* di *Playstore*.

Tabel diatas, dirangkum dari ulasan para pengguna mobile Banking dan mobile BMT di *Playstore*. Masing-masing dari *Mobile Banking* dan *Mobile BMT* memiliki kelebihan maupun kelemahan. Berikut ini kelebihan dari *mobile banking* adalah nasabah dapat melakukan pembayaran biaya pendidikan (SPP), *Virtual Account* dan pembelian tiket, sedangkan kelemahannya yaitu jika ada pembaruan fitur aplikasi, nasabah harus melakukan aktivasi kembali, selain itu tidak ada fitur transfer dari Bank ke BMT. Kelebihan *mobile* BMT yaitu *mobile* BMT sudah ada fitur transfer dari BMT ke Bank walaupun anggota akan dikenai biaya administrasi, sedangkan kelemahan *mobile* BMT adalah fitur pembayaran yang ada di *mobile* BMT belum sebanyak pada *Mobile Banking*.Walaupun demikian keduanya cukup membantu para penggunanya dalam melakukan transaksi keuangan.

Salah satu lembaga BMT yang memberikan layanan *Mobile BMT* yaitu KSPPS BMT PETA. KSPPS BMT PETA merupakan salah satu BMT yang berkembang baik dari sekian banyak lembaga keuangan syariah lainnya adalah KSPPS BMT PETA, hal ini dikarenakan masyarakat umum dapat menerima setiap produk-produk yang dimiliki oleh KSPPS BMT PETA. BMT PETA memiliki beberapa produk, baik produk funding maupun produk financing. Produk funding pada BMT PETA adalah Simpanan Tabaruk (Akad *Wadi'ah Yad Dhamanah*), Simpanan *Tahajud* (Tabungan Haji dan Umroh Terwujud), Simpanan Taburi (Tabungan *Barokah Idul Fitri*), dan Simpanan *Tafakur* (Tabungan *Barokah Qurban*). Sedangkan produk financingnya adalah pembiayaan *Murabahah* (jual-beli), pembiayaan musyarakah (kerjasama), pembiayaan *Rahn* (gadai), pembiayaan *Ijarah* (jasa), dan pembiayaan *Qardh* (hutang).[3] Cabang layanan BMT PETA tersebar dibeberapa kota di Provinsi Jawa Timur dan Provinsi Jawa Tengah. Sedangkan kantor pusatnya terletak di di Jl. Wachid Hasyim 15 A Tulungagung yang menjadi satu dengan kantor cabang pelayanan Tulungagung. Baru-baru ini KSPPS BMT PETA meluncurkan sebuah aplikasi yang membantu transaksi para anggotanya, yaitu BMT PETA *MOBILE*.

BMT PETA *Mobile* adalah fasilitas layanan transaksi KSPPS BMT PETA yang dapat diakses secara langsung oleh Anggota *via smartphone* dengan menggunakan media jaringan internet yang dikombinasikan dengan

[3] Brosur KSPPS BMT PETA Tulungagung

media SMS. Fitur layanan yang ada di BMT PETA Mobile antara lain fitur informasi (cek saldo tabungan, mutasi rekening, lokasi kantor cabang terdekat), fitur layanan transaksi (transfer antar rekening, pembayaran tagihan air, listrik, *voucher* pulsa, BPJS dan *e-Tol*), fitur donasi (*Zakat, Infaq, Sadaqah dan Wakaf*). [4]

BMT PETA Mobile dilucurkan pada 1 September 2019 yang bertepatan dengan Haul Pondok PETA. Pihak BMT memilih meluncurkan BMT PETA *Mobile* bersamaan dengan Haul Pondok PETA karena pada saat haul semua jamaah Pondok yang berasal dari luar Pulau Jawa berkumpul di Pondok PETA, karena sebagian jamaah Pondok PETA merupakan anggota di BMT PETA. Pada momen inilah pihak BMT mempromosikan produk barunya. Namun permasalahan yang timbul setelah 5 bulan diluncurkannya aplikasi tersebut, pada kenyataannya aplikasi ini masih jarang digunakan oleh anggota BMT PETA. Karena anggota lebih senang jika melakukan transaksi langsung di kantor pusat BMT maupun kantor cabang BMT daripada melakukan transaksi menggunakan BMT PETA Mobile. Berikut ini adalah data jumlah anggota BMT PETA yang menggunakan BMT PETA Mobile:

Tabel 1.2

Jumlah Anggota BMT PETA

Cabang	Nama Cabang	Jumlah Anggota yang Mendaftar Mobile BMT	Jumlah Anggota yang Berhasil Melakukan Aktivasi Mobile BMT
001	BMT PETA Tulungagung	1.342	646

[4] Kalender KSPPS BMT PETA 2020

002	BMT PETA Trenggalek	295	131
003	BMT PETA Jombang	53	45
004	BMT PETA Blora	119	55
005	BMT PETA Grobogan	62	37
006	BMT PETA Kudus	34	10
007	BMT PETA Blitar	80	55
008	BMT PETA Jember	62	42
009	BMT PETA Kediri	102	44
010	BMT PETA Pati	31	21
011	BMT PETA Semarang	33	11
012	BMT PETA Sidoarjo	73	54
Total		2.286	1.151

Sumber data: Admin BMT PETA Trenggalek.

Dari data anggota yang sudah menggunakan *mobile* BMT diatas, anggota yang telah menggunakan *Mobile* BMT paling banyak adalah anggota di Kantor Cabang Pelayanan BMT PETA Tulungagung dengan jumlah pendaftar sebanyak 924 anggota sedangkan yang melakukan aktivasi sebanyak 646 anggota, disusul dari Kantor Cabang Pelayanan BMT PETA Trenggalek dengan jumlah pendaftar sebanyak 295 anggota sedangkan yang melakukan aktivasi sebanyak 131 anggota. Adanya perbedaan jumlah anggota yang mendaftrakan diri untuk menggunakan *mobile* BMT dengan yang berhasil melakukan aktivasi tidaklah sama, hal ini karena anggota yang mendaftar belum melengkapi persyaratan menggunakan mobile BMT. Selain itu untuk anggota yang menggunakan kartu Tri masih belum bisa menggunakan aplikasi ini karena belum ada kerjasama antara pihak BMT dengan perusahaan kartu Tri.[5] Itulah alasan mengapa jumlah anggota yang mendaftar tidak sesuai dengan anggota yang berhasil melakukan

[5] Admin BMT PETA Tulungagung

aktivasi. Dari alasan inilah peneliti akan mengambil dua kantor cabang pelayanan tersebut untuk menjadi lokasi penelitian. Hal tersebut tidak sebanding dengan jumlah anggota simpanan kedua cabang pelayanan yang mencapai ribuan. Berikut ini data jumlah anggota simpanan kedua kantor cabang pelayanan tersebut:

Tabel 1.3

Jumlah Anggota Simpanan Kedua Kantor Cabang

Tahun	Jumlah Anggota Simpanan	
	KSPPS BMT PETA Tulungagung	KSPPS BMT PETA Trenggalek
2017	10.246	2.308
2018	10.587	2.560
2019	11.007	2.935

Sumber Data: Admin KSPPS BMT PETA Tulungagung dan Trenggalek

Dari data di atas, setiap tahunnya KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek mengalami kenaikan jumlah anggota simpanannya. Seperti yang dapat dilihat pada tahun 2017 jumlah anggota simpanan di KSPPS BMT PETA Tulungagung berjumlah 10.246 dan bertambah sebanyak 341 anggota sehingga pada tahun 2018 berjumlah 11.587 anggota, begitu juga pada tahun 2019 naik menjadi 11.007 anggota simpanan.[6] Tidak kalah dengan KSPPS BMT PETA Tulungagung, KPPS BMT PETA Trenggalek juga mengalami kenaikan jumlah anggota simpanan. Hal ini membuktikan bahwa produk-produk dari KSPPS BMT PETA dapat diterima oleh masyarakat umum sehingga mereka memberikan kepercayaan kepada BMT PETA.

[6] Admin BMT PETA Tulungagung dan Admin BMT PETA Trenggalek.

BMT dituntut untuk memenangkan persaingan dengan cara mendapatkan anggota sebanyak-banyaknya dan mampu mempertahankan anggota yang sudah dimiliki agar tetap setia. Untuk mendukung hal tersebut, pihak BMT harus mampu memahami dan mempelajari tentang perilaku konsumen agar dapat memahami bagaimana karakteristik anggotanya. Perilaku anggota dapat memberikan penjelasan tentang apa yang menjadi kebutuhan anggotanya, alasan anggota memutuskan menggunakan mobile BMT, serta faktor apa saja yang mempengaruhi anggota di dalam membuat keputusan untuk menggunakan mobile BMT. Menurut Achmad, pilihan-pilihan seseorang dalam membeli atau menggunakan sesuatu dipengaruhi lagi oleh faktor psikologis yang penting, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap. Studi mengenai psikologi konsumen sangat penting dalam menjalankan konsep pemasaran suatu perusahaan. Tanpa adanya suatu pemahaman dan pengertian tentang konsumen sasaran, suatu perusahaan tidak dapat dikatakan telah menjadi konsep pemasaran sebagai pedoman walaupun perusahaan tersebut telah menjalankan fungsi pemasarannya dengan baik. [7]

Crow yang dikutip dari Juwanita menjelaskan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam penggunaan suatu produk

[7] Zein Achmad, *Aplikasi Pemasaran dan Salesmanship*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), hal. 63

yaitu antara lain "faktor dorongan dari dalam misalnya motivasi, persepsi, usia, sikap dan jenis kelamin, faktor motif sosial dan lain sebagainya."[8]

Di antara faktor dorongan dari dalam yaitu motivasi, persepsi dan sikap. Menurut *American Encyclopedia* yang dikutip dari Setiadi, motivasi adalah Kecenderungan (suatu sikap yang merupakan pokok pertentangan) dalam diri seseorang yang membangkitkan topangan dan tindakan. Motivasi meliputi faktor kebutuhan biologis dan emosional yang hanya dapat diduga dari pengamatan tingkah laku manusia.[9]

Motivasi dan teori kebutuhan akan menjadi faktor –faktor yang mempengaruhi pengambilan keputuan pembelian konsumen yang tercermin dalam perilaku konsumennya. Secara umum, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal dan ekternal saling mempengaruhi dan berinteraksi. Pada manusia, pengaruh dari faktor psikologi yang melekat pada setiap individu, seperti motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap akan bereaksi terhadap masukan eksternal dan berpengaruh terhadap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi dan pengevaluasian terhadap berbagai alternatif. Pengalaman yang didapat dari pengevaluasian alternatif pada akhinya akan mempengaruhi seluruh unsur-unsur dari faktor-faktor psikologis.[10]

---

[8] Juwanita, *Pengaruh Persepsi Nasabah Mengenai Lembaga Penjaminan (Lps) dan Tingkat Suku Bunga Simpanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Dengan Citra Perbankan Sebagai Variabel Moderasi,* Jurnal, (Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), hal. 2.

[9] Setiadi. *Perilaku konsumen: perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan consumen, edisi revisi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), hal. 25

[10] Bernard T , *Lifestyle Marketing,* (Jakarta: PT. Gramedia, 2009), hal. 43

Sedangkan persepsi adalah "suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, di mana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan". Dan juga bahwa persepsi itu adalah "proses bagaimana stimuli- stimuli itu diseleksi, diorganisasikan dan diinterpretasikan."[11] Dengan perkataan lain bahwa tanggapan atau penilaian panca indra kita terhadap stimuli atau rangsangan seperti cahaya, warna dan suara akan menimbulkan suatu persepsi.

Sikap menurut Trurstone yang dikutip dari Setiadi, dia melihat sebagai salah satu konsep yang cukup sederhana, yaitu "jumlah pengaruh yang dimiliki seseorang atas atau menentang suatu objek". Sedangkan menurut Allport yang dikutip dari Setiadi, sikap adalah "suatu mental dan saraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan/atau dinamis terhadap perilaku."[12] Memahami sikap konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan karena sikap konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi apakah konsumen jadi membeli ataukah tidak.

Dari beberapa uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam diri setiap orang terdapat kondisi psikologis yang dapat menggerakkan orang tersebut untuk melakukan atau memutuskan bertindak yang dipengaruhi dalam dirinya. Jadi dari permasalahan diatas peneliti ingin meneliti lebih jauh mengenai masalah-masalah tersebut, dengan judul penelitian "Pengaruh Motivasi, Persepsi, Pengetahuan Dan Sikap terhadap Keputusan Anggota

---

[11] Setiadi. *Perilaku konsumen: perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan consumen, edisi revisi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), hal. 91

[12] Setiadi. *Perilaku konsumen: perspektif kontemporer…,* hal. 143.

Menggunakan *Mobile* BMT (Studi Kasus di *Baitul Maal Wa Tamwil* Peta Tulungagung dan *Baitul Maal Wa Tamwil* Peta Trenggalek)".

B. Identifikasi Masalah.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat dijelaskan bahwa belum banyak anggota BMT yang menggunakan *mobile* BMT sebagai sebuah sarana untuk membantu dalam mempermudah kegiatan keuangan mereka. Identifikasi masalah disini membahas tentang sejauh mana pengaruh faktor internal terhadap keputusan anggota KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek untuk menggunakan mobile BMT yang meliputi, keakuratan data yang didapat dari anggota dengan pengisian angket yang disebar kepada para anggota. Selain hal itu karena juga terbatasnya waktu penelitian dan adanya pendemi *covid*-19 ini hanya menggunakan empat variabel saja supaya penelitian segera selesai dan tidak memakan terlalu banyak waktu.

C. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Motivasi berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan mobile BMT di BMT PETA Tulungagung dan BMT PETA Trenggalek?
2. Apakah Persepsi berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan monbile BMT di BMT PETA Tulungagung dan BMT PETA Trenggalek?

3. Apakah Pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan mobile BMT di BMT PETA Tulungagung dan BMT PETA Trenggalek?
4. Apakah Sikap berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan mobile BMT di BMT PETA Tulungagung dan BMT PETA Trenggalek?
5. Apakah Motivasi, Persepsi, Pengetahuan dan Sikap secara bersama-sama mempengaruhi keputusan anggota menggunakan mobile BMT di BMT PETA Tulungagung dan BMT PETA Trenggalek?

D. Tujuan Penelitian.

1. Untuk mengetahui Motivasi berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan *mobile* BMT di BMT PETA Tulungagung dan BMT PETA Trenggalek.
2. Untuk mengetahui Persepsi berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan *mobile* BMT di BMT PETA Tulungagung dan BMT PETA Trenggalek.
3. Untuk mengetahui Pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan *mobile* BMT di BMT PETA Tulungagung dan BMT PETA Trenggalek.
4. Untuk mengetahui Sikap berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan *mobile* BMT di BMT PETA Tulungagung dan BMT PETA Trenggalek.

5. Untuk mengetahui Motivasi, Persepsi, Pengetahuan dan Sikap secara bersama-sama mempengaruhi keputusan anggota menggunakan *mobile* BMT di BMT PETA Tulungagung dan BMT PETA Trenggalek.

E. Kegunaan Penelitian.

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan hasil penelitian ini memberikan manfaat, baik manfaat secara teoretis dan secara praktis. Berikut adalah manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini:

1. Kegunaan Teoretis.

   Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoretis, baik dalam bidang keilmuan maupun untuk pengembangan ilmiah mengenai adanya cetusan teknologi baru yaitu *mobile* BMT.

2. Secara Praktis

   a. Bagi Lembaga Keuangan

      Diharapkan hasil penelitian ini berguna untuk KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek untuk meningkatkan anggota yang menggunakan *mobile* BMT.

   b. Bagi Anggota

      Diharapkan hasil penelitian ini berguna untuk anggota agar mereka semakin mendapatkan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi dari Lembaga Keuangan.

   c. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Diharapkan penelitian ini digunakan sebagai salah satu acuan untuk penelitian selanjutnya dari sisi yang lebih luas dan mendalam.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.

1. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa variabel yang diteliti, lokasi penelitian, populasi atau subjek penelitian dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Variabel Yang Diteliti

Dalam penelitian ini ada empat variabel yang diteliti yaitu variable bebas (variabel independen) dengan variabel X, yaitu faktor internal kemudian variabel terikat (variabel dependen) dengan variabel Y yaitu keputusan anggota menggunakan mobile BMT di BMT PETA Tulungagung dan BMT PETA Trenggalek.

b. Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang dijadikan populasi pada penelitian ini adalah anggota KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek yang telah menggunakan mobile BMT.

2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel bebas (independen) yaitu persepsi (X_1), motivasi (X_2), pengetahuan (X_3), dan sikap (X_4) serta variabel terikat (dependen) yaitu keputusan anggota menggunakan mobile BMT. Berdasarkan variabel tersebut maka peneliti hanya berfokus pada

variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) serta penelitian ini dibatasi pada responden anggota KSPPS BMT PETA Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Trenggalek yang telah menggunakan *mobile* BMT.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual disini adalah penjelasan variabel secara teori yang ada yaitu:

a. Motivasi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia motivasi adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.[13]

b. Persepsi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia persepsi adalah proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.[14]

c. Pengetahuan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui.[15]

d. Sikap.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia sikap adalah dipersiapkan untuk bertindak. [16]

---

[13] Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hal. 973

[14] *Ibid…,* hal. 84

[15] *Ibid…,* hal. 1414

e. Keputusan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia keputusan adalah menentukan sesuatu.[17]

f. *Mobile* BMT.

Fasilitas layanan transaksi KSPPS BMT PETA yang dapat diakses secara langsung oleh Anggota via *smarthphone* dengan menggunakan media jaringan yang dikembangkan dengan media SMS (*Short Message Service*).[18]

g. *Baitul Maal Waa Tamwil* (BMT).

Kata Abdul Aziz dan Mariyah Ulfah: *Baitul Maal Wa Tamwil* merupakan lembaga keuangan mikro yang menggunakan prinsip bagi hasil dalam operasionalnya, mengembangkan bisnis usaha mikro dan kecil untuk mengangkat derajat dan martabat serta membela kaum fakir dan miskin.[19]

2. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini peniliti bermaksud untuk menguji pengaruh motivasi, persepsi, pengetahuan dan sikap terhadap penggunaan mobile BMT pada anggota di BMT PETA Tulungagung dan BMT PETA Trenggalek.

---

[16] *Ibid…,*hal.1656.
[17]*Ibid…,* hal. 1514.
[18] Aplikasi Mobile BMT PETA
[19] Abdul Aziz dan Mariyah Ulfa, *Kapita Selekta Ekonomi Islam Konteporer*, (Bandung: AlfaBeta, 2010), hal. 45

H. Sistematika Pembahasan

Disusunnya sistematika pembahasan ini guna membantu peneliti menyampaikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukannya. Di bagian awalnya terdiri dari halaman sampul depan judul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak. Sedangkan bagian isinya, terdapat enam bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini menjelaskan mengenai masalah yang melatar belakangi penulis dalam pembuatan judul skripsi, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, rumusan masalah yang berisi kajian masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, kegunaan penelitian bagi akademik, lembaga keuangan, dan bagi peneliti selanjutnya, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab landasan teori terdiri dari a) penjelasan motivasi, persepsi, pengetahuan, sikap, keputusan, mobile BMT, dan Baitul Maal Wa Tamwil, b) kajian penelitian terdahulu, c) kerangka konseptual, dan d) hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab metodologi penelitian ini berisi mengenai a) pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan peneliti, b) populasi, sampling dan sampel yang digunakan untuk penelitian, c) sumber data dari variabel yang

digunakan dan skala pengukurannya, d) teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dan instrumen penelitiannya.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab hasil penelitian ini terdiri dari a) deskripsi data dan pengujian hipotesis dan b) temuan penelitian dilapangan yang telah didapat oleh peneliti.

BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab pemabahasan ini peneliti menjabarkan jawaban dari setiap rumusan masalah penelitian.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab penutup ini terdiri dari pemaparan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan berisi saran untuk obyek ataupun sobyek penelitian berdasarkan pertimbangan peneliti Pada bagian akhir membahas mengenai daftar rujukan yang digunakan peneliti dalam menyusun skripsi, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup peneliti.