

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peranan perbankan dalam memajukan suatu Negara sangatlah besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan. Oleh karena itu, saat ini dan masa mendatang kita tidak akan lepas dari dunia perbankan dalam menjalankan aktifitas keuangan, baik perorangan ataupun suatu perusahaan.¹

Seiring bergulirnya sistem perbankan syariah pada pertengahan tahun 1990-an di Indonesia, beberapa Lembaga Keuangan Syariah (LKS) tumbuh dan berkembang pesat di Indonesia, sehingga menyebabkan terjadinya fenomena yang menjadi terbalik. Jika dahulu nasabah yang mencari-cari bank, maka sekarang banklah yang mencari nasabah. Sehingga bank dituntut harus bisa bersaing untuk menawarkan produk dan jasa yang dimilikinya sesuai kebutuhan dan harus merebut perhatian nasabah atau calon nasabah agar mereka tertarik dan minat dengan produk dan jasa yang telah ditawarkan oleh bank.

Bagaimanapun Lembaga Keuangan Syariah (LKS) memiliki sistem dan prosedur yang baku, sehingga tidak mampu menjangkau masyarakat lapis bawah dan kelompok mikro. Dengan prosedur panjang dan rumit, pengusaha mikro dan sektor informal tidak dapat mengakses sumber

¹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo persada, 2008), hal. 2

pendanaan dari bank. Sehingga sektor yang dimiliki oleh sektor mikro tidak berkembang. PINBUK (Pusat Inkubasi Usaha Kecil) yang keberadaannya menyebar di semua provinsi di Indonesia merasa prihatin terhadap kondisi usaha mikro. Melalui berbagai pengkajian yang panjang dan mendalam, maka dirumuskanlah sistem keuangan yang lebih sesuai dengan kondisi usaha mikro dan sesuai dengan syariah yaitu BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*).²

Dari sekian banyak lembaga keuangan syariah, BMT merupakan lembaga ekonomi Islam yang dibangun berbasis keumatan. Dari segi jumlah, BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang paling banyak apabila dibandingkan dengan lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya.³ BMT sendiri adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil (syariah), menumbuhkembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan masyarakat dengan penghasilan menengah kebawah. Secara konseptual, BMT memiliki dua fungsi: *Baitul Maal* yang artinya menerima titipan dana zakat, infaq dan shadaqah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya. *Baitul Tamwil* sendiri artinya melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro terutama dengan

² Vita Nurhayati, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat menjadi Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah*, Skripsi (Salatiga: IAIN Salatiga, 2016), hal. 2

³ Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan, *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*, Jurnal Muqtasid, Vol. 3 No. 2, 2012, hal. 279

mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.⁴

Melihat keadaan saat ini maka jelas BMT memiliki peran yang sangat penting dalam masyarakat, tidak hanya itu keberadaan BMT saat ini sangat membantu masyarakat khususnya kalangan menengah kebawah yang ingin mandiri bersama-sama. BMT menjadi salah satu lembaga keuangan yang cukup menjadi perhatian dan memiliki ketertarikan tersendiri dikalangan masyarakat bahkan perkembangan BMT pun juga sangat pesat. Perkembangan BMT yang sangat pesat merupakan dampak dari pertumbuhan ekonomi masyarakat sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat juga di dunia perbankan, untuk bersaing dalam mendapatkan simpati masyarakat menjadi anggota di BMT tersebut. Maka BMT perlu mengambil langkah-langkah yang strategis agar mencapai keberhasilan, karena keberhasilan atau kemajuan BMT tidaklah lepas dari minat masyarakat untuk menjadi anggota dalam BMT tersebut.⁵

Minat merupakan salah satu hal yang penting bagi sektor perbankan. Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Menurut Chaplin, minat adalah satu keadaan motivasi atau satu set motivasi yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang. Salah satu

⁴ Muhammad Ridwan, *Manajemen baitul Maal Watamwil*, (Yogyakarta:UIN Press, 2004), hal. 98

⁵ *Ibid.*, hal. 101

produk BMT yang diminati oleh anggota maupun calon anggota adalah produk penghimpunan dana yaitu berupa menabung.

Menurut Antonio menabung ialah Tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Adapun menurut Robert Gordman minat menabung merupakan suatu rasa atau proses ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk dan mencoba menggunakan dan memiliki produk tersebut.⁶

Adapun faktor yang kemungkinan mempengaruhi minat anggota menabung di BMT adalah lokasi. Menurut Lupiyoadi, lokasi didefinisikan sebagai tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha.⁷ Sedangkan menurut Losch dalam Muhammad, lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual, konsumen semakin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal.⁸ Untuk itu, lokasi yang strategis akan lebih

⁶ Dwi Aliyah Apriyani Sumarti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Konsumen, (Surve pada Konsumen The Lite A Coffe Shop Sidoarjo)*, administrasi bisnis (JAB), Vol. 51, No. 2, Oktober, 2017, hal. 32

⁷ Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan, *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*, Jurnal Muqtasid, Vol. 3 No. 2, 2012, hal. 285

⁸ Riries Mia Reshita, *Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank BNI di Sidoarjo*, Artikel Ilmiah (Surabaya: STIE Perbanas, 2015), hal.

memudahkan masyarakat untuk menjangkaunya sehingga akan mempengaruhi minat masyarakat sebagai calon anggota.

Selain itu, reputasi menjadi salah satu faktor yang penting bagi suatu BMT dalam menjalin hubungan kerjasama antar bank syariah dengan nasabah, karena reputasi bank merupakan gambaran yang terbentuk dari masyarakat yang tercermin dari hasil tata kelola suatu bank. Di samping itu kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah juga penting bagi bank syariah. Jika bank syariah tercemar oleh penyimpangan dalam atribut syariahnya serta masalah keuanganyang menyebabkan runtuhnya salah satu bank syariah, maka reputasi bank syariah secara menyeluruh akan tergores.⁹

Menurut Warta, reputasi secara lugas dan sederhana dapat dipahami sebagai pengakuan akan nama baik yang timbul karena penilaian, kepercayaan, dan pandangan umum secara meluas bahwa seseorang atau suatu subjek memiliki kualitas, karakter yang kuat, dan kemampuan tertentu yang dilihat, teruji, dapat dirasakan, serta diakui masyarakat atau para pemangku kepentingan.

Reputasi selalu melekat pada setiap perusahaan di semua bidang, reputasi tersebut menjadi penilaian atau kesan yang ada dimata masyarakat dan akan dikenal sesuai baik buruknya reputasi yang diperoleh oleh perusahaan. Dampak yang diperoleh oleh perusahaan dari reputasi positif dengan meningkatnya kegiatan bisnis perusahaan tersebut.¹⁰

⁹ Depi Liasna Br. Sembiring, *Pengaruh Reputasi dan Pelayanan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Muamalat Indonesia Tbk*, Skripsi, (Medan, Politeknik Negeri Medan, 2019), hal. 5

¹⁰ *Ibid.*, hal 20

Selain faktor lokasi dan reputasi, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat berhubungan erat dengan minat masyarakat untuk menjadi anggota pada suatu BMT, karena kualitas pelayanan akan memberikan suatu dorongan kepada para anggota untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan masyarakat serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar menarik minat atau perhatian masyarakat, karena apabila masyarakat berminat maka akan memperhatikan BMT tersebut dan akan menimbulkan minat untuk menjadi anggota.¹¹

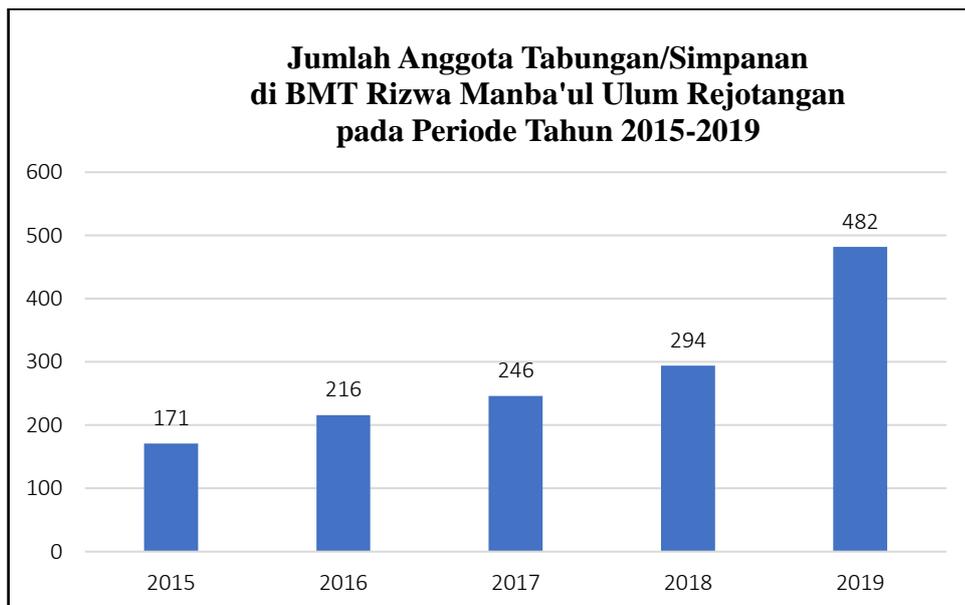
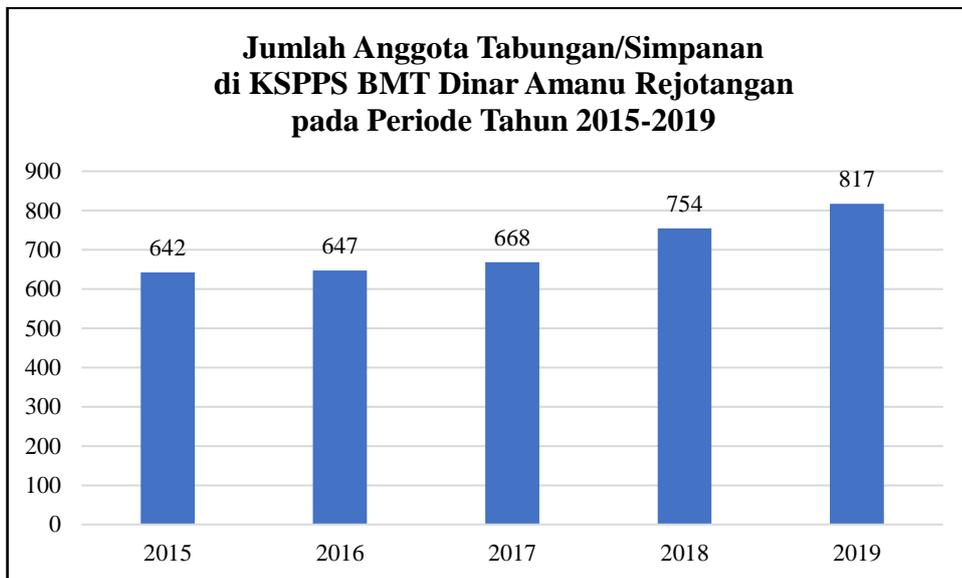
Berikut adalah jumlah anggota di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan.

¹¹ Vita Nurhayati, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Minat menjadi Nasabah di Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah*, Skripsi (Salatiga: IAIN Salatiga, 2016), hal. 4

Tabel 1.1

Data Jumlah Anggota Tabungan/Simpanan

Periode Tahun 2015-2019



Sumber : Data Laporan Tahunan 2015-2016

Berdasarkan tabel grafik di atas menunjukkan bahwa, jumlah anggota di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan mengalami kenaikan berturut-turut dari tahun ke tahun. Jumlah penabung yang awalnya 642 anggota di tahun 2015 meningkat hampir 50% pada tahun 2019 yaitu menjadi 817 anggota.

Sedangkan jumlah anggota di BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan mengalami kenaikan berturut-turut dari tahun ke tahun. Jumlah penabung yang awalnya sebanyak 171 anggota di tahun 2015 meningkat sebanyak 482 anggota di tahun 2019, yang artinya dalam 5 periode berturut-turut terdapat kenaikan hampir tiga kali lipat dari jumlah anggota sebelumnya. Dimana para anggota penabung dan pembiayaan berasal dari golongan para guru, siswa, orang tua murid, serta pengusaha kecil mengingat BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan berlokasi di sekitar sekolah Madrasah.

Pada skripsi ini, peneliti akan melakukan penelitian di kantor KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan. Adapun alasan dari peneliti memilih kedua BMT tersebut karena memiliki kesamaan yaitu lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, keadaan kantor yang cukup ramai, serta mayoritas penduduk di sekitar Rejotangan sebagian besar beragama Islam.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul **“Pengaruh Lokasi, Reputasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap**

Minat Anggota Menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Pengaruh lokasi, reputasi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat anggota menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan.
2. Pengaruh lokasi secara parsial terhadap minat anggota menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan.
3. Pengaruh reputasi secara parsial terhadap minat anggota menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan.
4. Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat anggota menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti sebagai berikut :

1. Apakah lokasi, reputasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap minat anggota menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan ?
2. Apakah lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat anggota menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan ?
3. Apakah reputasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat anggota menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan ?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat anggota menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh lokasi, reputasi, dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) terhadap minat anggota menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan.

2. Untuk menguji signifikansi pengaruh lokasi secara parsial terhadap minat anggota menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh reputasi secara parsial terhadap minat anggota menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan.
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat anggota menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan.

E. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat berguna bagi pengembangan keilmuan dan bagi pihak-pihak yang bersangkutan. Adapun kegunaan penelitian ini baik yang bersifat teoritis maupun yang bersifat praktis adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Penelitian yang berjudul Pengaruh Lokasi, Reputasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Anggota Menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dijadikan sebagai pengembangan keilmuan secara luas khususnya bagi para mahasiswa untuk memudahkan dalam memahami materi perkuliahan serta menambah referensi dalam belajar.

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih untuk perpustakaan IAIN Tulungagung di bidang perbankan dan dapat disajikan sebagai bahan bacaan serta referensi yang berisikan suatu studi perbandingan yang bersifat karya ilmiah untuk menambah wawasan dan pengetahuan khususnya tentang perbankan syariah.

b. Bagi KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi BMT dalam mengambil keputusan dan dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran terkait minat masyarakat menjadi anggota di BMT tersebut.

c. Bagi Peneliti yang akan datang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya dalam meneliti tema yang sama dengan variabel yang berbeda, sehingga dapat membuat karya ilmiah yang lebih baik dan sempurna.

d. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan wawasan dan pengetahuan serta pengalaman langsung mengenai pengaruh lokasi, reputasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat anggota menabung di BMT.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup yang diteliti dalam penelitian ini yaitu Lokasi, Reputasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Anggota Menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan. Dengan menggunakan variable bebasnya lokasi, reputasi, dan kualitas pelayanan, sedangkan variable terikatnya minat anggota menabung.

Sedangkan untuk Batasan penelitian yaitu objek penelitiannya adalah nasabah di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kemungkinan penafsiran yang keliru dan beragam dari kalangan pembaca dalam memahami judul tersebut maka penulis mengemukakan pengertian beberapa variabel yang terdapat pada judul ini :

1. Secara Konseptual

Penegasan konseptual merupakan penegasan istilah yang bersumber dari kamus atau bahan kajian literatur yang relevan dengan penelitian.

a. Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono, lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonomi.¹²

¹² Fandy Tjiptono, *Manajemen Operasional*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), hal. 96

b. Reputasi

Menurut Warta reputasi secara lugas dan sederhana dapat dipahami sebagai pengakuan akan nama baik yang timbul karena penilaian, kepercayaan, dan pandangan umum secara meluas bahwa seseorang atau suatu subjek memiliki kualitas, karakter yang kuat, dan kemampuan tertentu yang dilihat, teruji, dapat dirasakan, serta diakui masyarakat atau para pemangku kepentingan.¹³

c. Kualitas Pelayanan

Menurut Wycof dalam Tjiptono bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.¹⁴

d. Minat

Menurut Slameto, minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Dengan kata lain, menurut Crow dan Crow minat dapat menjadi sebab suatu kegiatan dan hasil dari turut sertanya dalam kegiatan tersebut.¹⁵

¹³ Depi Liasna Br. Sembiring, *Pengaruh Reputasi dan Pelayanan terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Muamalat Indonesia Tbk*, Skripsi, (Medan, Politeknik Negeri Medan, 2019), hal. 20

¹⁴ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), hal. 59

¹⁵ Muh. Abdul Azis, *Analisis Faky-or-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang)*, Skripsi (Salatiga: IAIN Salatiga, 2019), hal. 30

e. Menabung

Menurut Antonio menabung ialah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.¹⁶

2. Secara Operasional

Definisi operasional yaitu definisi variable secara operasional, secara sepihak secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti. Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji adanya pengaruh lokasi, reputasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat anggota menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan. Merupakan definisi yang didasarkan pada sifat-sifat hal yang didefinisikan serta dapat diamati. Secara tidak langsung itu akan merujuk pada alat pengambilan data yang cocok untuk digunakan.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga akhir kesimpulan. Bagian awal skripsi

¹⁶ Dwi Aliyah Apriyani Sumarti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Konsumen, (Surve pada Konsumen The Lite A Coffe Shop Sidoarjo), administrasi bisnis (JAB)*, Vol. 51, No. 2, Oktober, 2017, hal. 32

berisi: halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman deklarasi, halaman abstrak, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, dan daftar lampiran.

Adapun rencana sistematika pembahasan dari awal hingga akhir kesimpulan dibagi menjadi enam bab dengan uraian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN dalam bab ini berisi: a) latar belakang penelitian, b) identifikasi masalah, c) rumusan masalah, d) tujuan penelitian, e) kegunaan penelitian, f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, g) penegasan istilah, dan h) sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI dalam bab ini berisi: a) manajemen pemasaran, b) lokasi, c) reputasi, d) kualitas pelayanan, e) minat anggota menabung, f) hubungan lokasi terhadap minat anggota menabung, g) hubungan reputasi terhadap minat anggota menabung, h) hubungan kualitas pelayanan terhadap minat anggota menabung, i) penelitian terdahulu, j) kerangka konseptual, k) mapping variable, teori, dan indicator, l)hipotesisi penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN dalam bab ini berisi: a) pendekatan dan jenis penelitian, b) definisi konsep dan operasional, c) populasi, sampling dan sampel penelitian, d) sumber data, variabel dan skala pengukuran, e) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, f) teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN dalam bab ini menguraikan tentang hasil penelitian (yang berisi tentang deskripsi data) serta temuan penelitian. **BAB**

V PEMBAHASAN dalam bab ini berisikan pembahasan dari rumusan masalah awal hingga akhir.

BAB VI PENUTUP dalam bab ini berisikan kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.