

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Perkembangan sistem keuangan berdasarkan prinsip syariah dimulai sebelum pemerintah secara resmi meletakkan landasan hukum bagi operasionalnya. Namun, apabila dibandingkan dengan sebelumnya, perbankan syariah mulai sangat berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia ini menjadi salah satu bukti bahwa masyarakat mulai menyadari kebutuhannya akan sistem perbankan yang dapat memberikan layanan keuangan yang handal dan sesuai dengan ajaran Islam. Sejalan dengan bank syariah yang menunjukkan peningkatan yang amat pesat, hal yang sama terjadi dengan lembaga keuangan syariah non bank.

Kemajuan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia memberikan peluang bagus semenjak diresmikannya undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang di perkuat adanya undang-undang No. 10 Tahun 1998, berkaitan dengan tatanan sistem kelembagaan keuangan yang menghadapi pergantian. Hasil pergantian tersebut terkait perbankan syariah asuransi Takaful, Pegadaian Syariah, Reksadana Syariah, dan BMT Koperasi syariah.

Salah satunya yang mengalami kemajuan yaitu Baitul Mal Wa at-Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan syariah mikro sistem operasionalnya berlandaskan prinsip syariah sesuai dengan syariat islam.<sup>1</sup> BTM adalah lembaga keuangan syariah yang sama dengan Baitul Maal wat-Tamwil (BMT) karena BTM dibangun dengan konsep dasar BMT itu sendiri yaitu baitul Tamwil dan Baitul Maal.<sup>2</sup>

Koperasi syariah menjadi alternatif sebagai pemulihan kondisi perekonomian Indonesia. Koperasi syariah muncul sebagai lembaga keuangan syariah mikro dengan tujuan memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh lembaga perbankan syariah. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah atau KSPPS merupakan lembaga keuangan non bank yang menggunakan prinsip syariah. Koperasi Syariah merupakan lembaga keuangan yang berorientasi pada sosial keagamaan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dan menyalurkan dana atau harta masyarakat berupa zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS).<sup>3</sup>

Koperasi adalah badan usaha yang terbentuk dari sekumpulan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan menitikberatkan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi dan sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang menganut asas kekeluargaan, hal ini tercantum dalam UU no. 25 thn. 1992 tentang perkoperasian.

---

<sup>1</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal 45

<sup>2</sup> Syifa Zakiya Nurlatifah dan R. Masykur, *Pengaruh Startegi*, Hal 2

<sup>3</sup> M. Ilmi, *Teori dan Praktek LMKS*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), hal. 66

Koperasi syariah, *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) dan *Baitul Tamwil Muhammadiyah* (BTM) serta banyak lembaga syariah non bank lainnya merupakan contoh yang membuktikan peningkatan tersebut. *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) yang memiliki basis kegiatan ekonomi rakyat dengan falsafah yang sama seperti dari anggota untuk anggota maka berdasarkan UU RI no. 25 thn. 1992 tentang keberhakan menggunakan badan hukum koperasi, dimana letak perbedaanya dengan koperasi konvensional atau non syariah hanya terletak pada teknis operasionalnya.

Pada umumnya bank syariah lebih banyak menggunakan *al-ijarah* *AlMuntahiya Bittamlk* di bandingkan dengan *ijarah*. Hal tersebut karena IMBT lebih sederhana dari sisi pembukuan. Selain itu, bankpun tidak direpotkan untuk mengurus pemeliharaan asset, baik pada saat *leasing*, maupun sesudahnya. Jika dikaitkan dengan perkembangan perekonomian pada saat ini, banyak sekali praktek *ijarah* yang terjadi baik dalam skala kecil maupun dalam skala besar, baik berupa barang maupun jasa. Ruang lingkupnyapun sangat luas, hampir mencakup seluruh aspek kehidupan. Misalnya, ketika seseorang memanggil seorang guru privat untuk memberikan pelajaran tambahan maka ia telah memakai jasa seseorang untuk mengajari pelajaran tersebut. Dalam kehidupan sehari-hari praktek *ijarah* ini sangat diperlukan oleh masyarakat Indonesia terutama bagi masyarakat golongan menengah kebawah karena dengan produk ini dapat mempermudah barang ataupun jasa sesuai dengan kebutuhan mereka. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *ijarah* memiliki peranan penting

dalam kehidupan masyarakat. *Ijarah* merupakan manifestasi keluwesan hukum.<sup>4</sup>

KSPPS BTM Surya Madinah mempunyai filosofi nama tersendiri. Kata “Surya” mempunyai makna dari lambang logo Muhammadiyah, sedangkan kata “Madinah” berasal dari singkatan Maju, Dinamis, dan Amanah. Kantor pusat KSPPS BTM Surya Madinah berlokasi di Jalan KH.Wachid Hasyim No.48 tepatnya di pusat kota Tulungagung dikarenakan memilih lokasi yang strategis. KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung mempunyai 3 kantor kas yang berada di kecamatan Rejotangan, kecamatan Ngantru, dan Kecamatan Pakel. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitut Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah didirikan sejak tanggal 2 April 2002 dengan Surat Keputusan Kepala Kantor dan UKM Kabupaten Tulungagung atas nama Menteri Negara Urusan Koperasi dan UKM Nomor : 188.2/41/BH/424.75/2002 tanggal 23 September 2002. KSPPS BTM Surya Madinah adalah koperasi simpan pinjam yang berpegang teguh pada asas nilai-nilai Islam. Setiap lembaga khususnya seperti KSPPS BTM Surya Madinah memiliki visi misi yang berbeda-beda dengan kebutuhan yang berbeda pula. BTM Surya Madinah Tulungagung selau berfokus pada peningkatan pelayanan kepada para anggota dan calon anggota serta meningkatkan kesejahteraan. Sehingga terbukti sampai saat ini BTM Surya Madinah Tulungagung semakin naik

---

<sup>4</sup> Muhammad Syafi’I Antonio, “*Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*”, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001), hal. 199.

daun dan banyak diminati oleh masyarakat. Perkembangan dari *Baitul Tanwil Muhammadiyah* (BTM) dan *Baitul Maal wa Tanwil* (BMT) sangat dipengaruhi dengan sumber daya manusia. Sebagai kunci dasar, sumber daya manusia dapat menentukan keberhasilan pelaksanaan kegiatan dalam suatu lembaga. Hal ini dibuktikan pada pernyataan dari pengelola bagian SDM dan Umum BMT Surya Madinah, Onang Guncahyo yang menyatakan bahwa meskipun dilanda pandemic Covid-19, BMT tetap dapat bertahan dan mempertahankan profitnya. Beliau juga menegaskan bahwa hal itu didukung dengan peran bagian SDM dan Umum dalam manajemen SDM dalam BMT. Oleh karena itu SDM memiliki peranan penting dalam sebuah organisasi, khususnya adalah BMT. Hal ini dikarenakan organisasi dapat berjalan dengan sikap gotong-royong antar anggotanya, sehingga SDM yang sangat melekat dengan para anggota saling dipadukan dan dapat digunakan untuk meraih visi dan misi dari BMT maupun BTM. BTM Surya Madinah Tulungagung bukan hanya memiliki kantor cabang yang banyak, akan tetapi jumlah anggota setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan, ini membuktikan bahwa lembaga tersebut mengalami kemajuan. Peningkatan jumlah anggota pembiayaan dan penghimpunan dana di koperasi simpan pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jumlah Anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung**

**Periode 2018-2020**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota</b>
2018	10.279
2019	11.537
2020	11.441

*Sumber: KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung*

Hasil data jumlah anggota di BTM Surya Madinah Tulungagung pada tahun 2018 sejumlah 10.279 anggota, yang mana semua ini terdiri dari anggota pembiayaan dan penghimpun dana. Selanjutnya pada tahun 2019 dengan anggota sejumlah 11.537 anggota, yang mana semua ini terdiri dari anggota pembiayaan dan penghimpun dana. Yang terakhir pada tahun 2020 dengan jumlah anggota 11.441 anggota, yang mana semua ini juga terdiri dari anggota pembiayaan murabahah, mudharabah, musyarakah, ijarah IMBT dan pembiayaan pinjaman qard. Selain itu juga dari anggota produk penghimpun dana ada tabungan wadiah, SIWADA, Si Aris, Si Haji dan tabungan Si Hari Raya.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan suatu perusahaan atau lembaga bergantung pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat sendiri terhadap adanya BTM. Seperti halnya di BTM Surya Madinah Tulungagung dalam peningkatan jumlah anggota setiap tahunnya bisa dikatakan disebabkan tidak lain karena minat masyarakat dan

gencarnya promosi produk dari Lembaga ke masyarakat. Maka dari itu Lembaga hendaknya memperhatikan faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap produk yang terdapat pada lembaga itu sendiri. Persepsi masyarakat terhadap koperasi syariah masih sangat minim apalagi beberapa masyarakat hanya mengenal istilah Perbankan saja. Beragamnya persepsi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syari'ah, diantaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap bank syari'ah, terutama yang disebabkan dominasi bank konvensional. Perbedaan persepsi atas bagi hasil, bunga dan produk sangat berpotensi mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk bank syariah, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh perbedaan persepsi atas bagi hasil, bunga bank dan produk terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Keberadaan koperasi syariah yang kalah jumlah dari bank syariah maupun konvensional. Selain itu, ada beberapa faktor penyebab rendahnya market share koperasi syariah misalnya, Pengetahuan mengenai apa itu koperasi syariah juga mempengaruhi masyarakat dalam menentukan pilihan. Pengetahuan merupakan hasil dari kurangnya informasi mengenai berbagai produk serta kemudahan yang diberikan pada anggota hal tersebut bisa berdampak pada persepsi mengenai bank syariah yang beredar. Pengetahuan seseorang tentang koperasi syariah akan mempengaruhi minat nasabah. Selain itu, kurangnya promosi menyebabkan banyak masyarakat

tidak mengenali adanya koperasi syariah. Promosi sendiri sangat penting, sehingga masyarakat bisa tahu dan mengerti tentang lembaga-lembaga keuangan syariah seperti koperasi syariah.

Salah satu strategi yang dapat ditempuh untuk menjaga kepuasan dan loyalitas nasabah adalah dengan menerapkan konsep pemasaran relasional (*relationship marketing*). Terlebih saat ini dalam pemasaran produk jasa termasuk produk perbankan tidak semata-mata dimaksudkan untuk menyampaikan produk melainkan juga menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah. Dasar pemikiran dalam praktik pemasaran tersebut adalah bahwa menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan saat ini dianggap sangat menghemat biaya dibandingkan dengan mencari pelanggan baru atau usaha mengembalikan pelanggan lama yang sudah putus hubungan.<sup>5</sup>

Dilihat dari persaingan jumlah koperasi yang semakin meningkat setiap tahun maka dalam operasionalnya sangat diperlukan strategi pemasaran untuk menunjang perkembangan BTM dan produk pembiayaan yang ditawarkan khususnya pembiayaan Murabahah diperlukan strategi pemasaran yang baik dan efisien, agar BTM lebih dikenal luas oleh

---

<sup>5</sup> Maulidi dan Ainur Roriq, “Pengaruh *Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Pada Nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk Cabang Bawean*”, Jurnal Pemasaran, Vol. 2 No. 4, 2017. hal.2



masyarakat luas, maka harus bisa melakukan kegiatan pemasaran seunik mungkin.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dan melihat begitu pentingnya minat masyarakat yang dipengaruhi oleh persepsi, pengetahuan serta promosi maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “**Analiss**

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menjadi Nasabah Di BTM Surya Madinah Tulungagung ”.**

## **B. Idetifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian selanjutnya. Adapun identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan masyarakat terhadap koperasi syariah.
2. Kurangnya promosi pengenalan lembaga dan produk koperasi syariah.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi rumusan masalah yang dijadikan bahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah?

2. Apakah Pengetahuan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah?
4. Apakah persepsi, pengetahuan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah?

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

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi tujuan penelitiannya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi terhadap minat menjadi nasabah di KSPPS Surya Madinah Tulungagung.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di KSPPS Surya Madinah Tulungagung.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap terhadap minat menjadi nasabah di KSPPS Surya Madinah Tulungagung.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi, pengetahuan dan promosi terhadap minat menjadi nasabah di KSPPS Surya Madinah Tulungagung.

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

Adapun manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

## **1. Kegunaan Teoretis**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan ilmu terutama berkenaan dengan lingkungan kerja, disiplin kerja dan komunikasi terhadap kinerja karyawan.

## **2. Kegunaan Praktis**

### **a. Bagi KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung**

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak BTM Surya Madinah Tulungagung sebagai bahan masukan dan menambah wawasan dalam mengambil kebijakan tentang persepsi, pengetahuan serta promosi terhadap produk pembiayaan di koperasi syariah.

### **b. Bagi Akademik**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan menambah koleksi pustaka IAIN Tulungagung untuk dijadikan referensi mahasiswa FEBI khususnya jurusan perbankan syariah.

### **c. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Dapat menjadi bahan perbandingan, bahan tambahan informasi dan juga dapat menjadai literatur untuk penelitian berikutnya dibidang lembaga keuangan syariah.

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

### **1. Ruang Lingkup**

Penelitian ini membahas mengenai “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah di BTM Surya Madinah Tulungagung” Penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y dimana variabel X sebagai variabel bebas (*independent*) yang terdiri dari variabel X<sub>1</sub> (persepsi), variabel X<sub>2</sub> (pengetahuan), variabel X<sub>3</sub> (promosi), dan variabel Y sebagai variabel terikat (*dependent*) yaitu (minat).

### **2. Keterbatasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis memberikan batasan dalam penelitian ini. Adapun batasan penelitian ini yaitu:

- a. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah KSPPS BTM Surya ZMadinah Tulungagung
- b. Dalam penelitian ini dibatasi pada variabel bebas (*independent*) yang terdiri dari variabel X<sub>1</sub> (persepsi), variabel X<sub>2</sub> (pengetahuan), variabel X<sub>3</sub> (promosi), dan variabel terikat (*dependent*) Y yaitu (minat).

## **G. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami maksud dari penelitian ini, maka peneliti perlu menjelaskan istilah yang terkandung dalam tema ini baik secara konseptual maupun operasional.

## 1. Secara Konseptual

- a. Persepsi adalah kesan yang diperoleh individu lewat panca indera yang kemudian dianalisa atau diorganisir, kemudian diintegrasikan dan terakhir dievaluasi, hingga pada akhirnya individu itu memperoleh makna.<sup>6</sup>
- b. Pengetahuan adalah segala semua informasi yang diketahui dan diperoleh oleh manusia pada objek tertentu dan dari proses hasil melihat, merasakan, berfikir, dan juga dari proses mendengar, kemudian dijadikan manusia sebagai landasan untuk bertindak
- c. Promosi adalah suatu aktivitas yang menginformasikan serta menawarkan suatu produk atau jasa untuk menarik konsumen.
- d. Minat adalah suatu kecenderungan seseorang pada suatu kegiatan tertentu yang terus diperhatikan secara terus-menerus dan dikenang dan disertai dengan perasaan senang dan akhirnya timbulah minat yang positif bagi orang tersebut. Setiap orang bebas untuk memilih berdasarkan apa yang mereka inginkan dan juga bebas memilih sesuai keinginan sendiri, atas dasar inilah minat menjadi motivasi seseorang.

---

<sup>6</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 12* (Indonesia: Pt Macanan Jaya Cemerlang, 2009), Hal. 22

## **2. Secara Operasional**

Definisi secara operasional dalam penelitian yang berjudul Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat anggota pada produk pembiayaan Ijarah Muntahiyah Bittamluk ini yaitu Mengetahui pengaruh antara ketiga variabel yaitu, persepsi, pengetahuan dan juga promosi para anggota dalam minatnya di dalam memilih suatu produk dalam koperasi syariah yang mereka gunakan.

## **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi untuk mempermudah penelusuran dan pemahaman keseluruhan tulisan ini, penulis akan memberikan gambaran singkat mengenai apa yang diuraikan dalam bab-bab. Penulis membuat sistematika penulisan skripsi yang terbagi menjadi enam bab sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, definisi istilah dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini diuraikan berbagai teori, konsep, dan dasar tentang teori-teori dari variabel-variabel penelitian yang terdiri dari kerangka teori, kajian penelitian yang relevan, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini membahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian dan analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini memuat deskripsi singkat hasil penelitian yang terdiri dari hasil penelitian (berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) dan temuan penelitian.

### **BAB V : PEMBAHASAN**

Dalam bab ini memuat deskripsi dalam pembahasan hasil penelitian disertai dengan analisis berdasarkan teori yang mendukung penjelasan materi penulisan terkait.

### **BAB VI : PENUTUP**

Dalam bab ini memuat kesimpulan dan saran setelah itu dilampirkan daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dsan daftar riwayat hidup