

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam memiliki beberapa aspek ajaran dalam sistem muamalahnya, diantara aspek ajaran tersebut yaitu mulai dari persoalan hak, hukum, sampai urusan lembaga keuangan sekalipun. Lembaga keuangan diadakan dalam rangka untuk memwadahi aktivitas konsumsi, simpan dan investasi. Lembaga keuangan tersebut terbentuk dalam lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank.²

Dalam kehidupan masyarakat yang berkecukupan mulai muncul kekhawatiran akan timbulnya pengikisan akidah. Pengikisan akidah tidak hanya dipengaruhi oleh aspek syiar Islam tetapi juga dipengaruhi oleh lemahnya ekonomi dalam masyarakat. Sebagaimana telah diriwayatkan oleh Rasulullah SAW, bahwa keberadaan *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) diharapkan mampu mengatasi masalah lewat pemenuhan kebutuhan-kebutuhan ekonomi masyarakat.³

BMT merupakan salah satu Lembaga Keuangan syariah non bank yang beroperasi dengan berprinsip syariah yang mengutamakan nilai-nilai Islam dan tidak menggunakan sistem riba atau bunga melainkan

² Muhammad, *Sistem & Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hal.3

³ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hal. 97

dengan sistem bagi hasil. Peran umum BMT yang dilakukan adalah melakukan pembinaan yang berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syariah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil yang serba cukup ilmu pengetahuan dan materi maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Adapun peran BMT di masyarakat, antara lain adalah motor penggerak ekonomi dan sosial masyarakat banyak, ujung tombak pelaksanaan ekonomi Islam, penghubung antara kaum *aghnia* (kaya) dan kaum *dhu'afa* (miskin), sarana pendidikan informal untuk mewujudkan prinsip hidup yang barakah, ahsanu ,amala, dan salaam melalui *spiritual communication dengan dzikir qalbiyah ilahiah*.⁴

Dengan demikian BMT sesungguhnya merupakan lembaga yang bersifat sosial keagamaan sekaligus komersial. BMT menjalankan tugas sosialnya dengan cara menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat dalam bentuk zakat, infaq, dan shadaqah tanpa mengambil keuntungan. Disisi lain ia mencari dan memperoleh keuntungan melalui kegiatan kemitraan dengan nasabah baik dalam bentuk penghimpunan, pembiayaan, maupun layanan-layanan pelengkapya sebagai suatu lembaga keuangan Islam. Keperluan masyarakat dalam peningkatan kesejahteraan dan dalam bidang investasi pada masa kini memerlukan jasa perbankan dan nonbank, dan salah satu produk perbankan dan BMT

⁴ Nurul Huda, Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoretis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal. 365

dibidang penghimpunan dana dari masyarakat adalah deposito akan tetapi, tidak semua deposito dapat dibenarkan dalam hukum Islam.

Setiap lembaga keuangan memiliki produk produk yang diunggulkan untuk menarik minat nasabahnya. Dari berbagai macam produk yang ditawarkan oleh BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung, salah satunya adalah produk penghimpunan dana, yaitu tabungan *Mudharabah*. *Mudharabah* sendiri adalah transaksi penanaman dana dari pemilik (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Berdasarkan prinsip ini, bank islam akan berfungsi sebagai mitra, baik dengan penabung maupun dengan pengusaha yang meminjamkan dana. Dengan penabung, bank akan bertindak sebagai *mudharib* “pengelola”, sedangkan penabung bertindak sebagai *shahibul maal* “penyandang dana”. Antara keduanya diadakan akad *mudharabah* yang menyatakan pembagian keuntungan masing masing pihak.

Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Ismail pada tahun 2019 dengan beberapa nasabah menunjukkan bahwa beberapa nasabah kurang mengetahui informasi mengenai lembaga keuangan syariah sehingga membuat nasabah ragu ragu untuk menabung di lembaga keuangan syariah. Nasabah juga kurang mengetahui jenis produk dan layanan lembaga keuangan syariah. Sebagian besar nasabah juga kurang bisa membedakan tabungan menggunakan akad *mudharabah* dengan tabungan

menggunakan akad *wadiah*. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan kurang menginformasikan jenis layanan yang ada dan layanan yang terbaru kepada seluruh nasabah serta kurangnya promosi kepada masyarakat tentang jenis layanan jasa di lembaga keuangan tersebut.

Pada penelitian ini peneliti memilih variabel nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi dikarenakan peneliti sudah melakukan uji coba penyebaran kuesioner kepada 30 nasabah pada BMT Mualamah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung dan hasil kuesioner tersebut menghasilkan hasil bahwa dominasi jawaban terbanyak terdapat pada variabel nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi.

Keputusan adalah pemilihan diantara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian yaitu: ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan yang diambil semakin mendekati tujuan tersebut.⁵ Keputusan menjadi nasabah merupakan suatu tindakan dari dua pilihan *alternative* atau lebih. *Alternative* tersebut muncul ketika para nasabah sadar akan kebutuhan yang mereka hadapi dan memerlukan solusi untuk mengatasinya. Beberapa alternative muncul ke pikiran dan akan membentuk evoked set atau set pertimbangan yaitu suatu kumpulan produk atau merk yang mungkin dipertimbangkan oleh seseorang pelanggan dalam proses pengambilan keputusan.⁶

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah diantaranya yaitu nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi.

⁵ Maski, "Analisis Keputusan Menabung dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang", *Jurnal Of Indonesia Applied Economic*, Vol. 4, No. 1, hal. 45

⁶ Sangadji & Sopiha, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2013)

Menurut Khasanah⁷ sistem bagi hasil atau nisbah bagi hasil merupakan salah satu faktor terpenting seseorang memutuskan menjadi nasabah di lembaga keuangan, karena semakin tinggi keuntungan bagi hasil yang diterima maka seseorang cenderung tertarik menggunakan jasa tersebut. Menurut Sumantri⁸ faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah adalah kualitas pelayanan yang diberikan suatu lembaga keuangan non bank maupun bank terhadap calon nasabah. pelayanan berkualitas sangat penting bagi perbankan dikarenakan pesaing antar perbankan dari setiap bank semakin ketat. Menurut Yolanda⁹ Promosi merupakan bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran, dan aktivitas promosi adalah bagaimana cara mengkonsumsi suatu pesan (produk) kepada *public*. Aktivitas promosi tersebut dapat melalui *event*, lembaga bank atau non bank memanfaatkan event sebagai mediator pesan perusahaan dalam mencapai sasaran, salah satu alat promosi yang kini semakin digemari banyak bank adalah promosi tabungan, selain mudah, juga tidak membutuhkan banyak biaya.

Dalam menunjukkan produk yang dimiliki BMT harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui promosi. Promosi yang dapat dilakukan BMT harus memberikan informasi yang tepat dan komunikasi berperan penting dalam hal ini. Dengan diadakan promosi maka masyarakat mengetahui apa saja yang diberikan oleh BMT serta

⁷ Khasanah, & Arie, "Pengaruh Sistem Bagi Hasil terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon (Penelitian Survei terhadap Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon)", *Edunomic*, Vol. 2, No. 1, hal. 38

⁸ Sumantri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Prosuk Pembiayaan terhadap Minat dan Keputusan menjadi Nasabah di Bank Syariah", *Jurnal Economia*, Vo. 10, No. 2, hal. 141

⁹ Tria Yolanda, "Analisis Promosi terhadap Dana Pihak Ketiga di Perbankan Syariah", Vol. 6, No.1

menambah keputusan masyarakat untuk menabung.¹⁰ Namun tindakan promosi oleh BMT juga bisa mengurangi niat masyarakat bila dilakukan dengan tujuan yang tidak tepat atau berlebihan. Oleh karena itu, BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung harus dapat memanfaatkan dengan benar media promosi seperti iklan, media cetak, alat elektronik, promosi langsung atau mengadakan event/acara yang tersedia.

Ketika masyarakat telah memiliki informasi yang telah didapat maka tindakan masyarakat selanjutnya untuk menjadi nasabah adalah melakukan kegiatan sebagai nasabah. Dalam hal ini, kualitas pelayanan mendapat peran, dimana kualitas pelayanan yang diterima konsumen menjadi penilaian atas pelanggan.¹¹ Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap anggota maupun calon anggota sehingga dapat menarik minat anggota/calon anggota untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung Bank Muamalat selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap seluruh nasabahnya agar para nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Berawal dari kondisi diatas, penyusun tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Nisbah Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Tabungan Mudharabah”** (Studi

¹⁰ Indriyono, *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*, (Yogyakarta : BPFE, 2000), Hal. 235

¹¹ Zeithaml, VA,A. Parasuraman and Leonard L.Berry, *The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service*, (Press New York, 1990), Hal. 19

Kasus pada BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Sukses Makmur Tulungagung).

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan diatas, peneliti merumuskan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel Nisbah Bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada Tabungan *mudharabah* di BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung?
2. Apakah variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada Tabungan *mudharabah* di BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung?
3. Apakah variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada Tabungan *mudharabah* di BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung?
4. Apakah variabel Nisbah Bagi hasil, Kualitas Pelayanan, dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan nasabah menabung pada Tabungan *mudharabah* di BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk menguji variabel Nisbah Bagi Hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Tabungan *mudharabah* di BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung
2. Untuk menguji variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Tabungan *mudharabah* di BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung
3. Untuk menguji variabel Promosi berpengaruh terhadap signifikan keputusan nasabah menabung pada Tabungan *mudharabah* di BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung
4. Untuk menguji variabel Nisbah Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Tabungan *mudharabah* di BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini bisa digunakan sebagai acuan dasar teoritis dalam memperkaya wawasan tentang nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan, promosi dan keputusan nasabah dalam menabung pada Tabungan *mudharabah* di BMT.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang akan diambil terhadap keputusan nasabah menabung pada Tabungan *Mudharabah* di BMT sehingga transaksi tetap berjalan dengan lancar.

- b. Bagi Nasabah

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi ketika nasabah memilih produk BMT. Sehingga nasabah mempunyai gambaran tentang bagaimana kondisi lembaga keuangan mikro yang dapat menguntungkan mereka.

- c. Bagi Akademik

Diharapkan dapat menambah wawasan di bidang lembaga keuangan mikro khususnya BMT dalam hal yang berkaitan dengan keputusan nasabah.

d. Bagi Mahasiswa / Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi atau bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji pada bidang yang sama mengenai pengaruh nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung pada tabungan *mudharabah* di BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui tentang variabel-variabel yang akan diteliti, membatasi permasalahan yang akan diteliti dan juga lokasi penelitian sehingga tidak menyimpang dari tujuan yang dikehendaki. Adapun ruang lingkup dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini membahas mengenai nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap minat nasabah menabung dalam tabungan *mudharabah* di BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung dengan variabel bebasnya yaitu nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan nasabah.
2. Objek dari penelitian ini yaitu nasabah di BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung.

3. Lokasi pada penelitian ini dilakukan di BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung.

F. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini penegasan istilah terdiri dari dua, antara lain penegasan konseptual dan penegasan operasional. Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

- a. Nisbah Bagi Hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*shahibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*).¹²
- b. Kualitas Pelayanan adalah suatu kondisi dinamis (tidak stagnan) yang berhubungan dengan proses, produk, manusia, jasa, dan lingkungan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan. Perspektif mengenai kualitas pelayanan, salah satunya yaitu kualitas dilihat tergantung siapa yang menilainya, sehingga produk berkualitas paling tinggi adalah produk yang paling memuaskan preferensi seseorang.¹³
- c. Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal

¹² Syafi'i Antoni, *Bank Syariah dan Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 90

¹³ Tjiptono F & Chandra G, *Service Quality & Satisfaction Edisi Ketiga*, (Andi Offset, 2012), hal. 87

menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.¹⁴

- d. Keputusan Menabung adalah Keputusan adalah suatu pengakhiran dari pada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternative.¹⁵

2. Secara Operasional

Definisi operasional yaitu definisi variabel secara operasional, secara praktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji adanya pengaruh nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung dalam tabungan *mudharabah* di BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung. Merupakan definisi didasarkan pada sifat-sifat hal yang didefinisikan serta dapat diamati. Secara tidak langsung itu akan merujuk pada alat pengambilan data yang cocok untuk digunakan.

G. Sistematika Skripsi

Sistematika penelitian ini tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan akhir penelitian. Bagian awal memuat sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing,

¹⁴ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal. 133

¹⁵ Boediono, *Ekonomi Makro Edisi 4*, (Yogyakarta: BPFE, 2001), hal. 67

halaman pengesahan penguji, halaman pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Adapun bagian isi, penelitian terdiri dari enam bab, yaitu:

- BAB I Pendahuluan, berisi uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.
- BAB II Landasan Teori, memuat uraian tentang teori-teori yang membahas teori tentang minat, nisbah bagi hasil, dan kualitas pelayanan dan hasil dari kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.
- BAB III Metode Penelitian, bab ini membahas mengenai pendekatan penelitian dan jenis penelitian, populasi sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.
- BAB IV Hasil penelitian, berisi tentang gambaran umum objek penelitian meliputi sejarah, profil lembaga, letak lokasi, BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe MakmurnTulungagung, dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian meliputi pengaruh nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap minat nasabah.

BAB V Pembahasan hasil penelitian yang memuat keterkaitan antara temuan penelitian dengan teori-teori besar yang diuraikan di landasan teori.

BAB VI Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dan saran-saran.