

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, merupakan pasar potensial bagi pengembangan bank syariah. Keberadaan umat Islam dengan berbagai macam atribut keislamannya yang penuh dengan nilai-nilai syariah membutuhkan sebuah wadah dalam aplikasi muamalahnya yang berdasarkan pada konsep syariah dan wadah tersebut berupa lembaga keuangan syariah.

Hal tersebut dapat diketahui dari Perkembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) selama sepuluh tahun ini tercatat paling menonjol dalam dinamika keuangan syariah di Indonesia. Berbagai LKMS tersebut lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan sebutan BMT. Masing-masing BMT biasa memiliki nama, yang diperlihatkan pada papan nama dan identitas lainnya. Ada LKMS yang menyebut diri sebagai Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan yang secara lengkap menyatakan diri sebagai KJKS BMT dengan nama tertentu.¹

Keberadaan BMT diharapkan menjadi pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dan mikro dengan berlandaskan system syariah. BMT pada umumnya memiliki dua latar belakang pendirian dan kegiatan yang hampir

¹Awalil Rizky, 2010. "*Eksistensi BMT Dari Tahun Ke Tahun*"(online), <http://permodalanbmt.com/bmtcenter/?p=572> (diakses 31 Januari 2016)

sama kuatnya, yakni sebagai lembaga keuangan mikro dan sebagai lembaga keuangan syariah.²

Dilihat dari segi yuridis, berdasarkan undang-undang no.7 tahun 1992, tentang perbankan, BMT tidaklah termasuk lembaga keuangan formal yang dapat dioperasikan untuk menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara luas, karena lembaga yang boleh melakukan hal itu menurut undang-undang diatas adalah bank umum dan BPR (Bank Perkreditan Rakyat), baik dioperasikan dengan system konvensional maupun bagi hasil.

Untuk memastikan agar BMT dapat mengembangkan diri dan kegiatannya secara legal, maka pilihan yang tersedia hanya ada dua, yaitu : koperasi yaitu sesuai dengan dasar hukum undang-undang republic Indonesia Nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian dan KSM atau kelompok swadaya masyarakat.³

BMT di Indonesia tumbuh secara signifikan setiap tahunnya. Ketua Umum Dewan Pimpinan Pusat Perhimpunan BMT Indonesia, Joelarso menjelaskan “Pertumbuhan LKMS dari tahun ke tahun terus meningkat. Secara kelembagaan, sekarang sudah ada sekitar 4.000 LKMS/BMT. Mereka mengelola aset sekitar Rp 3 triliun rupiah. LKMS/BMT itu umumnya berbadan hukum koperasi jasa keuangan syariah (KJKS) atau Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS).”

² Awalil Rizky, 2010. “Eksistensi BMT Dari Tahun Ke Tahun”(online), <http://permodalanbmt.com/bmtcenter/?p=572> (diakses 31 Januari 2016)

³ PINBUK, *Modul Peatihan Calon Pengelola dan Pengelola Lembaga Mikro Syariah*. (Tulungagung, 2002), bag. 3

LKMS/BMT berdiri pada 2005 dan masih beranggotakan sebanyak 96 BMT, Asset LKMS yang menjadi anggota tersebut baru Rp 364 miliar. Namun, asset tersebut tumbuh dengan cepat seiring dengan pengembangan dan perluasan jejaring, sehingga pada tahun 2006 menjadi Rp 458 miliar. Tahun berikutnya, 2007 meningkat lagi menjadi Rp 695 miliar. Tahun 2008 asset BMT anggota BMT Center menembus Rp 1 triliun. Pada tahun 2009 asset mereka sekitar Rp 1,6 triliun. Nilai tersebut diperkirakan sekitar 50 persen dari total asset BMT di Indonesia saat ini, yang mencapai lebih dari Rp 3 triliun. Selanjutnya pada tahun 2010 asset BMT meningkat menjadi Rp 5 triliun dan hingga tahun 2014 asset BMT meningkat menjadi Rp 11 triliun.⁴

Pada awalnya BMT Istiqomah adalah sebuah kelompok Swadaya Ekonomi Rakyat (SER) dengan sertifikat binaan dari Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) kabupaten Tulungagung Nomor : 0101/52000/PINBUK/VI/2001. Kemudian mempunyai badan hukum koperasi dengan SK Nomor : 188.2/32/BH/424.75.2002 tertanggal 17 Mei 2002. Selanjutnya mendapatkan izin pembukaan kantor cabang atau perwakilan kantor koperasi dari kantor koperasi dan UMKM Tulungagung dengan SK Nomor : 188.2/21/KPT.C/304/V/2005 tertanggal 7 Juli 2005.⁵

Sejak didirikan hingga saat ini perkembangan BMT Istiqomah Tulungagung dapat dilihat dari berbagai aspek, diantaranya adalah

⁴Awalil Rizky, 2010. "*Eksistensi BMT Dari Tahun Ke Tahun*"(online), <http://permodalanbmt.com/bmtcenter/?p=572> (diakses 31 Januari 2016)

⁵Dokumen, "*Profil Koperasi Muamalat Syari'ah Istiqomah Tulungagung*". (Tulungagung : 2010), halm.3

perkembangan asset, penyertaan modal serta jumlah anggotanya. Berikut data yang menunjukkan perkembanga BMT :

Tabel 1.1
Data Perkembangan Penghimpunan Dana BMT Istiqomah
2012-2014 (Rp.)

Tahun	Asset	Penyertaan modal	Jumlah anggota
2012	13.345.548.040,00	195.119.500	5117
2013	16.886.101.052,00	200.619.500	5158
2014	14.799.855.244,00	184.619.500	5262

Sumber : Laporan RAT BMT Istiqomah 2014

BMT memiliki Produk-produk lembaga islam dalam bentuk penghimpunan dana pola syariah, penyaluran dana melalui pembiayaan produktif dan konsumtif pola syariah serta pelayanan dana titipan zakat, infaq dan shodaqoh. Diantara produk-produk yang ditawarkan, pembiayaan mikro merupakan produk paling unggulan dan paling banyak diminati , pada tahun 2014 porsi pembiayaan mikro murabahah mencapai 79%, pembiayaan mikro Bai' bi Tsaman 'Ajil mencapai 10,6% dan pembiayaan mikro Mudharabah mencapai 10,4%, dari total seluruhnya pembiayaan. Adapun volume pembiayaan mikro pada BMT Istiqomah yang disalurkan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2
Volume Pembiayaan Mikro BMT Istiqomah 2011-2014 (Rp.)

Tahun	Omzet	Jumlah nasabah
2012	18.132.332.000,-	1986
2013	17.302.511.000,-	1753
2014	13.643.541.000,-	1538

Sumber : Laporan RAT BMT Istiqomah 2014

Dari table 1.1 dan table 1.2 diatas menunjukkan bahwa perkembangan penghimpunan dana dan penyaluran dana BMT Istiqomah mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya BMT Istiqomah Tulungagung secara menyeluruh.⁶ Sedangkan perkembangan nasabah penghimpunan dana dan penyaluran dana BMT Istiqomah kantor cabang Plosokandang dapat diketahui dari 40% jumlah secara keseluruhan, yaitu sebagai berikut :⁷

Tabel 1.3

Jumlah nasabah BMT Istiqomah Unit Plosokandang 2012-2014

No	Uraian	2012	2013	2014
1	Simpanan sukarela	2018	2037	2082
2	Simpanan berjangka	28	26	23
3	Pembiayaan BBA	189	171	131
4	Pembiayaan murabahah	524	423	422
5	Pembiayaan mudharabah	81	108	62
Total		2840	2795	2720

Sumber :wawancara dengan Zainul Fuat, Tanggal 03 Maret 2016 di Kantor cabang BMT Istiqomah Plosokandang

Dengan adanya produk yang ditawarkan di masyarakat tersebut merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh BMT dengan tujuan mengali atau menarik minat anggota dan masyarakat untuk menabung di BMT Istiqomah.

Minat menurut Muhadjir adalah kecenderungan afektif seseorang untuk membuat pilihan aktivitas. Andi Mappiare lebih lanjut menambahkan bahwa minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Crow dan Crow

⁶BMT Istiqomah, *Buku Pedoman Rapat Anggota Tahunan*, Tahun Buku 2014

⁷Wawancara dengan Zainul Fuat, Tanggal 03 Maret 2016 di Kantor cabang BMT Istiqomah Plosokandang

dalam Nuraini menjelaskan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang yaitu antara lain faktor dorongan dari dalam misalnya motivasi, persepsi, preferensi, usia, sikap dan jenis kelamin, faktor motif sosial dan lain sebagainya⁸.

Dilihat dari anggota masyarakat yang bergabung dalam produk pembiayaan di BMT Istiqomah , maka sudah terbukti adanya persepsi, preferensi dan motivasi yang positif dari setiap masyarakat untuk memilih bergabung menjadi anggota di BMT Istiqomah dengan menggunakan produk pembiayaan BMT Istiqomah Tulungagung. Dalam kehidupan sehari-hari perilaku konsumen berbeda-beda, dalam islam perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Islam telah mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yaitu tidak menyimpang dari ajaran Islam.⁹

Berkaitan dengan preferensi, konsumen akan memberikan harapannya sebagai standar atau acuan. Harapan anggota koperasi dalam memilih suatu produk pun memprioritaskan pada kepuasannya. Jadi dalam konteks preferensi konsumen umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya karena preferensi merupakan hasil dari evaluasi. Persepsi konsumen berkaitan erat dengan kesadarannya sehingga apa yang dilakukan oleh konsumen merupakan kenyataan yang obyektif yang akan mempengaruhi tindakannya seperti minat memilih produk pembiayaan di BMT

⁸ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), hal. 62

⁹ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar* (Yogyakarta: EKONISIA, 2007), hal. 167

Istiqomah, sehingga persepsi itu sangat berkaitan dengan keputusan memilih atau menggunakan suatu barang atau jasa, jadi apabila persepsi terhadap minat memilih produk pembiayaan BMT Istiqomah baik maka preferensinya cenderung terhadap pemilihan produk-produk yang ada di BMT Istiqomah.¹⁰

Sedangkan motivasi nasabah mempunyai peran penting menjadi salah satu unsure pokok dalam perilaku seseorang untuk memilih sesuatu produk pembiayaan di BMT Istiqomah. Walaupun tersedia beberapa produk yang serupa dari beberapa lembaga lain, tidaklah mungkin semua produk yang tersedia dapat dipergunakan oleh para konsumen di satu lingkungan masyarakat. Untuk sebagian produk yang disediakan oleh beberapa koperasi saja, para konsumen biasanya akan langsung termotivasi untuk memilih model produk yang tepat bagi mereka.

Dari uraian permasalahan diatas, penulis merasa tertarik untuk membahas permasalahan mengenai “ **Pengaruh Persepsi, Preferensi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Minat Memilih Produk Pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung**”.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Penelitian tentang persepsi, preferensi dan motivasi masyarakat ini mengambil tempat di BMT Istiqomah kantor cabang Plosokandang,

¹⁰Deni Panca Setiasih, “*Analisis Pengaruh Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Dosen Terhadap Perbankan Syari’ah*”, (Semarang:Skripsi IAIN Walisongo, 2011), (diakses pada 23 Desember 2015, pukul 6:39 PM)

Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung Jawa Timur.

Penentuan tema dan lokasi penelitian didasarkan pada :

- a. Pertama, Persepsi, preferensi dan motivasi adalah faktor utama dari timbulnya perilaku individu atau nasabah atas respon terhadap *stimulus* baik internal maupun eksternal untuk menerima atau menolak produk pembiayaan di BMT Istiqomah. Perbedaan atau tingkat pemahaman pada objek akan menimbulkan ragam perilaku nasabah baik anggota maupun calon anggota produk pembiayaan BMT Istiqomah.
- b. Kedua, BMT sebagai salah satu entitas lembaga ekonomi keuangan mikro yang berintikan *Baitul Maal* (lembaga amil zakat / *non profit*) dan *Baitut Tamwil* (lembaga Pembiayaan/ *profit Oriented*) di Tulungagung memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan perekonomian berbasis nilai Islam. Kondisi faktual masyarakat sebagai komunitas yang memiliki akar tradisi keagamaan dan sosial yang kokoh mengakibatkan mereka memainkan peran strategis dalam pengembangan kelembagaan ekonomi Islam.
- c. Ketiga, pangsa pasar potensial BTM istiqomah di Tulungagung yang sangat besar, menunjukkan bahwa respon nasabah terhadap lembaga keuangan mikro syariah adalah baik. Sehingga upaya mengembangkan dan menciptakan diversifikasi produk-produk syariah yang dilakukan BMT Istiqomah menghasilkan prestasi signifikanyang beranggotakan kurang lebih 5000 anggota.

- d. Keempat, banyaknya penelitian sejenis dengan mengambil cakupan objek penelitian yang luas. Pemilihan lokasi penelitian yang lebih spesifik diharapkan mampu menghadirkan hasil penelitian yang lebih berkualitas.

2. Batasan Masalah

Pembatasan masalah ditujukan agar ruang lingkup penelitian dapat lebih jelas dan terarah dan tidak meluas. Oleh karena itu proposal ini membatasi masalah sebagai berikut

- a. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian mengenai minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah.
- b. Selain itu, peneliti juga melakukan penelitian pada beberapa nasabah di BMT Istiqomah.
- c. Karena luasnya asumsi yang dapat diambil dari teori dan kondisi riil dilapangan maka peneliti hanya menyoroti persepsi, Preferensi dan motivasi nasabah terhadap minat memilih produk pembiayaan khususnya BMT Istiqomah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah persepsi nasabah berpengaruh terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung ?
2. Apakah preferensi nasabah berpengaruh terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung ?

3. Apakah motivasi nasabah berpengaruh terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung ?
4. Apakah persepsi, preferensi dan motivasi nasabah berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh persepsi nasabah terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh preferensi nasabah terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh motivasi nasabah terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh persepsi, preferensi dan motivasi nasabah terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoris

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengembangan keilmuan khususnya di bidang perbankan syariah, sebagai bahan referensi atau rujukan, dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Secara Praktis

a. Bagi peneliti

Melatih ketajaman analisis dan meningkatkan khasanah ilmupengetahuan terhadap sikap, persepsi dan motivasi nasabah yang terkait dengan minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung.

b. Bagi Nasabah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pada pengetahuan nasabah dan menambah wawasan masyarakat sebagai bacaan ilmiah.

c. Bagi Lembaga

Dapat memberi kontribusi pada BMT Istiqomah Tulungagung dalam meningkatkan jumlah nasabah.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang lembaga keuangan syariah khususnya mengenai pengaruh persepsi, preferensi dan motivasi nasabah terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung, sehingga nantinya dapat melakukan pengkajiam lebih mendalam dengan cara mengkaji pengaruh lain selain yang dalam penelitian ini.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan. Belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data¹¹. Berdasarkan kerangka berfikir, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan persepsi terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung
2. Terdapat pengaruh yang signifikan preferensi terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung
3. Terdapat pengaruh yang signifikan motivasi terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung
4. Terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara persepsi, preferensi dan motivasi terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung

G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah terdiri dari dua istilah yaitu penegasan konseptual dan penegasan operasional. Penegasan konseptual adalah definisi yang diambil dari pendapat/teori dari pakar sesuai dengan tema yang diteliti. Sedangkan

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm: 99

penegasan operasional adalah definisi yang didasarkan pada sifat-sifat hal yang didefinisikan serta dapat diamati.

Definisi operasional variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan definisi operasional variabel perlu ditemukan item-item yang dituangkan dalam instrumen penelitian.

Sugiyono definisi variabel adalah merupakan gejala yang menjadi fokus penelitian untuk dinikmati. Sedangkan dalam bahasa Singarimbun dan Sofyan definisi variabel adalah sesuatu yang memiliki variasi nilai sebagai operasionalisasi dari konsep sehingga dapat di teliti secara empiris. Bertolak dari kedua argument diatas maka variabel merupakan dimensi konsep yang memiliki variasi nilai dan menjadi pokok yang berperan dalam objek yang diteliti.

Secara Konseptual dalam penelitian umumnya terdapat dua variabel, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel bebas (Independence variable)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variable terikat.

Adapun variabel bebas dalam penelitian ini ada tiga yaitu:

- a) Persepsi adalah suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indra mereka agar memberikan makna pada lingkungan mereka. (Veithzal Rivai)¹²

¹²Veitzal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007), hlm: 231

- b) Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih. (Jurnal Planit)¹³
- c) Motivasi merupakan tenaga penggerak/dorongan bawah sadar dalam diri individu yang mendorong mereka untuk bertindak sesuai dengan yang mereka inginkan yang ditimbulkan dari tekanan dan kebutuhan. (Leon Schiffman and Lesle Lazar Kanuk)¹⁴

2. Variable terikat (Dependende variable)

Variable terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.¹⁵ Dalam penelitian ini yang menjadi variable terikat adalah minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah.

Secara operasional Penelitian ini bermaksud untuk menguji persepsi, preferensi dan motivasi nasabah terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan skripsi ini, disajikan dalam lima bab. Sebagai perincian dari bab-bab tersebut maka sistematika pembahasan skripsi yaitu sebagai berikut:

Pada bab I Pendahuluan, diuraikan secara garis besar permasalahan penelitian yang meliputi : Latar belakang masalah; Identifikasi dan Pembatasan Masalah; Rumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Kegunaan

¹³ Derry Mayendra, "Teori Preferensi Konsumen" dalam <http://derrymayendra.blogspot.com/2013/06/teori-preferensi-konsumen.html>, (diakses 31-01-2016)

¹⁴ Leon Schiffman and Lesle Lazar Kanuk, *Perilaku Organisasi Edisi 7*, (Jakarta: Indeks, 2008), hlm: 71

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi.....*, hlm: 64

Penelitian; Hipotesis Penelitian; Penegasan Istilah; dan Sistematika Skripsi.

Setelah gambaran permasalahan penelitian pada bab pendahuluan, selanjutnya bab II berisi tentang landasan teori yang mencakup tentang: Diskripsi teori (Persepsi, Preferensi, Motivasi dan minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung); Penelitian Terdahulu; Kerangka Konseptual/kerangka berfikir penelitian.

Bab III Metodologi penelitian merupakan gambaran proses penelitian dilapangan di tempat observasi, yang disesuaikan dengan teori atau konsep-konsep relevan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Dimana metodologi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Rancangan Penelitian yang berisi tentang Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian; Variabel Penelitian; Populasi dan Sampel Penelitian, Kisi-kisi Instrument, Instrumen Penelitian; Data dan Sumber Data; Teknik Pengumpulan Data; dan Analisis Data.

Hasil-hasil yang diperoleh dari lapangan melalui metodologi dideskripsikan dan dianalisis dalam bab IV yaitu hasil penelitian dan pembahasan, terdiri dari: Diskripsi Data; dan Pengujian Hipotesis.

Bagian terakhir dari isi penelitian adalah bab V penutup, yang terdiri dari :Kesimpulan; dan Saran. Kesimpulan merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah.Sedangkan sub bab berisi rekomendasi dari penelitian mengenai permasalahan yang telah diteliti sesuai hasil kesimpulan yang diperoleh.

Bab terakhir yang terdiri dari : Daftar Pustaka; Daftar Lampiran;
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi; dan Daftar Riwayat Hidup.