

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro *non bank* yang menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan aktifitasnya. BMT terbentuk sebagai lembaga keuangan syariah dengan model sederhana yang mampu berfungsi sebagai urat nadi kegiatan ekonomi pada lapisan bawah. Bentuk organisasi BMT yang sederhana yang tidak banyak memerlukan struktur manajemen dengan sistem prosedur simpanan dan pembiayaan yang murah serta jangkauan pelayanan yang luas, BMT diharapkan mampu menjangkau masyarakat sampai wilayah perdesaan.

BMT Pahlawan merupakan salah satu dari beberapa BMT yang ada di Tulungagung. Meskipun di wilayah Tulungagung lembaga keuangan berbasis syariah belum banyak, BMT Pahlawan mampu berkembang serta mampu merebut pangsa pasar yang selama ini didominasi oleh keuangan bank konvensional ataupun non bank termasuk koperasi. Data per Desember 2014, jumlah anggota BMT Pahlawan tercatat sebanyak 11.896 orang, sampai bulan Desember 2015 jumlah seluruh anggota BMT Pahlawan mencapai 12.129 orang, dengan rincian sebagaimana tabel berikut :¹

¹ Dokumen Data Anggota BMT Pahlawan

Tabel 1.1
Perkembangan Anggota BMT Pahlawan Tulungagung

No	Anggota	Tahun 2014	Tahun 2015
1	Pendiri/Aggota Tetap	61 orang	61 orang
2	Penanam Saham	63 orang	63 orang
3	Penyimpan/Penabung	10.337 orang	10.900 orang
4	Penerima Pembiayaan	1.435 orang	1.105 orang
	Total	11.896 orang	12.129 orang

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Hal ini membuktikan respon yang positif dari masyarakat setempat terhadap keberadaan lembaga keuangan syariah khususnya pada BMT Pahlawan. Seperti fungsi BMT pada umumnya, yaitu sebagai lembaga perantara keuangan (*intermediary financial*) non bank antara pihak yang memiliki dana lebih (*surplus spending*) dengan pihak yang kekurangan dana (*deficit spending unit*)², BMT Pahlawan mewujudkan dalam berbagai bentuk produk penghimpunan dana (*funding*) maupun produk pembiayaan (*financing*). Seperti produk dengan prinsip bagi hasil (*mudharabah, musyarakah*) dan jual beli (*murabahah dan bai' bitsaman ajil*) serta dana sosial seperti *qordhul hasan*. BMT Pahlawan juga berfungsi sebagai lembaga keuangan yang berorientasi meningkatkan kesejahteraan sosial dalam bentuk penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS).

Terdapat banyak produk yang secara teknis bisa dikembangkan oleh BMT, namun dalam prakteknya BMT Pahlawan membatasi dengan penerapan beberapa produk yang dianggap aman dan *profitable*. Dalam memobilisasi dana misalnya, BMT menggunakan akad bagi hasil *mudharabah* dengan

² Muhammad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, cet. Ke-1 (Yogyakarta: UII Press, 2001), hlm. 106

banyaknya pilihan yang ditawarkan. Motivasi seorang anggota untuk memilih suatu produk adalah manfaat yang diperoleh dari produk tersebut. Produk yang dipilih nantinya akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan anggota sehingga tercipta kepuasan. Oleh sebab itu, lembaga keuangan perlu memantau perilaku konsumen dalam melakukan keputusan yang dipertimbangkan dalam memilih lembaga keuangan. Perilaku konsumen merupakan suatu perilaku yang dipertimbangkan konsumen mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan anggotanya.⁶ Data pembiayaan hingga bulan Desember 2015 BMT Pahlawan, jumlah pembiayaan tersebut mencapai 1.105 orang.

Tabel 1.2
Jumlah Anggota Pembiayaan BMT Pahlawan Tulungagung tahun 2015

No	Produk Pembiayaan	Jumlah Anggota	Presentase	Jumlah (Rp)
1.	Bai' Bitsaman Ajil	884 orang	95%	20.392.467.129
2.	Murabahah	221 orang	5%	1.019.623.356
3.	Mudharabah	-	0%	-
4.	Musyarakah	-	0%	-
5.	Qordhul hasan	-	0%	-

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Dari tabel diatas bahwa secara umum penyaluran pembiayaan di BMT Pahlawan didominasi oleh akad *bai' bitsaman ajil* dari 884 anggota pembiayaan yang ada pada tahun 2015, jumlah anggota yang menggunakan akad pembiayaan *bai' bitsaman ajil* yaitu sebanyak 95%,⁷ ini terbukti bagi pihak BMT produk *bai' bitsaman ajil* cukup memudahkan, *mark up* pembiayaan tersebut dapat ditetapkan sedemikian rupa sehingga memastikan

⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teoridan Penerapan dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 25

⁷ Data Pembiayaan *bai' bitsaman ajil* BMT Pahlawan

bahwa BMT dapat memperoleh keuntungan, pembiayaan tersebut menjauhkan dari ketidakpastian yang ada pada pendapatan usaha-usaha sistem *profit and loss sharing*.⁸

Bagi anggota BMT Pahlawan, keputusan untuk memilih pembiayaan *bai' bitsaman ajil* tentunya didasarkan pada berbagai pertimbangan. Secara rasional, seorang konsumen selalu berusaha menggapai nilai tertinggi dari segenap peluang dan manfaat yang tersedia sesuai dengan kapasitasnya. Konsumen akan mengkonsumsi barang/jasa tergantung tingkat kepuasan yang diberikan oleh barang/jasa tersebut.⁹

Hasil penelitian yang ditemukan sebelumnya menyebutkan bahwa penggunaan produk BMT dipengaruhi oleh tingkat kebutuhan anggota modal anggota, karena sebagian anggota BMT yang notabene merupakan mayoritas pedagang dan perindustri rumahan yang selalu membutuhkan uang untuk modal menjalankan usahanya demi mencapai profitabilitas yang optimal.¹⁰ Lalu dari hasil penelitian Lailiyah bahwa promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar tersedia

⁸ Wirasa, *Jual Beli Murabahah*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 13

⁹ Pusat Pengajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), hlm. 127

¹⁰ Hamdan Ramadhan, "*Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Beli Produk Pembiayaan pada BMT Ghifari Yogyakarta*", Skripsi UII 2005, hlm. 102

menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.¹¹

Guna meningkatkan calon anggota BMT Pahlawan Tulungagung menyediakan produk-produk yang lebih baik dengan bagi hasil yang rendah dikalangan masyarakat kebawah, juga memberikan kebutuhan anggota yang diinginkan oleh para calon anggota.

Tabel 1.3
Produk-produk di BMT Pahlawan Tulungagung

Simpanan	Pembiayaan	Program BMT
a. Simpanan Mudharabah	• Pembiayaan Mudharabah	➤ Zakat
b. Simpanan berjangka/deposito mudharabah	• Pembiayaan musyarakah	➤ Infaq
c. Simpanan Isyhada	• Pembiayaan murabahah	➤ Shodaqoh
	• Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil	
	• Pembiayaan Qordhul Hasan	

Sumbr: Data Primer diolah, 2017

BMT Pahlawan Tulungagung harus selalu mengikuti keinginan dan kebutuhan anggota yang selalu berubah, menciptakan produk-produk yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan anggota dan mempelajari secara kontiyu kemungkinan keuntungan yang akan diperoleh atas produk tersebut. Promosi saat ini juga merupakan hal penting, karena banyak BMT yang berusaha untuk menarik anggota dengan memberikan hadiah yang beraneka ragam. Tujuan agar anggota menabung dan melakukan pembiayaan di BMT tersebut. Promosi

¹¹ Lailiyah, "Pengaruh Faktor kebutuhan anggota, Kelompok Refrensi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembiayaan Mudharabah di KJKS BMT Mandiri Sejahtera cabang Dukun Gresik", Skripsi UIN 2010, hlm. 8

melalui media periklanan dalam meningkatkan keputusan calon anggota di BMT Pahlawan Tulungagung. Hal ini melatar belakangi permasalahan adalah guna menghadapi persaingan didunia lembaga keuangan syariah (BMT).

Dengan bereaksi secara tepat terhadap informasi dapat mempengaruhi para anggota untuk memakai produk yang telah di promosikan, informasi dari mulut ke mulut di antara para konsumen, terutama yang pernah merasakan manfaat nyata dari produk jasa yang telah dikonsumsi oleh lembaga BMT tersebut. Dari situ muncul persepsi masyarakat untuk mencari lebih jelas tentang informasi produk, karena telah mendengar informasi dari anggota lainnya setelah memahami produk yang telah didapat maka calon anggota bisa merasakan manfaatnya setelah melakukan pembiayaan di BMT.¹²

Dalam teori keputusan mengkonsumsi produk jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang memiliki pengaruh cukup kuat bagi seorang konsumen di dalam memutuskan produk jasa adalah kebutuhan anggota terhadap keberadaan produk jasa yang sedang dikehendaki, serta keyakinan untuk mendapatkan produk yang sedang dikehendaki. Di samping itu ada unsur eksternal yaitu faktor promosi dari produsen produk jasa, yang sangat menentukan keputusan konsumen untuk mengkonsumsi produk jasa. Dan yang tidak kalah pentingnya di dalam mempengaruhi konsumen pada keputusan terhadap produk jasa yang dikehendaki adalah informasi dari mulut

¹² Machel Minor, Lina Salim, *Perilaku Konsumen Ed. 5*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm.

ke mulut di antara para konsumen, terutama yang pernah merasakan manfaat nyata dari produk jasa yang telah dikonsumsi.¹³

Berdasarkan uraian di atas, dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota terhadap pemilihan produk pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* dengan menggunakan faktor kebutuhan anggota, promosi, dan informasi. Oleh karena itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh Kebutuhan Anggota, Promosi, dan Informasi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) di BMT Pahlawan Tulungagung”** untuk diteliti.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang di atas, maka pokok masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kebutuhan anggota, promosi, dan informasi berpengaruh terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung ?
2. Apakah kebutuhan anggota, promosi, dan informasi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

¹³ Nirwana, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*. (Malang: DIOMA, 2004), hlm. 24

1. Untuk menguji pengaruh kebutuhan anggota, promosi, dan informasi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil (BBA) di BMT Pahlawan Tulungagung
2. Untuk menguji pengaruh kebutuhan anggota, promosi, dan informasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil (BBA) di BMT Pahlawan Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah, serta pemahaman tentang kebutuhan anggota, promosi, dan informasi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) di BMT Pahlawan Tulungagung.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah, serta pemahaman tentang kebutuhan anggota, promosi, dan informasi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) di BMT Pahlawan Tulungagung.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi BMT Pahlawan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada lembaga keuangan syariah khususnya BMT Pahlawan dalam meningkatkan jumlah anggota. BMT juga dapat mengembangkan inovasi baru dari produk tabungan maupun pembiayaan di masa yang akan datang yang memberikan pelayanan yang terbaik.

b. Bagi akademik

Hasil penelitian ini dapat menambah kepustakaan IAIN Tulungagung untuk dijadikan referensi bagi mahasiswa khususnya jurusan perbankan syariah.

c. Bagi peneliti yang akan datang

Dapat menjadi bahan tambahan informasi dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang lembaga keuangan syariah. Terutama yang berminat untuk mengkaji tentang kebutuhan anggota, promosi, dan informasi terhadap keputusan anggota memilih produk pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* (BBA) di BMT Pahlawan Tulungagung.

E. Ruang Lingkup dan Pembatasan Penelitian

a. Ruang Lingkup penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah seluruh anggota pembiayaan *bai' bitsaman ajil* pada BMT Pahlawan Tulungagung.
2. Penelitian ini mengkaji tentang kebutuhan anggota, promosi, informasi, dan keputusan anggota. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian

ini adalah kebutuhan anggota (X_1), promosi (X_2), Informasi (X_3) dan variabel terikat pada penelitian ini adalah keputusan anggota (Y).

b. Pembatasan Penelitian

Adapun pembatasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dibatasi pada kebutuhan anggota, promosi, dan informasi yang mempengaruhi keputusan anggota memilih produk pembiayaan *bai' bitsaman ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung sehingga tidak dapat digeneralisasikan untuk seluruh faktor yang mempengaruhi keputusan anggota.
2. Pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian hanya dapat digeneralisasikan sesuai dengan data yang di dapat peneliti pada bulan tersebut.

F. Penegasan Istilah

Supaya para pembaca mampu memperoleh kesamaan pemahaman mengenai konsep penting yang termuat dalam judul skripsi ini beserta hal-hal yang akan diteliti, maka penulis mengemukakan istilah-istilah yang akan menjadi kunci dari judul, yaitu sebagai berikut :

1. Definisi Konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan “Pengaruh kebutuhan anggota, promosi, dan informasi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *bai' bitsaman ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung”

- a. Pengaruh adalah daya yang ada atau yang timbul seorang (orang, benda, dan sebagainya) yang berkuasa/yang berkekuatan ghoib dan sebaliknya.

Menurut kamus baru bahasa Indonesia, pengaruh adalah daya kekuatan yang datang dari keadaan sekeliling.¹⁴

- b. Kebutuhan dapat didefinisikan sebagai suatu kesenjangan atau pertentangan yang dialami antara suatu kenyataan dengan dorongan yang ada dalam diri.¹⁵
- c. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.¹⁶
- d. Informasi merupakan pesan atau kumpulan pesan (ekspresi atau ucapan) yang terdiri dari order sekuens dari simbol, atau makna yang ditafsirkan dari pesan atau kumpulan pesan.¹⁷
- e. Keputusan adalah suatu penentuan untuk menentukan keinginan yang di butuhkan¹⁸
- f. Pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* adalah pembiayaan berupa talangan dan yang dibutuhkan nasabah untuk membeli suatu barang/jasa dengan kewajiban mengembalikan talangan dan ditambah margin keuntungan bank secara mencicil sampai lunas dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan, bank memperoleh margin keuntungan berupa

¹⁴ Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm. 244

¹⁵ A.A Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2002), hlm. 5

¹⁶ Nirwana, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*, (Malang: DIOMA, 2004), hlm. 75

¹⁷ Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm. 554

¹⁸ Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm. 691

selisih harga beli dari pemasok dengan harga jual bank kepada nasabah.¹⁹

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian. Yang dimaksud faktor-faktor disini adalah faktor kebutuhan anggota, promosi, dan informasi dari beberapa faktor-faktor tersebut peneliti akan menguji faktor apa yang mempengaruhi keputusan anggota terhadap pemilihan produk pembiayaan *Bai' Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini disajikan dalam enam bab yang di setiap bab terdapat sub bab. Sebagai perincian dari bab-bab tersebut, maka sistematika pembahasan skripsi sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN, untuk memberikan gambaran secara singkat apayang akan dibahas dalam penelitianini. Dalam bab pendahuluan ini membahas bebarapa unsur yaitu terdiri dari : latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, Ruang lingkup dan pembatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, dalam bab ini diuraikan, berbagai teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori dari variabel-variabel penelitian.

¹⁹ Wirdyaningsih, Sh, MH., el, *Bank dan Asuransi Islam Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005), hlm. 109

Dalam bab ini terdiri dari: kajian teoritis, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, Hipotesis Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN, dalam bab ini memuat rancangan penelitian yang terdiri dari: rancangan penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel dan sampling, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN, dalam bab ini memuat deskripsi singkat hasil penelitian, terdiri dari: deskripsi karakteristik data dan pengujian hipotesis

BAB V PEMBAHASAN, dalam bab ini pembahasan menjelaskan temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian dan merupakan jawaban dari rumusan masalah I, II, III, dan IV

BAB VI PENUTUP, pada bab ini memuat kesimpulan dan saran yang diajukan kepada pihak yang berkepentingan yang dianjurkan dengan bagian akhir skripsi, yakni daftar rujukan, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.