

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Ekstensi manusia sebagai makhluk sosial merupakan fitrah yang ditetapkan Allah SWT bagi manusia. Suatu hal yang paling mendasar dalam memenuhi kebutuhan seorang manusia adalah interaksi sosial dengan manusia lain. Tindak-tanduk seorang muslim dalam persoalan-persoalan keduniaan terlepas dari hubungan kepada Allah SWT, dengan demikian apapun jenis hubungan interaksi terhadap sesama makhluk sosial yang dilakukan oleh seorang muslim harus disandarkan kepada sumber ajaran Islam, yaitu al-Qur'an dan as-sunnah atau kaidah-kaidah umum yang berlaku dalam syari'at Islam atau dasar hasil ijtihad yang dibenarkan oleh Islam. Allah SWT telah menjadikan harta sebagai salah satu tegaknya kemaslahatan umat manusia di dunia.<sup>1</sup>

Pada saat ini lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting. Semua kegiatan ekonomi hampir tidak mungkin terhindar dari peran lembaga keuangan. Dalam pengertiannya, lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan dana atau kedua-duanya.<sup>2</sup> Lembaga keuangan digolongkan kedalam dua kelompok besar yaitu lembaga keuangan konvensional (berdasarkan kapitalis dan

---

<sup>1</sup> Faris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerc Perspektif Islam*, (Yogyakarta, Magitra Insania Pres, 2004), hal. 4.

<sup>2</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Cet. 6*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 2.

sosialis) dan lembaga keuangan syariah yang berprinsip pada syariah agama Islam. Lembaga keuangan konvensional terdiri dari bank dan non bank. Sama halnya dengan lembaga keuangan konvensional, lembaga keuangan syariah sendiri di Indonesia juga dibedakan menjadi dua yaitu lembaga keuangan syariah yang berbentuk bank dan non bank. Lembaga keuangan syariah yang berbentuk bank terdiri dari Bank Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sedangkan lembaga keuangan syariah yang non bank meliputi takaful (asuransi), ijarah (leasing), rahn (pegadaian), reksadana syariah, Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Syariah, dan Baitul Mal Wa Tamwil (BMT).<sup>3</sup>

Lahirnya bank berdasarkan prinsip syariah di Indonesia telah menambah semarak khasanah hukum dan mempertegas visi tentang kehidupan perbankan di Indonesia. Hal ini didasarkan pada Islam sebagai agama yang hak mengakui kepemilikan pribadi dalam batas-batas tertentu, termasuk kepemilikan alat-alat produksi dan faktor-faktor produksi. Namun kepemilikan tersebut dibatasi oleh 2 (dua) hal, yaitu kepentingan masyarakat dan cara memperoleh pendapatan. Islam menolak pendapatan dari suap, rampasan atau perampokan, kecurangan, bunga uang, perjudian, perdagangan gelap dan usaha-usaha yang menghancurkan masyarakat, termasuk menimbun barang-barang untuk menghasilkan keuntungan.

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang menyebutkan “Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan

---

<sup>3</sup>Muhammad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta : UII Press 2000) hal. 62

usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah”. Undang-undang ini juga mengganti istilah Bank Perkreditan Rakyat Syariah menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. “Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.<sup>4</sup>

Perkembangan perbankan syari’ah maupun lembaga keuangan syari’ah pada akhir-akhir ini tergolong cepat. Salah satu alasannya adalah keyakinan yang kuat di kalangan masyarakat muslim bahwa perbankan maupun lembaga keuangan konvensional mengandung unsur riba yang dilarang agama Islam. Selain itu terbukti dengan merabahnya lembaga keuangan syari’ah termasuk “Baitul Mal Wat Tamwil” yang biasa disebut BMT, sesungguhnya dilatarbelakangi oleh pelarangan riba secara tegas dalam Al-qur’an. Sementara di sisi lain kendati haramnya riba bersifat mutlak dan disepakati oleh setiap pribadi muslim berdasarkan dalil-dalil yang sudah dijelaskan dalam al-qur’an dan hadits.<sup>5</sup>

Dalam kondisi yang demikianlah BMT sebagai lembaga keuangan mikro berbasis syari’ah muncul dan mencoba menawarkan solusi bagi masyarakat kelas bawah. BMT lahir ditengah-tengah masyarakat dengan tujuan memberikan solusi pendanaan yang mudah dan cepat, terhindar dari jerat rentenir dan mengacu pada prinsip syari’ah.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Tim Penyusun UU Perbankan Syariah, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal.109.

<sup>5</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen BMT*, (Yogyakarta: UII Press 2004), hal.51.

<sup>6</sup> *Ibid.*, hal.128.

Kegiatan BMT adalah penghimpunan dana dan penyaluran dana. BMT melakukan penghimpunan dana dari anggota, calon anggota, koperasi lain dan atau anggotanya dalam bentuk simpanan dan simpanan berjangka. Tumbuh dan berkembangnya kegiatan tersebut tergantung pada kepuasan nasabah. Karena, apabila nasabah merasa puas maka mereka akan tetap loyal terhadap BMT tersebut.<sup>7</sup>

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek.<sup>8</sup>

Konsep bauran pemasaran dipopulerkan pertama kali beberapa dekade yang lalu oleh Jerome McCarthy yang merumuskannya menjadi 4P (*Product, Promotion, Price dan Place*). Dalam perkembangannya, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penerapan 4P terlampaui terbatas/sempit untuk bisnis jasa.<sup>9</sup>

Kelemahan-kelemahan ini mendorong banyak pakar pemasaran untuk mendefinisikan ulang bauran pemasaran. Sedemikian rupa sehingga lebih aplikatif untuk sektor jasa. Hasilnya, 4P tradisional diperluas dan ditambahkan dengan empat unsur lainnya, yaitu *People, Process, Physical Evidence, dan Customer Service*. Keputusan mengenai setiap unsur bauran pemasaran ini saling berkaitan satu sama lain. Kendati demikian, tingkat

---

<sup>7</sup> *Ibid.*, hal.53.

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2006), hal. 41

<sup>9</sup> *Ibid.*, hal.42.

kepentingan yang ditekankan pada masing-masing unsur cenderung bervariasi anatar jasa.<sup>10</sup>

Marketing mix (bauran pemasaran) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan di antara elemen-elemen yang ada dalam marketing mix itu sendiri seperti yang berfokus pada *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *people* yang saling berkaitan. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain karena produk bank merupakan jasa yang menjadikan kepercayaan sebagai senjata utama, maka dalam menjalankan bisnisnya perlu memperhatikan kualitas pelayanannya.<sup>11</sup>

Lokasi (*place*) yang dimaksud adalah tempat di mana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).<sup>12</sup>

Setelah penentuan lokasi selesai, maka langkah selanjutnya pertimbangan menentukan layout gedung dan layout ruangan. Kedua hal ini sangat perlu untuk diperhatikan guna memudahkan nasabah memperoleh kenyamanan dan keamanan dalam berhubungan dengan bank. Seperti halnya dengan penentuan lokasi, penentuan layout juga harus memperhatikan dan mempertimbangkan beberapa hal.<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> *Ibid.*, hal.42

<sup>11</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 2006, hal. 186

<sup>12</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hal.163.

<sup>13</sup> *Ibid* hal. 169

Lokasi BMT Pahlawan Tulungagung terletak di jalan Jl. KHR. Abdul Fattah (Ruko Pasar Ngemplak) No. 33 Tulungagung. Lokasi tersebut berada pada lokasi strategis di kota Tulungagung yang letaknya berdekatan dengan pasar dan perumahan, mudah diakses anggota (nasabah) untuk melakukan transaksi dan investasi langsung dengan BMT. BMT Pahlawan sudah memiliki beberapa cabang di Tulungagung di antaranya Bandung, Gondang, Ngunut, dan Notorejo. Tata letak/*layout* pada ruangan sangat nyaman dan rapi. Dalam layout kantor, bagian-bagian ruangan yang sering berhubungan, letaknya dibuat berdekatan. Misalnya penempatan ruangan di lantai bawah (lantai 1), penempatan pimpinan, customer service dan teller, alasannya berada di bawah karena menjaga keamanan ketika anggota (nasabah) menabung dan akan membuat nasabah nyaman tanpa harus merasa takut. Namun gedung BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung terkesan kuno dan ruangan yang kurang luas.

Harga merupakan salah satu faktor penentu kuantitas nasabah BMT untuk menyimpan dananya pada BMT. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya.<sup>14</sup>

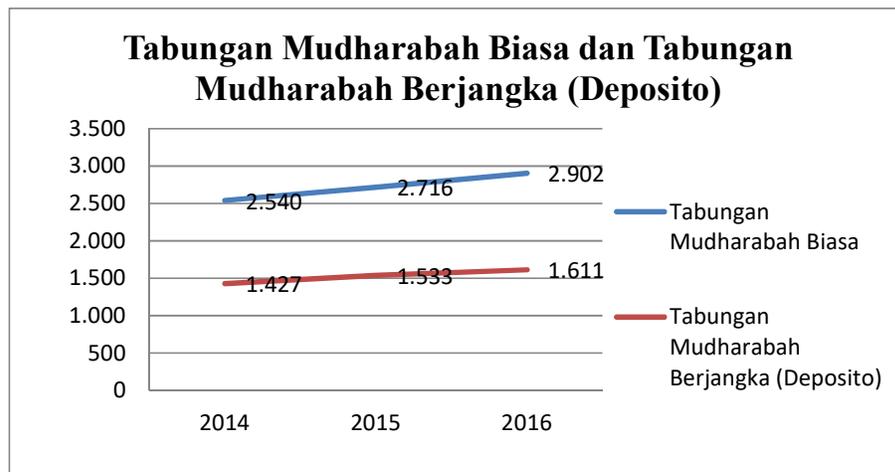
Penghitungan hisbah bagi hasil yang diberikan kepada anggota di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung sudah sangat adil. Untuk

---

<sup>14</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal.150

menentukan tingkat pembagian hasil, BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung akan menghitung setiap bulan atau setiap periode tertentu sesuai dengan total saldo rata-rata tabungan seluruh anggota penabung. Berapa pun tingkat keuntungan, itulah yang kemudian didistribusikan kepada para anggota atau nasabah. Oleh karenanya, anggota perlu mengetahui tingkat nisbah bagi hasil tabungannya.

**Grafik 1.1**  
**Data Jumlah Anggota Tabungan Mudharabah (biasa) dan Tabungan**  
**Mudharabah Berjangka (Deposito)**  
**BMT Pahlawan Tulungagung Tahun 2014-2016**



*Sumber: BMT Pahlawan Tulungagung*

Keterangan:

Sesuai tabel 1.1 di atas terdapat peningkatan jumlah anggota dari tahun 2014-2016 anggota produk tabungan mudharabah biasa dan mudharabah berjangka (deposito). Pada tahun 2014 tabungan mudharabah biasa sebesar 2.540 anggota, kemudian naik pada tahun 2015 sebesar

2.716 anggota dan 2016 sebesar 2.902 anggota. Selain itu, tabungan mudharabah berjangka (deposito) juga mengalami peningkatan, pada tahun 2014 sebesar 1.427 anggota, kemudian naik pada tahun 2015 sebesar 1.533 anggota pada tahun 2016 sebesar 1.611 anggota. Hal ini membuktikan bahwa para anggota sangat puas terhadap produk serta layanan di BMT Pahlawan Tulungagung. Karena selain pelayanannya yang memuaskan juga aman dan nyaman.

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Penyebaran Anggota Tabungan Mudharabah**  
**Masing-Masing Cabang BMT Pahlawan Tulungagung Tahun 2014 –**  
**2016**

<b>NO</b>	<b>Lokasi</b>	<b>Jenis Tabungan</b>	<b>Tahun 2014</b>	<b>Tahun 2015</b>	<b>Tahun 2016</b>
1.	Pusat Ngeplak	Mudharabah Biasa	1072	1136	1258
		Mudharabah Berjangka (Deposito)	799	840	903
2.	Cabang Bandung	Mudharabah Biasa	299	352	361
		Mudharabah Berjangka (Deposito)	71	79	83
3.	Cabang Notorejo	Mudharabah Biasa	437	459	477
		Mudharabah Berjangka (Deposito)	237	256	262
4.	Cabang Gondang	Mudharabah Biasa	416	402	424
		Mudharabah Berjangka (Deposito)	219	239	241

5.	Cabang Ngunut	Mudharabah Biasa	312	367	322
		Mudharabah Berjangka (Deposito)	101	119	122

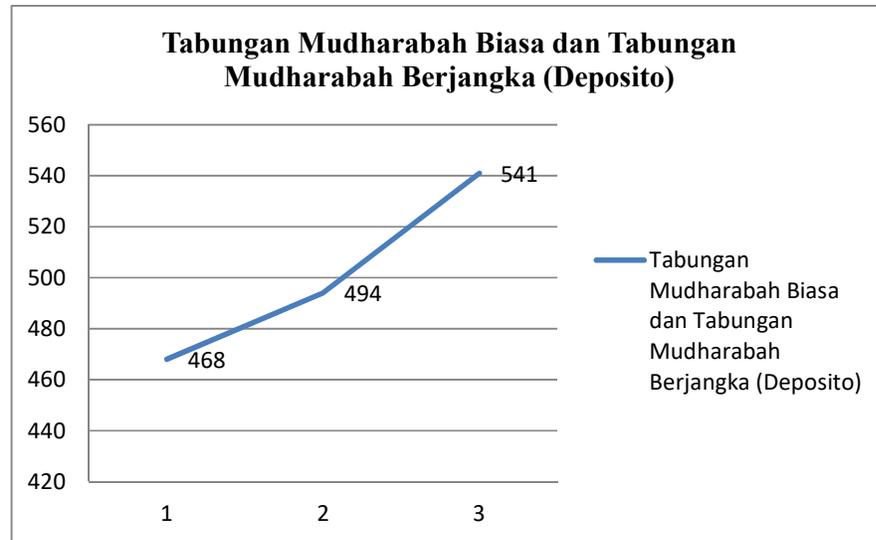
*Sumber: BMT Pahlawan Tulungagung*

**Keterangan:**

Dari tabel diatas diketahui jumlah anggota terbanyak berada di lokasi Ngemplak. Pada tabungan mudharabah biasa tahun 2016 jumlah anggota sebesar 1258 anggota dan tabungan mudharabah berjangka sebesar 903 anggota. Sedangkan jumlah anggota terendah berada di cabang bandung, pada tabungan mudharabah sebesar 299 anggota pada tahun 2014 dan mudharabah berjangka sebesar 71 anggota pada tahun 2014. Salah satu penyebab lokasi Ngemplak memiliki anggota yang banyak karena Ngemplak merupakan pusat dari BMT Pahlawan dan merupakan BMT yang memiliki banyak cabang diantara BMT lainnya di Tulungagung.

Grafik 1.2

**Data Jumlah Anggota Yang Memiliki Dua Produk Tabungan  
Mudharabah (biasa) dan Mudharabah Berjangka (Deposito) BMT  
Pahlawan Ngemplak Tulungagung Tahun 2014-2016**



Sumber: BMT Pahlawan Tulungagung

**Keterangan:**

Sesuai tabel 1.3 di atas terdapat peningkatan jumlah anggota yang memiliki dua produk tabungan mudharabah (mudharabah biasa dan mudharabah berjangka) dari tahun 2014-2016. Pada tahun 2014 sebesar 468 anggota, pada tahun 2015 meningkat sebesar 494 anggota dan pada tahun 2016 meningkat sebesar 541 anggota. Hal ini membuktikan bahwa BMT Pahlawan Ngemplak memiliki kinerja yang baik dalam penghimpunan dana masyarakat, khususnya pada tabungan Mudharabah. Dalam penghimpunan dana nasabah BMT Pahlawan Ngemplak selalu mengutamakan kualitas pelayanan yang baik.

Kualitas pelayanan pada BMT Pahlawan Ngemplak ini dapat dilihat pada front liner pada BMT melayani nasabah dengan ramah. Akan tetapi karena minimnya karyawan pada BMT mengharuskan karyawan merangkap jabatan dalam arti apabila karyawan yang lain sedang sibuk mengerjakan pekerjaannya yang sangat banyak maka karyawan lain membantu pekerjaannya sementara. Hal ini menunjukkan kinerja tim yang baik pada BMT. Kualitas karyawannya pun juga baik karena walaupun bukan pekerjaan spesifiknya tetapi mereka tetap mengetahui pekerjaan lainnya.

Dewasa ini, kelebihan produk tabungan mudharabah biasa pada BMT Pahlawan yaitu tabungan yang bisa di ambil sewaktu-waktu oleh nasabah. Prosesnya pun mudah, cepat dan tidak ribet. Pada BMT Pahlawan nasabah yang memiliki dana bisa menyalurkan dananya kepada bank sebagai bentuk dari investasi yang dimana oleh bank memberikan timbal balik atau bagi hasil usaha sesuai yang disepakati.

**Tabel. 1.2**

**BMT PAHLAWAN TULUNGAGUNG  
BAGI HASIL TABUNGAN  
Per – 31 DESEMBER 2014 - 2016**

NO	Jenis Tabungan	Per 31 – Desember 2014		Per 31 – Desember 2015		Per 31 – Desember 2016	
		Bagi Hasil	Indikasi	Bagi Hasil	Indikasi	Bagi Hasil	Indikasi
1.	Mudharabah Biasa	55%	0,61% per- bulan	55%	0,54% per- bulan	55%	0,53% per- bulan

2.	Tabungan Berjangka :						
	1 (Satu) Bulan	57%	0,64% per-bulan	57%	0,56% per-bulan	57%	0,55% per-bulan
	2 - 3 Bulan	60%	0,67% per-bulan	60%	0,59% per-bulan	60%	0,57% per-bulan
	4 - 5 Bulan	62,5%	0,69% per-bulan	62,5%	0,61% per-bulan	62,5%	0,60% per-bulan
	6 - 8 Bulan	65%	0,72% per-bulan	65%	0,63% per-bulan	65%	0,62% per-bulan
	9 - 11 Bulan	67,5%	0,75% per-bulan	67,5%	0,66% per-bulan	67,5%	0,65% per-bulan
	12 - 17 Bulan	70%	0,78% per-bulan	70%	0,68% per-bulan	70%	0,67% per-bulan
	24 - 29 Bulan	75%	0,83% per-bulan	75%	0,73% per-bulan	75%	0,72% per-bulan
	36 - 41 Bulan	80%	0,89% per-bulan	80%	0,78% per-bulan	80%	0,76% per-bulan

Sumber: BMT Pahlawan Tulungagung

Berdasarkan tabel 1.4 di atas terdapat penurunan nisbah bagi hasil tabungan Mudharabah biasa dan Mudharabah berjangka di BMT Pahlawan Tulungagung dari tahun 2014-2016. Diketahui jumlah nisbah tabungan mudharabah biasa terbanyak terjadi pada tahun 2014 sebesar 0,61% per bulan. Dan jumlah terendah nisbah tabungan mudharabah biasa terjadi pada tahun 2016 sebesar 0,53% per bulan. Ini di karenakan SHU (sisa hasil usaha) di BMT Pahlawan Tulungagung menurun dan pendapatan di BMT Pahlawan Tulungagung menurun.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.<sup>15</sup>

Pelayanan yang diberikan di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung sangat baik. Para karyawan melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawabnya masing-masing, melayani nasabah dengan sangat ramah dan sopan serta selalu membantu nasabah apabila anggota tersebut memiliki keluhan. Karyawan memiliki etika yang baik dan berseragam rapi dan bersih sehingga membuat anggota (nasabah) merasa sangat nyaman saat melakukan transaksi di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung. Serta memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat.

Keputusan pembelian adalah semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing. Proses pengintegrasian yang mengkombinasi

---

<sup>15</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi Ofset, 2001), hal.165.

sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.<sup>16</sup>

Ketika nasabah di BMT membeli suatu produk, kemudian ia puas terhadap produk tersebut, maka ia akan mengalami kepuasan pelanggan. Namun hal tersebut tidak langsung menjadikannya setia kepada produk tersebut. BMT Pahlawan Tulungagung memberikan pelayanan terus menerus dengan baik supaya dapat mempertahankan pelanggan dan mereka terus setia. Umumnya, BMT Pahlawan memiliki program-program tertentu dalam membangun kesetiaan nasabah. Mereka terus berusaha meningkatkan valuenya di mata pelanggan. Hal ini bertujuan supaya nasabah melihat bahwa perusahaan memiliki nilai lebih dibandingkan competitor (pesaing).

Tabungan Mudharabah adalah penempatan dana dalam bentuk tabungan dengan system bagi hasil (*mudharabah*). Bank selaku pengelola dana nasabah (*mudharib*) akan mengelola dana tersebut dan memberikan imbalan sesuai dengan kinerja dan porsi bagi hasil (*nisbah*).<sup>17</sup>

Penelitian Fajri, (2015). Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat. Metode menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis data primer, teknik pengambilan sampel probability sampel analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk (X1), harga (X2), promosi (X3), proses (X4), orang (X5), bukti fisik (X6) dan lokasi (X7) secara bersama-sama atau

---

<sup>16</sup> Sunarto, *Manajemen I*, (Yogyakarta: Amus, 2007), hal.96

<sup>17</sup> H.Abd Hadi, *Memahami Akad-Akad Dalam Perbankan Syariah Dan Dasar-Dasar Hukumnya*, (Surabaya: Sinar Terang Surabaya,2015). hal 141

simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung (Y). Dan berdasarkan pengujian secara parsial bahwa variabel produk (X1) dan proses (X4) berpengaruh terhadap keputusan menabung (Y) sedangkan variabel promosi (X3), orang (X5), bukti fisik (X6) tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung. Persamaan dalam penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah sama-sama membahas harga dan lokasi/tata letak pada variabel X. Sedangkan perbedaannya peneliti membahas kualitas pelayanan pada variabel X dan peneliti terdahulu di Bank Muamalat sedangkan peneliti sekarang pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.<sup>18</sup>

Dalam analisisnya nanti akan membahas dari pengaruh tata letak, harga dan kualitas pelayanan, apakah dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk tabungan mudharabah atau tidak. Dengan meningkatkan performa terhadap atribut suatu produk tabungan mudharabah diharapkan kalangan masyarakat umum dapat merespon lebih baik dan tertarik untuk menggunakan produk tabungan mudharabah. Sehingga hal ini menjadi acuan utama dalam penulisan karya tulis ini. Karena skripsi ini mengambil tema permasalahan

**“ANALISIS PENGARUH TATA LETAK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH DI BMT PAHLAWAN NGENEMPLAK TULUNGAGUNG”**

**B. Identifikasi Masalah**

---

<sup>18</sup> Fajri, *Pengaruh Bauran Pemasaran jasa terhadap Keputusan Menabung (Survei pada Bank Muamalat Cabang Malang)*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2015), Skripsi Manajemen Bisnis. Diakses pada tanggal 18 April 2017 pukul 20.30

Dalam penelitian ini dibahas identifikasi cakupan yang muncul dalam penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang dicapai. Penelitian pengaruh tata letak, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota produk tabungan mudharabah ini dilaksanakan di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung, penentuan tema dan lokasi didasarkan pada data yang diperoleh peneliti dari BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung terkait dengan jumlah anggota penabung tabungan mudharabah khususnya mudharabah biasa selama 3 tahun terakhir pada tahun (2014 – 2016) mengalami peningkatan.

Tata letak, harga dan kualitas pelayanan, dalam hal ini peneliti akan melihat apakah tata letak, harga dan kualitas pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan anggota.

Keputusan menjadi anggota produk tabungan mudharabah dalam hal ini peneliti akan melihat seberapa besar pengaruh tata letak, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota produk tabungan mudharabah khususnya mudharabah biasa di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah tata letak berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota produk tabungan mudharabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung ?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota produk tabungan mudharabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota produk tabungan mudharabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung ?
4. Apakah ada pengaruh secara simultan antara tata letak, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota produk tabungan mudharabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung ?

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

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh tata letak terhadap keputusan menjadi anggota produk tabungan mudharabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan menjadi anggota produk tabungan mudharabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota produk tabungan mudharabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.
4. Untuk menguji tata letak, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi anggota produk tabungan mudharabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

## **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan setelah penelitian ini mengetahui pengaruh Tata Letak, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Produk Tabungan Mudharabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung sebagai berikut:

### **1. Teoritis**

Adapun manfaat dalam penelitian ini diharapkan agar bisa menjadi literatur untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembacanya, serta, bisa memperluas hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta dapat menambah informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan tabungan mudharabah.

### **2. Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi :

#### **1) Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh tata letak, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota produk tabungan mudharabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

#### **2) Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung**

Dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil kebijaksanaan yang lebih baik di masa akan datang. Terutama untuk memberikan masukan dan tambahan informasi serta menyampaikan

saran yang mungkin bermanfaat bagi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Mengenai masalah yang di hadapi dibidang Tabungan Mudharabah.

### 3) Bagi Pihak BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi pihak BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dapat digunakan untuk mengetahui kinerja BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung terutama pada tata letak, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota produk tabungan mudharabah sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu pedoman bagi manajer untuk mengambil keputusan di masa mendatang.

## **F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu adanya variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu tata letak, harga dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependennya yaitu keputusan anggota. Populasi dalam penelitian ini yaitu anggota produk tabungan mudharabah (biasa) di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

### **2. Keterbatasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi untuk menghindari tidak terkendalinya batasan masalah yang berlebihan pada penelitian. Peneliti memberikan batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Penelitian ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini hanya meliputi Tata Letak ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) sedangkan pada variabel terikatnya (Y) adalah Keputusan Menjadi Anggota Produk Tabungan Mudharabah BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.
2. Data penelitian pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) didapatkan dari kuesioner (angket).
3. Dalam penelitian ini akan membatasi ruang lingkup obyek penelitian yang hanya membahas tiga variabel yaitu Tata Letak, Harga dan Kualitas Pelayanan. Dan peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada Keputusan Menjadi Anggota Produk Tabungan Mudharabah BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

### **G. Penegasan Istilah**

Untuk menghindari penafsiran yang berbeda dan mewujudkan kesatuan pandangan dan kesamaan pemikiran, perlu kiranya ditegaskan istilah-istilah yang berhubungan dengan penelitian ini sebagai berikut:

#### **a. Penegasan Konseptual**

Secara konseptual yang dimaksud dengan “Pengaruh Tata Letak, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Produk Tabungan Mudharabah Di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung” adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh adalah daya yang ada dari beberapa variabel, yang dapat membentuk pola pikir, watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang nasabah dalam menghimpun dananya.<sup>19</sup>

b. Tata Letak

Lokasi bank/*layout* adalah tempat di mana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).<sup>20</sup>

c. Harga

Harga adalah yang digunakan sebagai dasar untuk menghitung harga barang/produk yang diperjualbelikan (*basic price*). Harga yang tertera memberikan indikasi nilai yang digunakan dalam suatu transaksi.<sup>21</sup>

d. Kualitas

Kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu.<sup>22</sup>

e. Pelayanan

Pelayanan adalah kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.<sup>23</sup>

---

<sup>19</sup> Hadrattuzaman, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ( Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hal. 275

<sup>20</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 163

<sup>21</sup> M Hasan Ali, *Kamus Populer Keuangan Dan Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Pusat Ekonomi Komunikasi Syariah, 2008), hal. 31

<sup>22</sup> Hadrattuzaman, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, . . . hal.148.

f. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan kesepakatan dengan menggunakan buku atau kartu tabungan.<sup>24</sup>

g. Mudharabah

Penanaman dana pemilik (shahibul mal) kepada pengelola dana (mudharib) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian menggunakan metode bagi untung dan rugi (profit and loss sharing) atau metode bagi pendapatan (revenue sharing) antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.<sup>25</sup>

h. Keputusan

Keputusan adalah sesuatu yang dapat memutuskan, menentukan pilihan seseorang.<sup>26</sup>

i. Anggota

Anggota adalah orang (badan) yang menjadi bagian atau masuk dalam suatu golongan, yang bukan pengurus.<sup>27</sup>

#### **a. Penegasan Operasional**

Penegasan operasional merupakan pelekatan arti pada suatu variable dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel. Variabel penelitian ini terdiri dari dua macam, yaitu

<sup>23</sup> Ibid. hal 256

<sup>24</sup> M Hasan Ali, *Kamus Populer Keuangan Dan Ekonomi Syariah*, . . . hal. 91.

<sup>25</sup> *Ibid*, hal.53.

<sup>26</sup> *Ibid*, hal.121.

<sup>27</sup> *Ibid*, hal.74.

variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Penegasan operasional dalam penelitian ini meliputi:

- a. Tata letak/*layout* atau pengaturan fasilitas produksi dan area kerja yang ada adalah suatu masalah yang sering dijumpai dalam pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung. Umumnya tata letak perusahaan yang terencana dengan baik ikut menentukan efisiensi dan menjaga kelangsungan hidup ataupun kesuksesan kerja suatu perusahaan pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.
- b. Harga yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan salah aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya.
- c. Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan tingkat baik buruknya suatu program dalam perihal tata cara melayani nasabah pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan seberapa jauh kenyataan dan harapan nasabah/pelanggan atas layanan yang mereka peroleh. Indikator dari kualitas pelayanan yaitu, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati dan berwujud.
- d. Keputusan Pembelian

Dilihat secara umum konsumen/nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung terdapat beberapa faktor untuk mencapai keputusan

pembelian yaitu: faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.

## **H. Sitematika Skripsi**

Sistematika pembahasan skripsi ini disajikan dalam enam bab, dan disetiap babnya terdapat sub-sub bab sebagai perinciannya, maka dari itu sistem pembahasannya sebagai berikut :

**Bab I Pendahuluan**, yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika pembahasan skripsi.

**Bab II Landasan Teori**, terdiri dari: teori yang membahas variabel/sub variabel pertama, teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, dan seterusnya, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

**Bab III Metode Penelitian**, terdiri dari: berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

**Bab IV Hasil Penelitian**, terdiri dari: hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis), temuan penelitian.

**Bab V Pembahasan**, hasil penelitian

**Bab VI Penutup**, terdiri dari: kesimpulan dan saran.

**Bagian akhir**, terdiri dari: daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, daftar riwayat hidup.