

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting semua kegiatan ekonomi hampir tidak mungkin terhindar dari peran lembaga keuangan karena Lembaga keuangan merupakan salah satu faktor pertumbuhan ekonomi suatu negara dalam berperannya mengenai kegiatan penghimpunan dana, penyaluran dana dan jasa keuangan untuk masyarakat.

Lembaga keuangan digolongkan menjadi dua golongan yaitu lembaga keuangan bukan bank dan lembaga keuangan bank. Keberadaan lembaga keuangan sangat dibutuhkan dalam mendukung permodalan dalam sektor riil, hal ini sudah dirasakan fungsinya di Indonesia, baik yang berbentuk konvensional (berdasarkan kapitalitas maupun sosialis) dan berprinsip syariah. Perbedaan pokok antara jenis lembaga itu adalah penerapan sistem bunga pada lembaga keuangan yang berbentuk konvensional dan konsep islami berdasarkan prinsip kerjasama dengan skema bagi hasil dalam lembaga keuangan syariah.

Diantara lembaga keuangan syariah yang berkembang secara pesat ditengah sistem perbankan antara lain Bank Syariah, BPRS, dan BMT. Bank syariah berkembang berdampingan dengan bank-bank konvensional. Hal tersebut dibuktikan dengan munculnya bank-bank dengan sistem syariah seperti Bank BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah, Bank Bukopin Syariah dan sebagainya. Selain bank-bank syariah tersebut berkembang juga lembaga-lembaga keuangan syariah

yang lain yang bersifat mikro. Lembaga keuangan ini bergerak atau memfokuskan sasarannya pada kalangan ekonomi bawah seperti lembaga keuangan syariah BMT (*Baitul Maal wat-Tamwil*).

BMT berdiri dengan gagasan fleksibilitas dalam menjangkau masyarakat kalangan bawah, yaitu lembaga ekonomi rakyat kecil. BMT berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kegiatan ekonomi pengusaha kecil berdasarkan prinsip syariah dan prinsip koperasi.

BMT merupakan bagian dari koperasi yang beroperasi seperti bank, dengan pengecualian ukurannya yang kecil dan tidak memiliki akses ke pasar uang. Dasar hukum dari BMT sendiri sama dengan koperasi yakni berdasarkan pada UU No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian namun secara umum prinsip operasional dari BMT tidak berbeda dengan koperasi pada umumnya yaitu untuk membantu kesejahteraan bagi para anggota dalam bentuk gotong royong dimana prinsip ini tidak jauh menyimpang dari sudut pandang syariah yaitu pada prinsip gotong royong (*ta'awun*) dan bersifat kolektif atau berjamaah dalam membangun kemandirian hidup.¹

¹Fitri Nurhartati dan Ika Saniyati Rahmaniya, *Koperasi Syariah* (Surakarta : PT Era Adicitra Intermedia, 2012), cetakan kedua, hal. 12

Tabel 1.1
Jumlah Koperasi Berbadan Hukum di Tulungagung
Tahun 2011-2015

Tahun	2011	2012	2013	2014	2015
Jumlah Koperasi	854	994	863	1,000	1,033
Anggota (Orang)	158,450	184,589	175,498	177,638	175,343

Sumber : Kabupaten Tulungagung dalam Angka 2012-2016

Menurut data statistik Tulungagung, perkembangan jumlah koperasi yang terjadi selama tahun 2011 sampai pada tahun 2015 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2011 jumlah koperasi yang terdapat di daerah Tulungagung meningkat dari 854 koperasi menjadi 994 koperasi pada tahun 2012. Peningkatan jumlah koperasi ini juga diikuti oleh peningkatan jumlah anggota koperasi yaitu 158.450 anggota pada tahun 2011 meningkat menjadi 184.589 anggota pada tahun 2012. Namun jumlah ini terus menurun pada tahun 2013 menjadi 863 koperasi. penurunan jumlah ini juga diikuti pula oleh penurunan jumlah anggota koperasi menjadi 175.498 anggota pada tahun 2013. Pada tahun 2014 sampai pada tahun 2015, jumlah koperasi yang ada di Tulungagung terus meningkat yaitu 1.000 koperasi pada tahun 2014 dan 1.033 koperasi pada tahun 2015 hal tersebut juga diikuti oleh peningkatan jumlah anggota koperasi yaitu 177.638 anggota pada tahun 2014 dan 175,343 anggota pada tahun 2015.²

²Badan Pusat Statistik Tulungagung, “Kabupaten Tulungagung dalam Angka tahun 2012-2016”, Sumber : <https://tulungagungkab.bps.go.id/> diakses 02 Mei 2017 pukul 20:58 WIB

Tabel 1.2
Jumlah Koperasi Syariah di Tulungagung
Tahun 2011-2015

Tahun	2011	2012	2013	2014	2015
Jumlah Koperasi	48	51	52	52	54
Anggota (Orang)	7,373	7,515	12,977	12,738	13,126

Sumber : Kabupaten Tulungagung dalam Angka 2012-2016

Dari jumlah koperasi berbadan hukum di Tulungagung yang terdapat pada tabel 1.1 jumlah dari Koperasi Syariah BMT atau BTM terlihat jauh lebih sedikit bila dibandingkan dengan jumlah koperasi dengan sistem syariah seperti koperasi pertanian, koperasi wanita, koperasi unit desa dan sebagainya yaitu sebesar 5,45% dari jumlah rata-rata koperasi yang ada pada tahun 2011 sampai pada tahun 2015. Jumlah anggota dari Koperasi Syariah BMT atau BTM sendiri hanya berkisar 6,2% dari rata-rata jumlah anggota dari koperasi yang ada di daerah Tulungagung.³

Jumlah tersebut memang jauh lebih sedikit dari jumlah koperasi dengan sistem konvensional yang ada di Tulungagung namun jumlah itu setiap tahunnya selalu mengalami perkembangan. Pada tahun 2011 jumlah Koperasi Syariah BMT atau BTM sejumlah 48 koperasi dan meningkat menjadi 51 pada tahun 2012. Jumlah itu meningkat pada tahun 2013 dan 2014 yaitu sebesar 52 koperasi serta meningkat kembali pada tahun 2015 dengan jumlah 54 koperasi. Peningkatan jumlah koperasi ini juga diikuti oleh peningkatan anggota. Pada tahun 2012 jumlah anggota dari Koperasi Syariah di Tulungagung ini meningkat dari 7.373

³ *Ibid.*,

anggota pada 2011 menjadi 7.515 anggota pada 2012. Jumlah ini terus meningkat pada tahun 2013 menjadi 12.977 anggota. Namun jumlah ini menurun pada tahun 2014 menjadi 12.738 anggota dan meningkat kembali pada tahun 2015 menjadi 13.126 anggota.⁴

Salah satu dari Koperasi Syariah yang ada di Tulungagung adalah BMT Sinar Amanah Boyolangu. BMT Sinar Amanah terletak didekat Jalan Raya Boyolangu (depan polsek Boyolangu) kecamatan Boyolangu kabupaten Tulungagung. Di dalam kegiatannya, BMT Sinar Amanah sebagai sebuah lembaga keuangan juga melakukan kegiatan penghimpunan dana (*funding*) dengan menggunakan prinsip bagi hasil (*profit sharing*) dan juga melakukan pembiayaan dengan produk *murabahah* (jual-beli) dan *Ba'i Bitsaman Ajil* (BBA).⁵

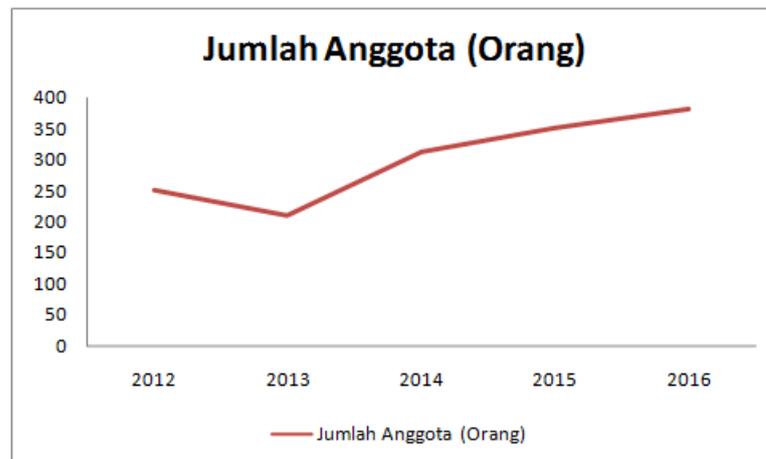
Sebagai sebuah lembaga keuangan berbentuk koperasi maka BMT Sinar Amanah Boyolangu dalam hal ini juga tidak akan melepaskan peran dari anggota. Pada tahun 2012 sampai 2013 jumlah anggota dari BMT Sinar Amanah Boyolangu mengalami penurunan yaitu dari jumlah 252 anggota pada tahun 2012 menurun menjadi 215 anggota pada tahun 2013. Jumlah itu kemudian meningkat sejumlah 312 anggota pada tahun 2014. Jumlah itu masih terus meningkat pada tahun 2015 dan 2016 yaitu 357 anggota pada tahun 2015 dan 380 pada tahun 2016.⁶

⁴ *Ibid.*,

⁵ Laporan Rapat Akhir Tahunan BMT Sinar Amanah Boyolangu 2016

⁶ *Ibid.*,

Tabel 1.3
Perkembangan Jumlah Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu
Tahun 2012-2016



Sumber : Rapat Anggota Tahunan BMT Sinar Amanah Boyolangu, 2016

Jumlah tersebut merupakan jumlah keseluruhan dari anggota BMT Sinar amanah Boyolangu yang tercatat dalam hasil laporan rapat akhir tahunan 2016 yang memutuskan untuk menjadi anggota dari BMT Sinar Amanah Boyolangu dengan menggunakan produk jasa simpanan maupun jasa pembiayaan. Produk jasa simpanan yang terdapat pada BMT Sinar Amanah Boyolangu dapat berupa produk simpanan si Aman, si Berkah ataupun simpanan umroh sedangkan produk pembiayaan yang telah dimiliki oleh BMT Sinar Amanah ini adalah berupa produk pembiayaan seperti pembiayaan *mudharabah*, kerjasama maupun BBA.

BMT Sinar Amanah sebagai sebuah lembaga keuangan, agar mampu mensosialisasikan kepada kemasayarakat luas maka lembaga harus mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk menjadi anggota BMT.

Terkait dengan faktor yang mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli atau mengkonsumsi produk dan jasa terdapat perbedaan perspektif

dari beberapa tokoh ekonomi seperti John A Howard dan Jagdish N dalam buku “*The Theory of Buyer Behavior*” yang dikutip oleh Ujang Sumarwan menyatakan bahwa terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi kegiatan ini yaitu kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh produsen atau lembaga lain, faktor perbedaan individu konsumen serta faktor lingkungan konsumen. Faktor-faktor perbedaan individu konsumen dapat berupa perbedaan kebutuhan dan motivasi, kepribadian, pengolahan informasi dan persepsi, proses belajar, pengetahuan dan sikap sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan konsumen dapat berupa perbedaan budaya, karakteristik sosial ekonomi, keluarga dan rumah tangga, kelompok acuan, dan situasi konsumen.⁷

Sedangkan faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan konsumen menurut Philip Kotler yang dikutip oleh Danang dan Fathonah menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan konsumen terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.⁸ Meskipun terjadi perbedaan pendapat mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, kedua faktor tersebut sama-sama menerapkan prinsip-prinsip psikologi dan ekonomi dalam pengambilan keputusan konsumen.

Mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, penelitian ini akan menggunakan faktor yang dikemukakan oleh Philip Kotler. Hal ini dikarenakan faktor yang di jelaskan lebih terperinci dan lebih mudah untuk

⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2004 cetakan kedua), hal. 30-33 dikutip dari John A Howard dan Jagdish N, *The Theory of Buyer Behavior*, (1958)

⁸ Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta : CAPS, 2015), hal. 132

dipahami. Adapun faktor-faktor tersebut terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

Faktor budaya dapat terdiri dari kultur, sub kultur dan kelas sosial sedangkan faktor sosial dapat terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status. Faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli atau melakukan konsumsi dapat dipengaruhi oleh karakteristik dari pribadi seperti usia pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep pribadi dari pembeli. Faktor psikologis utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dapat berupa motivasi, persepsi, pengetahuan, serta kepercayaan dan pendirian. Dari sekian banyaknya faktor tersebut penelitian ini lebih memfokuskan pada faktor religiusitas, tingkat pendidikan dan kelompok acuan.

Penelitian ini memfokuskan pada faktor religiusitas yang mana berkaitan dengan faktor psikologis dari konsumen itu sendiri. Religiusitas merupakan nilai sakral dan suci yang memiliki pengaruh yang kuat pada emosi, perilaku, pemikiran dan perasaan psikologis seseorang.⁹ Proses religiusitas terjadi saat seseorang menganut, meyakini, mentaati, dan mampu menghayati serta menjalankan ajaran-ajaran agamanya yang diwujudkan dalam kehidupan manusia sehari-hari dalam dimensi-dimensi seperti keyakinan, praktek, pengalaman pengetahuan dan penghayatan keagamaan.

Religiusitas dalam hal ini dapat dilihat dari keyakinan atau pemahaman islami serta pemahaman prinsip-prinsip agama dan kehalalan jasa maupun produk

⁹ Daru Asih, "Dimensi-dimensi Spiritualitas dan Religiusitas dalam Intensi Keperilakuan Konsumen", (Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM: Makalah tidak di terbitkan, 2015), hal. 7

oleh anggota atau calon anggota BMT. Keyakinan anggota terhadap produk dan jasa yang baik dan halal akan membawa barokah dan manfaat yang baik terutama terbebasnya unsur ribawi yang ada pada operasional dari lembaga keuangan syariah karena unsur ribawi merupakan salah satu unsur dilarang oleh agama islam.

Faktor selanjutnya yang difokuskan untuk diteliti dalam penelitian ini adalah tingkat pendidikan. Pendidikan termasuk kedalam faktor sub kultur konsumen pada faktor budaya yang berasal dari lingkungan masyarakat.¹⁰ Tingkat pendidikan memiliki proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, yang mana tenaga kerja manajerial mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan-tujuan umum.¹¹

Tingkat pendidikan merupakan faktor penting karena tingkat pendidikan berhubungan dengan pengetahuan (*knowledge*) dan keterampilan (*skill*) yang dimiliki oleh seseorang. Keterampilan dan tingkat pendidikan ini merupakan dua hal yang saling berhubungan dimana tingkat pendidikan seseorang dapat dilihat dari keterampilan yang diwujudkan melalui tindakannya dalam memahami sesuatu.

Menurut Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003 jalur pendidikan terdiri dari pendidikan formal, nonformal, dan informal. Jenjang pendidikan formal sendiri terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah,

¹⁰Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...*, hal. 197-198

¹¹ Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional

dan perguruan tinggi dengan jenis pendidikan yang dapat mencakup pendidikan umum, kejuruan, akademik, profesi, vokasi, keagamaan, dan pendidikan khusus.¹²

Seseorang yang memiliki suatu tingkat pendidikan yang tinggi akan dapat mengenal masalah-masalah yang bernilai dan mampu menyikapi atau mengambil keputusan dengan baik, artinya seseorang bisa merasakan sesuatu hal yang dirasakan menguntungkan atau tidak memberikan kepuasan sesuai dengan keadaan emosi seseorang yang mempersepsi keinginannya untuk menjadi anggota di Koperasi Syariah atau BMT.

Gagasan ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Supriyanto yang berjudul "*Pendidikan Pendapatan dan Motivasi menjadi Nasabah*" penelitian yang dilakukan di BMT Sidogiri Pasuruan ini menyatakan bahwa tingkat pendidikan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap motivasi menjadi nasabah.¹³ Tingkat pendidikan dapat menentukan dan meningkatkan makna hidup manusia dengan segala kompleksitas dan masalahnya. Orang yang memiliki suatu tingkat pendidikan tinggi akan dapat mengenal masalah-masalah yang bernilai. Mereka dapat meusatkan perhatiannya pada suatu masalah secara alamiah dan mengaitkannya baik secara sadar atau tidak untuk memecahkannya. Ia juga akan menerima ide baru yang muncul dari diri sendiri atau yang dikemukakan orang lain lalu mengkombinasikan pikirannya sebagai dasar pemecahan yang baik.

¹² Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 1 ayat 7-16

¹³Supriyanto, "Pendidikan Pendapatan Dan Motivasi Menjadi Nasabah", dalam *Jurnal Penelitian Universitas Kanjuruhan Malang*, Jurnal Penelitian dan Pendidikan Jilid 6, Nomor 1, Edisi Februari 2012 hal. 88-90

Selain dari kedua faktor tersebut, penelitian ini juga memfokuskan pada kelompok acuan yang merupakan bagian dari faktor sosial pengambilan keputusan konsumen. Kelompok acuan (*referensi group*) merupakan aspek sosial mikro bagi konsumen. Interaksi sosial dengan grup referensi sering terjadi secara langsung pada tanggapan afeksi, kognisi, dan perilaku dalam pada strategi pemasaran.

Seorang individu dapat terlibat dalam berbagai jenis kelompok yang berbeda. Di dalam sebuah kelompok acuan terdiri dari dua atau lebih individu yang saling berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan yang sama. Bentuk kelompok acuan ini dapat terdiri dari kelompok primer seperti keluarga, tetangga, dan rekan kerja dimana individu atau kelompok tersebut saling berinteraksi satu sama lain secara terus-menerus. Kelompok primer cenderung bersifat informal. Selain kelompok primer, kelompok acuan juga menyangkut kelompok sekunder seperti yang terlihat pada kelompok keagamaan, dan profesi yang mana cenderung bersifat lebih formal dan mempunyai interaksi tidak begitu rumit.¹⁴

Sebuah kelompok acuan seperti keluarga, teman dekat, rekan kerja atau tetangga akan mempengaruhi dalam pemilihan atau penentuan keputusan yang dipilihnya. Hal ini dikarenakan terjadinya pertukaran informasi yang terjadi di dalam interaksi sosial yang terjadi antara individu dengan individu atau individu dengan kelompok pada sebuah kelompok social yang dijadikan acuannya seperti informasi mengenai aspek lingkungan fisik disekitar mereka misalnya produk, jasa dan toko. Informasi ini dapat disajikan secara langsung baik secara verbal atau melalui demonstrasi langsung. Seseorang akan cenderung lebih terpengaruh oleh

¹⁴Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta : CAPS, 2015), hal.138-139

kelompok acuan jika informasi yang diberikan dianggap sah dan relevan pada permasalahan yang dihadapi, dan sumber yang memberikan informasi tersebut dapat dipercaya.

Selain hal tersebut, kelompok acuan akan menghubungkan seorang individu atau kelompok dengan perilaku gaya hidup baru. Mereka juga mempengaruhi pendirian dan konsep pribadi seseorang karena biasanya mereka berhasrat untuk bisa sesuai dengan kelompok tersebut sehingga kelompok acuan akan menciptakan tekanan untuk keseragaman yang dapat mempengaruhi pilihan produk atau merek seseorang yang sebenarnya.

Mengingat pentingnya anggota bagi sebuah lembaga keuangan tidak terkecuali lembaga keuangan syariah mikro seperti BMT, peran lembaga keuangan tersebut sendiri dalam menganalisis perilaku konsumen terutama dalam kaitannya dengan pemasaran perlu di terapkan dan dilakukan. Perilaku seorang individu atau kelompok dapat berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan dan perubahan zaman serta semakin berkembangnya teknologi yang ada.

Seorang individu atau kelompok dapat mudah terpengaruh oleh faktor-faktor yang berasal dari dirinya sendiri maupun dari luar dirinya. Faktor religiusitas atau kepercayaan seorang individu akan mempengaruhi apabila seorang individu tersebut mampu berpegang teguh dan melaksanakan apa yang telah ditentukan dan diterapkan oleh agamanya terutama dengan di dorong dengan faktor ilmu pengetahuan yang didapatkan dari pendidikan yang telah mereka lalui melalui tingkat pendidikan yang mereka tempuh baik pendidikan formal maupun informal.

Semakin itu pengaruh yang berasal dari kelompok atau lingkungan juga akan mempengaruhi karena pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa lepas dengan individu atau kelompok lain. Individu akan berupaya untuk mengikuti seseorang atau kelompok tertentu yang ia jadikan acuan dalam berperilaku. Maka dari itu pemahaman terhadap kelompok acuan dalam menganalisa atau memasarkan sebuah produk harus dianalisa secara hati-hati hal ini berguna untuk lebih menerapkan strategi pemasaran yang tepat terutama dalam industri keuangan syariah.

Dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menguji tentang pengaruh faktor religiusitas, tingkat pendidikan dan kelompok acuan dari masyarakat atau konsumen sebagai calon anggota dengan mengambil judul **“Pengaruh Faktor Religiusitas, Tingkat Pendidikan dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan menjadi Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah religiusitas mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada BMT Sinar Amanah Boyolangu ?
2. Apakah tingkat pendidikan mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada BMT Sinar Amanah Boyolangu ?
3. Apakah kelompok acuan mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada BMT Sinar Amanah Boyolangu ?

4. Apakah religiusitas, tingkat pendidikan dan kelompok acuan secara bersama-sama mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada BMT Sinar Amanah Boyolangu ?

C. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh religiusitas terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tingkat pendidikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu.
3. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu
4. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh religiusitas, tingkat pendidikan dan kelompok acuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Religiusitas, tingkat pendidikan dan kelompok acuan merupakan faktor yang penting terhadap perilaku konsumen seseorang atau konsumen dalam pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi barang maupun jasa.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, berguna untuk pertimbangan atau referensi dalam karya-karya ilmiah bagi seluruh

aktivitas academia di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung atau pun pihak lain yang membutuhkan.

- b. Untuk BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung, berguna untuk meningkatkan pemahaman tentang faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi anggota pada BMT Sinar Amanah Boyolangu.
- c. Bagi peneliti yang akan datang hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang koperasi syariah atau lembaga keuangan syariah lainnya.

E. Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Faktor Religiusitas, Tingkat Pendidikan dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu”. Penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y dimana X sebagai variabel bebas (*independen*) yang terdiri dari variabel X1 (religiusitas), variabel X2 (tingkat pendidikan), variabel X3 (kelompok acuan) dan variabel Y sebagai variabel terikat (*dependen*) yaitu keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanag Boyolangu.

2. Pembatasan Penelitian

Penelitian ini akan membatasi ruang lingkup obyek penelitian pada faktor religiusitas, tingkat pendidikan dari anggota dan kelompok acuan

dalam kaitannya dengan keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu.

F. Penegasan Istilah

1. Secara Konseptual

- a. Religiusitas : religiusitas berarti pengabdian terhadap agama, kesalehan.¹⁵ sikap seseorang terhadap agama secara umum, bukan hanya kepada satu aspek atau bidangnya saja dari agama tetapi lebih kepada sikap seseorang dalam memperlihatkan atau menunjukkan intensitas seseorang untuk menjadi orang beragama.
- b. Tingkat pendidikan : suatu proses jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir, yang mana tenaga kerja manajerial mempelajari pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan-tujuan umum.¹⁶
- c. Kelompok acuan : seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan bagi seseorang dapat terdiri atas satu orang atau lebih dari satu sampai puluhan. Kelompok acuan bisa merupakan sesuatu yang nyata dan tidak nyata. Contoh kelompok acuan nyata adalah keluarga, kelompok rukun tetangga, asosiasi profesi dan sebagainya sedangkan kelompok acuan

¹⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Sumber : kbbi.web.id diakses Minggu, 21 Mei 2017 pukul 08:16 WIB.

¹⁶ Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 1

tidak nyata dan bersifat simbolik seperti tokoh politik, selebriti, olahragawan dan sebagainya.¹⁷

- d. Keputusan : sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli yang dilakukan konsumen.¹⁸
- e. BMT : Baitul maal wat tamwil (BMT) merupakan sebuah lembaga keuangan yang tidak hanya bergerak pada sektor bisnis namun juga bergerak pada sektor sosial.¹⁹

2. Secara Operasional

Secara operasional yang dimaksud “pengaruh religiusitas, tingkat pendidikan dan kelompok acuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu adalah variabel religiusitas, tingkat pendidikan dan kelompok acuan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota yang terjadi di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung”.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Untuk

¹⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...*, hal. 250-251

¹⁸ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PRENADA MEDIA, 2003), hal. 413-414

¹⁹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2004), hal. 126.

mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini, terlebih dahulu penulis uraikan sistematika penelitian yang terdiri dari :

1. Bagian awal

Bagian awal usulan penelitian ini meliputi : sampul atau cover depan, halaman judul dan halaman persetujuan.

2. Bagian inti

Bagian inti dalam skripsi ini disajikan dalam bentuk bab-bab, sub bab dan atau tingkat hierarki judul yang lebih rinci lagi dengan menganut sistematika tertentu.

Bab pertama dalam skripsi ini berisi pendahuluan. Pendahuluan ini berisi sebagai gambaran umum mengenai tema dan latar belakang penelitian. Bab ini terdiri dari tujuh sub bab seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab kedua berisikan landasan teori. Landasan teori merupakan konsep (teori) yang terkait dengan variabel yang ada. Bab kedua terdiri dari empat sub bab yaitu kerangka teori yang berisi berbagai teori yang relevan dengan masalah yang diteliti, kajian penelitian terdahulu yang berisi uraian dari hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, kerangka konseptual yang berisi gambaran pola hubungan antar variabel atau kerangka konsep yang akan digunakan untuk masalah yang akan diteliti, dan hipotesis penelitian yang berisi pernyataan singkat yang

dirumuskan dari landasan teori dan merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang akan atau sedang diteliti.

Bab ketiga membahas mengenai metodologi penelitian. Metodologi penelitian ini berisikan proses atau cara ilmiah untuk mendapatkan data yang akan digunakan untuk keperluan penelitian. Bab ketiga terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel, dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta analisis data.

Bab keempat berisikan mengenai hasil penelitian. Bab ini menguraikan secara detail deskripsi obyek penelitian yang mana terdiri dari dua sub bab diantaranya gambaran umum obyek penelitian dan hasil penelitian.

Bab kelima merupakan pembahasan. Pada bab ini membahas mengenai rumusan masalah yang ada mengenai pengaruh faktor religiusitas, tingkat pendidikan dan kelompok acuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu.

Bab keenam, adalah penutup yang mengemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan, implikasi penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

3. Pada bagian akhir skripsi terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.