

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak awal 1970-an, gerakan Islam telah memasuki bidang ekonomi dengan adanya ekonomi Islam sebagai jalan pintas atau alternatif terhadap kebuntuan ekonomi yang terjadi dalam perekonomian sistem kapitalis dan sosialis. Tahun 1992 adalah tonggak berdirinya perkembangan ekonomi Islam di Indonesia secara riil dengan adanya Bank Muamalat Indonesia. Dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia, membuka peluang bagi Lembaga Keuangan Syariah (LKS) baik bank maupun non bank. Salah satunya adalah Baitul Maal wa Tamwil (BMT) yang berorientasi pada masyarakat menengah ke bawah untuk pengembangan usaha, penyimpanan dan penyaluran dana (Sudarsono, 2008).

Adanya perkembangan ekonomi Islam yang marak kembali, berkembang pula lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip ekonomi islam. Lembaga keuangan islam terdiri dari perbankan (yang terdiri dari bank umum syari'ah dan bank perkreditan syari'ah) dan lembaga keuangan non-bank yang salah satunya bersifat mikro yaitu Baitul Maal wa Tamwil (Sudarsono, 2008). Baitul Maal wa Tamwil adalah bentuk koperasi yang berlandaskan prinsip islam atau syari'ah. Baitul Maal wa Tamwil mempunyai fungsi untuk memberdayakan ekonomi umat dan memiliki fungsi sosial. Masyarakat saat ini dihadapkan dengan lembaga

keuangan ini, terutama masyarakat menengah kebawah. Mereka lebih melirik untuk menggunakan jasa pada koperasi, baik koperasi biasa maupun koperasi syari'ah seperti Baitul Maal wa Tamwil.

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) adalah balai usaha yang berisikan baitul maal dan baitut tamwil dengan mengembangkan usaha yang produktif dan meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi kecil dan menengah, selain itu untuk menabung dan menjunjung perekonomian lainnya. Baitul Maal adalah menerima titipan BAZ/LAZ dan zakat, infaq dan shodaqoh, dan menjalankan sesuai amanah dari penitip, serta sebagai institusi yang bergeak pada bidang investasi. Sedangkan baitul tamwil adalah penghimpunan dana dari masyarakat (anggota BMT) yang mempercayakan dananya disimpan di BMT dan menyalurkan pada masyarakat (anggota BMT) yang diberikan pinjaman oleh BMT (Soemitra, 2009). Adapun produk yang dimiliki oleh BMT berupa pendanaan dan penyaluran dana (pembiayaan), serta berkembang pada pelayanan jasa. Pendanaan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh Bank untuk mendapatkan dana baik berasal dari pihak pemilik, internal bank, dan dari masyarakat dalam bentuk dana pihak ketiga. Sedangkan pembiayaan merupakan kegiatan bank dalam memanfaatkan dan menyalurkan dana masyarakat yang telah terkumpul dalam sektor-sektor yang diperbolehkan. Adanya pelayanan jasa bertujuan untuk mempermudah para nasabah dalam melakukan transaksi keuangan sesuai dengan kebutuhan yang di inginkan.

Wonosari adalah salah satu kecamatan yang berada di kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pendapatan utama di daerah Wonosari berasal dari sektor pariwisata dan pertanian. Meskipun demikian, kondisi kesejahteraan masyarakat belum tertunjang, hal tersebut dapat dikarenakan masyarakat Wonosari belum cukup pengetahuan dan cukup permodalan dalam membantu meningkatkan kualitas dan produktivitas usaha masyarakat. Untuk menjawab permasalahan tersebut, beberapa kelompok masyarakat berinisiatif untuk mendirikan koperasi dan lembaga keuangan, salah satunya adalah BMT.

BMT UMMAT merupakan salah satu Baitul Maal wa Tamlil yang berada di Wonosari, Gunungkidul. Berdirinya BMT UMMAT Wonosari didasari oleh kepedulian terhadap kaum Dhuafa dan kegelisahan atas kondisi dakwah islam yang pada saat itu belum sepenuhnya menyentuh kebutuhan umat, serta keinginan kuat untuk menegakkan dan menebarkan ekonomi syariah. Dikalangan Jamaah Masjid Al Muqorrobin Wonosari pada khususnya dan masyarakat kota Wonosari yang menginspirasi berdirinya KSPP Syariah BMT UMMAT. BMT UMMAT memiliki tujuan utama untuk mengoptimalkan sumber daya masyarakat dan bidang usaha dan permodalan, serta meningkatkan kesejahteraan taraf hidup masyarakat melalui skim kredit usaha yang murah, mudah, dan terjangkau (KSPPS BMT UMMAT, 2018). Konsep ini sesuai dengan Al-Qur'an surah At Taubah ayat 103, yang berbunyi:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ
سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

”Ambillah zakat dari sebagian harta mereka dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendo’alah untuk mereka. Sesungguhnya do’a kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”

Maksud dari ayat tersebut adalah himbauan kepada masyarakat muslim untuk bergotong royong dan saling membantu sesama lewat harta dengan berzakat. Dalam ekonomi islam dijelaskan bahwa zakat mampu mendistribsikan pendapatan atau dengan kata lain dapat meratakan kesejahteraan umat beragama. Melalui BMT atau koperasi syariah ini diharapkan dapat menanggulangi kesenjangan ekonomi dan sosial masyarakat yang ada di era Globalisasi ini.

Tabel 1. 1
Perkembangan Anggota KSPPS BMT UMMAT

No	Tahun	Jumlah anggota
1	2014	1978
2	2015	2385
3	2016	2012
4	2017	2478
5	2018	5116

Sumber: RAT KSPPS BMT UMMAT, 2018

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun pertumbuhan anggota BMT cenderung meningkat meskipun pada tahun 2012 sempat mengalami penurunan, namun pada tahun 2017 meningkat kembali melebihi jumlah anggota pada tahun 2015, peningkatan tersebut didorong oleh kepercayaan masyarakat terhadap BMT UMMAT. Tercatat pada tahun 2014 anggota BMT UMMAT berjumlah 1978. Selanjutnya di tahun

2015 anggota BMT bertambah menjadi 2385. Namun, pada tahun 2016 jumlah anggota mengalami penurunan dengan jumlah 2012 anggota. Tahun 2017 jumlah anggota BMT UMMAT mengalami peningkatan sebanyak 2478 anggota, begitu juga dengan tahun 2018 pertumbuhan anggota BMT UMMAT semakin pesat menjadi 5116 anggota. Peningkatan anggota ini disebabkan oleh bertambahnya kantor cabang BMT UMMAT disekitar daerah Wonosari.

Meskipun perkembangan anggota di BMT UMMAT dapat dikatakan cukup baik karena mengalami peningkatan, maka terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi individu untuk menjadi anggota BMT UMMAT. Seiring dengan perkembangan lembaga keuangan syariah, sehingga semakin banyak pula persaingan yang ketat dengan berbagai strategi untuk menarik masyarakat menjadi anggota BMT. Dengan begitu, maka akan banyak anggota yang nantinya dapat dipertahankan dan mengembangkan lembaga keuangan syariah khususnya BMT.

Untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat dan mampu mempengaruhi setiap tahapan proses pengambilan keputusan yang berlangsung, karena pengambilan keputusan adalah aktivitas penting dalam perilaku konsumen. Adapun yang dimaksud dengan pengambilan keputusan (*consumer decision making*) adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan dalam mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Peter & Olsen, 2014). Setelah adanya pengenalan kebutuhan oleh konsumen,

diikuti dengan pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan evaluasi setelah membeli. Proses tersebut yang disebut dengan pengambilan keputusan oleh seseorang untuk membeli sesuatu (Suryani, 2007).

Penelitian yang dilakukan oleh Kustiningsih (2014) dan Sari (2015) menyatakan bahwa promosi adalah variabel yang paling mendominasi dalam penelitiannya. Hal tersebut dikarenakan promosi yang besar-besaran dilakukan oleh bank sehingga menarik hati para calon nasabah ataupun anggota dengan mendirikan spanduk di jalanan besar dan penyebaran brosur menggunakan desain menarik ditambah tampilan testimoni dari anggota ataupun nasabah sebelumnya. Makmun (2015) melakukan penelitian mengenai bagi hasil atau profitabilitas, aksesibilitas, dan pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih BMT Gresik. BMT selalu memberi reward kepada karyawan agar dalam memberikan pelayanan dan memotivasi dalam bekerja lebih baik lagi, sedangkan untuk para anggota BMT diberi insentif dan pemahaman tentang bagi hasil agar anggota meningkatkan kualitas dalam bertransaksi untuk mendapatkan pendapatan sesuai kinerjanya.

Sedangkan penelitian (Gampu dkk, 2015) yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. Mayoritas nasabah adalah PNS, maka bank memberi perhatian yang lebih kepada para nasabahnya dengan memperhatikan manajemen pemasaran yang lebih

dijangkau masyarakat lain dan memperhatikan masalah psikologis dengan cara melayani kebutuhan setiap nasabah tersebut. Penelitian yang dilakukan Siregar (2018) mengenai pengaruh promosi dan produk terhadap keputusan untuk menjadi nasabah tabungan marhamah pada PT. Bank Sumut cabang Padangsidipuan. Bank dapat menawarkan produknya dengan strategi yang lebih baik dan memperluas jangkauan media promosi yang dilakukan untuk menarik calon nasabah.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji lebih lanjut seberapa besar faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, pelayanan, motivasi, profitabilitas, aksesibilitas, dan kualitas produk terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT. Maka penulis melakukan penelitian dengan judul:

“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Untuk Menjadi Anggota BMT UMMAT”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT?
3. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT?
5. Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT?

C. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT.
2. Untuk mengetahui apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT.
3. Untuk mengetahui apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT.

4. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT.
5. Untuk mengetahui apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT.
6. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan untuk menjadi anggota BMT UMMAT.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk meningkatkan kualitas kinerja dan kuantitas kinerja untuk masa sekarang dan masa yang akan datang. Serta diharapkan dapat membantu perbaikan atas kekurangan yang masih ada dan menjaga yang sudah baik.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang lembaga keuangan khususnya BMT.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan wawasan pengetahuan khususnya tentang lembaga keuangan BMT yang di uji langsung dengan berbagai uji data.