

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat. Pemerintah mengeluarkan UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan Syariah, yang menjadi tonggak awal beroperasi bank syariah di Indonesia. Masyarakat mulai mengenal dengan apa yang disebut bank syariah, yang diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI). BMI ini merupakan pelopor berdirinya perbankan yang berlandaskan sistem syariah di Indonesia. Kini bank syariah yang tadinya diragukan akan sistem operasionalnya telah menunjukkan kemajuan, sehingga perbankan dengan prinsip syariah ini menjadi salah satu alternatif sumber pembiayaan bagi nasabah yang akan mengajukan pembiayaan.

Banyak berdirinya perbankan syariah di Indonesia, tidak dipungkiri juga karena masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah muslim. Oleh karenanya, potensi pasar perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dan signifikan. Semakin berkembangnya lembaga keuangan berbasis syariah juga telah mampu memberikan bantuan kepada pemerintah terutama sektor permodalan dalam menghidupkan kembali nilai investasinya yang disertai dengan perolehan modal dari perbankan yang cukup mudah. Hal tersebut mendorong sejumlah kelompok masyarakat mendirikan lembaga keuangan alternatif yang

berbasis mikro, walaupun mikro lembaga keuangan ini mampu menghidupkan kembali sendi-sendi ekonomi keuangan perseorangan maupun kelompok.

Perkembangan dari perbankan syariah juga berpengaruh pada sektor perkoperasian atau lembaga keuangan mikro. Lembaga Keuangan Mikro selanjutnya disingkat LKM adalah lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa peng₁ gan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelola simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan.¹

Tidak hanya LKM yang berbasis konvensional, dalam syariah juga dikenal dengan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS). Salah satu LKMS yang telah banyak dikenal adalah BTM (Baitul Tamwil Muhammadiyah). BTM atau usaha mandiri terpadu adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat. BTM merupakan sebuah lembaga keuangan non bank yang berbentuk koperasi berbasis syariah. BTM ini berusaha memberikan bantuan dana kepada pedagang maupun usaha mikro yang masih mengalami kesulitan untuk mendapatkan kredit dari bank. Walaupun dana yang

¹ Undang-undang Lembaga Keuangan Mikro (UU No. 1 Tahun 2013), (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hal. 3

dipinjamkan masih berskala kecil, cukup membantu karena pembayarannya bisa diangsur tanpa memberatkan nasabah. Keberadaan BTM ini mampu berkontribusi sebagai salah satu peranan lembaga pembiayaan untuk usaha mikro melalui pinjaman tanpa menggunakan bunga atau riba, sehingga masyarakat kecil dapat meningkatkan usahanya dalam berbagai bidang tanpa takut dengan bunga yang tinggi.

Di skala Tulungagung Lembaga Keuangan Mikro Syariah juga telah mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal ini terbukti dari data statistik yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik Tulungagung sebagai berikut:

Tabel 1.1
Perkembangan BMT di Tulungagung
Periode tahun 2010-2015²

Tahun	Jumlah	Anggota	Modal sendiri (000 Rp)	Modal luar (000 Rp)	Volume usaha (000 Rp)	SHU (000 Rp)
2010	36	6.888	5.958.598	38.500.207	33.926.684	1.173.066
2011	38	6.301	10.395.436	44.669.746	16.499.606	1.203.438
2012	41	6.413	12.008.641	68.863.893	30.931.465	1.035.046
2013	42	6.506	17.924.597	76.500.279	32.429.650	1.185.437
2014	42	6.255	18.182.050	66.101.608	41.150.030	10.154.860
2015	43	6.315	20.031.114	69.200.158	45.230.158	11.123.760

Sumber : Badan Pusat Statistik Tulungagung, tentang perkembangan BMT di Tulungagung, tahun 2010-2015.

² Publikasi Badan Pusat Statistik Tulungagung, "Tulungagung dalam Angka", tahun 2010-2015

Dari data BPS Tulungagung pada tahun 2010 sampai 2015 tersebut, menunjukkan bahwa BMT di Tulungagung mengalami perkembangan yang cukup baik. Hal ini terlihat dari jumlah, anggota, modal sendiri, modal luar, volume usaha, modal luar dan SHU BMT yang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Walaupun untuk anggota dan modal luar BMT mengalami fluktuasi yang cukup tajam. Sampai pada data terakhir tahun 2014, tercatat bahwa terdapat 42 BMT di Tulungagung yang memiliki 6.255 anggota, dengan modal sendiri 18.182.050, modal luar 66.101.608, volume usaha 41.150.030 dan SHU 10.154.860. Lembaga keuangan syariah non bank akan semakin tinggi lagi pertumbuhannya apabila masyarakat mempunyai permintaan dan antusias yang tinggi terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan pihak lembaga.

Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Madinah Tulungagung yang bertempat di Jalan KH.Wachid Hasyim No.48 Tulungagung adalah salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang mengalami perkembangan dan dapat menyelenggarakan pembiayaan untuk usaha masyarakat dengan akad *ijarah muntahiya' bit tamlik* (IMBT). Kebutuhan akan modal membuat pembiayaan ini cukup diminati oleh masyarakat di sekitar BTM ini, sehingga banyak yang tertarik untuk mengajukan pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* (IMBT). Hal ini terbukti pada gambar tabel di bawah ini mengenai perkembangan minat anggota BTM Surya Madinah Tulungagung terhadap pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* (IMBT).

Tabel 1.2

Jumlah Rekening Anggota Pembiayaan BTM Surya Madinah

Per 30 Desember 2015

Jenis Pembiayaan	2013		2014		2015	
	Anggota	Dana Disalurkan	Anggota	Dana Disalurkan	Anggota	Dana Disalurkan
Ijarah Muntahiya' Bit Tamlik(IMBT)	115	215.534.000	213	275.765.542	302	327.234.500
Mudharabah	72	155.320.000	95	95.325.050	125	168.540.500
Musarakah	84	25.250.320	97	56.300.000	115	75.534.500
JUMLAH	271	396.104.320	405	427.390.050	542	541.309.500

Sumber : Data diolah Laporan Keuangan KSPPS BTM Surya Madinah

Dari tabel 1.2 di ketahui bahwa secara garis besar dari tahun 2013 sampai tahun 2015 jumlah rekening anggota pembiayaan mengalami peningkatan. Selain itu dana yang disalurkan dari produk pembiayaan dari tahun 2013 sampai tahun 2015 mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini membuktikan bahwa kinerja penjualan produk pembiayaan di BTM Surya Madinah dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Kebanyakan nasabah BTM Surya Madinah Tulungagung lebih memilih pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* (IMBT) dibandingkan pembiayaan lainnya. Hal tersebut memiliki pengertian bahwa minat anggota terhadap pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* (IMBT) lebih tinggi dari pada produk pembiayaan lainnya yang ditawarkan pihak BTM.

Keputusan konsumen terhadap pembelian suatu produk atau jasa dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu; faktor internal dan faktor eksternal.³

³ Manulang, *Pengantar Bisnis, Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2008), hal.212.

Faktor internal tersebut meliputi informasi, kepribadian, sikap, nilai dan pengetahuan. Salah satu faktor internal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen atau anggota adalah faktor pengetahuan. Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan dapat menimbulkan beberapa efek pada pemakaian kriteria evaluasi oleh konsumen. Konsumen yang berpengetahuan banyak akan memiliki informasi yang disimpan di dalam ingatan mengenai dimensi-dimensi yang berguna untuk membandingkan alternatif-alternatif pilihan. Sedangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian adalah faktor pemasaran dan faktor lingkungan.⁴ Faktor pemasaran tersebut antara *lain product, price, promotion dan place (distribution)*.

Faktor yang juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Setelah konsumen mengamati promosi dari produk yang ditawarkan maka dengan sendirinya konsumen akan mencoba memilih dan membandingkan harga yang ditawarkan produk lain yang sejenis sebelum konsumen tersebut memutuskan untuk membeli produk tersebut. Berkaitan dengan faktor harga dalam penentuan harga produk dalam lembaga keuangan syariah, penentuan margin juga menjadi salah satu hal yang menjadi perhatian

⁴ Ibid...hal.213

nasabah.⁵ Margin adalah keuntungan yang diperoleh atas hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya. Perlakuan yang berbeda dengan bunga bank membuat nasabah memiliki ketertarikan tersendiri. Margin diperoleh melalui akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang berdasarkan prinsip keadilan.

Informasi mengenai produk dapat diperoleh melalui sebuah kegiatan promosi. Konsumen akan tertarik terhadap produk yang ditawarkan apabila perusahaan mampu melakukan promosi yang efektif dan menarik, menciptakan harga yang terjangkau dan kompetitif dibandingkan harga produk yang sejenis. Kualitas produk yang bermutu dan juga kualitas layanan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tujuan dari promosi tersebut adalah untuk menarik para konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan. Setiap perusahaan memiliki teknik-teknik sendiri dalam melakukan kegiatan promosi.

Salah satu bentuk promosi yang dilakukan marketing BTM Surya Madinah Tulungagung adalah *personal selling* dengan sistem jemput bola (*door to door*). *Personal selling* atau penjualan pribadi merupakan interaksi langsung dengan calon pembeli atau kegiatan menawarkan barang atau jasa secara langsung kepada calon pembeli.⁶ Marketing berusaha menemui dan berhadapan muka langsung dengan calon pembeli. Sedangkan sistem jemput bola merupakan strategi dimana penyedia barang atau jasa melakukan secara aktif kegiatan pemasaran dengan menghubungi calon pembeli satu demi satu.

⁵ Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. (Yogyakarta: UII Press, 2000) hal. 20

⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran jilid 2 edisi kesebelas*, (Jakarta: Indeks, 2005), hal 112

Bentuk promosi *personal selling* dengan sistem jemput bola ini masih menjadi andalan utama marketing dalam memasarkan produk BTM Surya Madinah Tulungagung.

Dalam perkembangannya BTM Surya Madinah Tulungagung masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi, salah satunya adalah peningkatan jumlah rekening anggota pembiayaan di BTM Surya Madinah Tulungagung tersebut tidak diikuti dengan pengetahuan anggota terkait jenis-jenis produk pembiayaan dan akad-akad yang digunakan yang sesuai prinsip syariah, maupun mekanisme harga dan keuntungan dari produk tersebut. Karena pada umumnya masyarakat lebih mengetahui sistem dan operasional yang ada di lembaga keuangan konvensional. Penetapan keuntungan di lembaga keuangan syariah yang menggunakan sistem bagi hasil dan margin juga masih belum dipahami secara penuh, oleh nasabah. Masih terdapat anggapan dari nasabah bahwa margin yang ditetapkan sama dengan bunga di lembaga keuangan konvensional. Pengetahuan yang kurang mengenai sistem lembaga keuangan syariah ini lah yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam memilih produk maupun jasa yang ditawarkan lembaga keuangan tersebut.

Untuk menghadapi permasalahan tersebut perusahaan harus mampu memperkenalkan apa itu lembaga keuangan syariah dan juga produk-produknya serta akad-akad yang sesuai dengan syari'ah. BTM Surya Madinah Tulungagung selain tetap mempertahankan nasabah atau anggota yang telah ada, juga harus mampu mencari nasabah atau anggota baru guna

meningkatkan kinerja mereka demi perkembangan perusahaan pada masa yang akan datang. Maka perlu diadakan promosi yang optimal, yang dapat memperkenalkan produk-produk syari'ah yang ditawarkan dan juga pengoperasionalannya tersebut. Sehingga para calon nasabah percaya kepada BTM Surya Madinah Tulungagung dan akhirnya tertarik untuk memilih produk maupun jasa yang ditawarkan BTM Surya Madinah Tulungagung. Selain mencari anggota baru, BTM Surya Madinah Tulungagung juga dituntut untuk menjaga hubungan baik dengan harmonis dan dinamis kepada para nasabahnya melalui pelayanan dan promosi yang efektif, karena apabila hal tersebut tidak dilakukan dengan baik maka bukan tidak mungkin nasabah atau anggota tersebut akan lari dan lebih memilih lembaga keuangan yang lain.

Dari uraian di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Anggota, Tingkat margin dan Promosi terhadap Keputusan Anggota Memilih Pembiayaan *Ijarah Muntahiya' Bit Tamlik* di BTM Surya Madinah Tulungagung”**.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

Pengetahuan anggota : dalam hal ini peneliti akan melihat tentang sejauh mana pengetahuan anggota terhadap produk pembiayaan *Ijarah Muntahiya' Bit Tamlik* (IMBT) sehingga mengambil keputusan untuk mengajukan pembiayaan.

Tingkat margin : dalam hal ini peneliti akan melihat berapa prosentase margin yang di berikan pihak Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) kepada anggota sehingga anggota tertarik untuk mengajukan pembiayaan.

Promosi : dalam hal ini peneliti akan melihat sejauh mana promosi yang dilakukan pihak BTM sehingga dapat menarik anggota untuk melakukan pembiayaan.

Pengambilan keputusan : dalam hal ini peneliti akan melihat seberapa besar pengaruh pengetahuan anggota, tingkat margin dan promosi terhadap keputusan pembiayaan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh pengetahuan anggota terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* di BTM Surya Madinah Tulungagung?
2. Adakah pengaruh tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* di BTM Surya Madinah Tulungagung?
3. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* di BTM Surya Madinah Tulungagung?

4. Adakah pengaruh secara bersama-sama pengetahuan anggota, tingkat margin dan promosi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* di BTM Surya Madinah Tulungagung ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji ada tidaknya pengaruh pengetahuan anggota terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* di BTM Surya Madinah Tulungagung.
2. Untuk menguji ada tidaknya pengaruh tingkat margin terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* di BTM Surya Madinah Tulungagung.
3. Untuk menguji ada tidaknya pengaruh promosi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* di BTM Surya Madinah Tulungagung.
4. Untuk menguji ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama pengetahuan anggota, tingkat margin dan promosi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* di BTM Surya Madinah Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Manfaat Teoretis :

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengembangan ilmu khususnya mengenai pengetahuan anggota, tingkat margin dan promosi terhadap keputusan untuk memilih produk pembiayaan di lembaga keuangan syariah.

2) Manfaat Praktis :

a. Bagi lembaga:

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada lembaga BTM Surya Madinah Tulungagung agar lembaga mengetahui pengetahuan nasabah terhadap produk pembiayaan, tingkat margin dan promosi terhadap keputusan untuk memilih produk pembiayaan lembaga keuangan syariah. Selain itu dapat memberikan kontribusi kepada BTM Surya Madinah Tulungagung dalam meningkatkan jumlah nasabah.

b. Bagi peneliti selanjutnya:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang lembaga keuangan syariah khususnya mengenai pengaruh produk pembiayaan, bagi hasil dan promosi sehingga nantinya dapat melakukan pengkajian lebih mendalam dengan cara mengkaji pengaruh lain selain yang dalam penelitian ini.

c. Bagi anggota dan masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi anggota dan masyarakat dalam mengambil

keputusan pembiayaan di lembaga keuangan syariah terutama produk pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* (IMBT), khususnya pada BTM Surya Madinah Tulungagung.

F. Batasan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pengaruh pengetahuan anggota, tingkat margin dan promosi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* (IMBT) di BTM Surya Madinah Tulungagung. Sedangkan penelitian ini bertempat di BTM Surya Madinah Tulungagung. Dan studi kasus berfokus pada nasabah pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* (IMBT) di BTM Surya Madinah Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

Dalam karya ilmiah ini peneliti perlu untuk memberi penegasan istilah dari judul yang peneliti angkat dengan tujuan agar tidak terjadi kerancuan atau ketidaksamaan pemahaman dalam membaca proposal penelitian ini, yaitu:

a) Secara konseptual :

1) Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui⁷

Dalam hal ini pengetahuan anggota adalah semua informasi yang dimiliki oleh anggota mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa

⁷ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga.Cet.3.*(Jakarta: Balai Pustaka)2005, Hal 1121

tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai anggota atau nasabah.⁸

2) Margin adalah laba bersih⁹

Margin adalah keuntungan yang diperoleh koperasi atas hasil transaksi penjualan dengan pihak pembelinya”.¹⁰

3) Promosi adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan pameran, periklanan, dan usaha lain yang bersifat peersuasif.¹¹

4) Keputusan adalah segala putusan yang telah ditetapkan(sesudah dipertimbangkan, dipikirkan dan sebagainya).¹²Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.¹³

5) Anggota adalah orang (badan) yang menjadi bagian atau masuk di suatu golongan(perserikatan, dewan,panitia dan sebagainya).¹⁴ Anggota atau dalam hal ini nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa lembaga keuangan¹⁵

b) Secara operasional:

⁸Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*,(Bogor: Ghalia Indonesia,2004),Hal.120

⁹ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga.Cet.3*.(Jakarta: Balai Pustaka)2005,Hal 416

¹⁰ Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, .No: 91/Kep/M.KUKM I/IX/2004, Petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, 2004.

¹¹ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,...hal898

¹² Ibid ,...hal 914

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran jilid 2 edisi kesebelas*,(Jakarta: Indeks, 2005),hal. 98

¹⁴ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,...hal 48

¹⁵ Zainudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*,(Jakarta: Sinar Grafika ,2008)Hal. 152

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh pengetahuan anggota, tingkat margin dan promosi terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan *ijarah muntahiya' bit tamlik* (IMBT) di BTM Surya Madinah Tulungagung.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

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

Bagian awal berisi tentang halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, moto, halaman persembahan, prakarta, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Bagian utama terdiri dari enam bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, dan kegunaan diadakannya penelitian, hipotesis, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori, membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.

BAB III Metodologi Penelitian, yang memuat rancangan penelitian, yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sample dan sampling, kisi-kisi instrument, instrument

penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Pembahasan hasil penelitian. Terdiri dari deskripsi karakteristik data dan uraian tentang hasil pengujian hipotesis.

BAB V Pembahasan yang menjelaskan temuan-temuan peneliti yang telah ditemukan pada hasil penelitian

BAB VI Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

Bagian akhir laporan penelitian ini berisi bahan rujukan, lampiran-lampiran, dan riwayat hidup peneliti.