

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan *Baitul Maal Wat Tamwil* sebagai salah satu perintis lembaga keuangan dengan prinsip syariah di Indonesia. *Maal* yang di ambildari ZIS (zakat, infaq, sedekah) dijadikan pengaman pembiayaan bagi 8 golongan yang berhak menerima zakat (*ashnaf*). Singkatnya, dana ZIS digunakan sebagai dana produktif. Sedangkan *Tamwil*, murni dan hitungannya dan akanya jelas. Kewajiban dan hak-hak nya, yang digunakan secara bisnis murni.

Baitul Maal WaTamwil (BMT) sebagai lembaga keuangan syari'ah yang berfungsi menghimpun dana menyalurkan dana kepada anggotanya dan biasanya beroperasi dalam sekalamikro.¹

Kemunculan lembaga Baitulmal wa Tamwil yang melakukan kegiatannya berdasar prinsip - prinsip syariah dirasakan betul bagi umat dapat memenuhi kebutuhan, tidak hanya sistem yang syariah namun juga fungsi sosial dan ekonomi. Oleh karna itu mulai bermunculan lembaga-lembaga keuangan mikro gnerik yang bernama BMT yang bnyak dimotorimoleh aktivitas jema'ah masjid atau dari organisasi kemasyarakatan seperti Muhamadyah, Nahdhatul Ulama, Persis, dan sebagainya.

Sampai dengan tahun 1993 kegiatn oprasional BMT di indonesia masih beragam baik dari sisi produk, akad, maupun sistem oprasinya. Situasi ekonomi

¹Yayan, Rizal, DKK.2012. "AkuntansiPerbananSyariahTeoridanPraktikKontenporer", hal. 22

yang krisis pada tahun 1991, melatar belakangi kebijakan pemerintah yang dikenal dengan “*Thig money policy*” yang disusul dengan kebijakan dengan mempermudah pendirian perbakan.²

Masa menjamur dan berkembangnya BMT ini, semakin mengubah dan memberikan keyakinan umat bahwa BMT adalah lembaga yang tepat untuk menjawab masalah-masalah ekonomi umat. Beberapa BMT tumbuh kesadarannya untuk memperkuat barisan lembaga syariah yang dituntut untuk profesional. Dari beberapa BMT yang tergabung dalam komunitasnya membentuk semacam lembaga *Apex* sebagai payung BMT. Diawali dengan dompet dhuafa REPUBLIKA, ICMI, INKOPSYA, P3UK adalah lembaga-lembaga yang menempatkan diri sebagai *Apex* yang mewadahi BMT-BMT di bawah jejaringnya.

Dengan dukungan lembaga *Apex* ini pula muncul kesadaran kritis para civitas BMT untuk memperkuat BMT dan mengantisipasi “*risk pridicion*” (perkiraan resiko) yang dapat terjadi sebagai lembaga keuangan umum dengan mendirikan bisni unit yang diharapkan dapat berperan tidak hanya dalam rangka mengoptimalisasikan perolehan keuangan BMT saja.³

Struktur baitul mal terdiri dari dua bagian yaitu 1). Bagian pemasukan; dan 2).Bagian pengeluaran. Harta yang masuk keBaitul Mal ada tiga jenis, yaitu; 1). Harta yang termasuk milik Negara; 2).Harta yang termasuk kepemilikan umum; dan 3). Harta zakat. Masing-masing harta itu tidak boleh tercampur karena syariah telah menentukan pembelanjaan nya masing-masing. Bagi pemasukan dibagi

²Widyanto Bin Mislan cokrohadisumorto,Abdul ghafar ismail, dan kartono adi winowo”*BMT Praktik & Khusus*”Hal.5

³*Ibid*

dengan sesuai jenis harta tersebut. Dengan demikian, bagian ini terdiri atas tiga direktorat, yaitu 1). Direktorat harta milik Negara 2). Direktorat harta milik umum 3). Direktorat zakat. Masing-masing direktorat ini masih dibagi lagi kedalam beberapa biro sesuai dengan kategori harta.⁴

Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan Islam. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat yang tidak terjangkau oleh pelayanan Bank Islam atau BPR Islam. Prinsip operasinya didasarkan atas prinsip bagi hasil, jual beli (*ijarah*), dan titipan (*wadiah*). Karenaitu, meskipun dengan bank Islam, bahkan boleh dijadikan menjadi cikal bakal bank Islam, BMT memiliki pangsa pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang tidak terjangkau layanan perbankan serta pelaku usaha kecil yang mengalami hambatan “psikologis” bila berhubungan dengan pihak bank.⁵

BMT Insan Mulia merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang berbasis syariah. Dalam aplikasinya BMT sangat berperan bagi masyarakat yang ekonominya menengah kebawah, BMT juga dalam mengelola dana berdasarkan dengan prinsip syariah di mana, tidak seperti lembaga keuangan konvensional yang memberatkan nasabah.

Mengenai kerja sama yang dilakukan oleh pihak BMT pada lembaga sangat terjalin dengan baik, hal ini yang membuat produk-produk tabungan yang

⁴Nurul Huda, Purnama Putra, Novarini, Yosi Mardoni. *Baitulmaal watamwil*, hal. 23

⁵⁵Nurul Huda, Mohamad Heykal. *Lembaga Keuangan Islam* hal.363

ada di BMT Insan mulia ini mengalami proses yang sangat baik dalam membantu masyarakat yang khususnya ekonomi menengah kebawah.

Di Palembang khususnya keberadaan BMT sudah cukup menjamur dan berkembang, salah satunya yaitu BMT insan mulia palembang yang terletak di jl. Mata Merah Rt.25 Rw.013 Ruko 14 kel. Sei selayur kec. Kalidoni Palembang.

BMT Insan Mulia berdiri sejak tahun 2010 telah memiliki beberapa produk tabungan yang ditawarkan seperti tabungan berkah (tabah), tabungan idul fitri (taduri), tabungan pendidikan atau tabungan pintar, tabungan qurban, tabungan berjangka, tabungan arisan dan tabungan walimah.

Pada BMT Insan Milia Palembang terdiri produk tabungan, dimana prpduk tabungan ini mulai beroperasi pada tahun 2012. Adanya produk tabungan ini dapat membantu masyarakat dalam mempersiapkan modal untuk membuka usaha dimasa yang akan datang. Produk tabungan ini merupakan salah satu produk tabungan yang sangat menguntungkan dimasa yang akandatang jika suatu saat membutuhkan dana yang tidak terduga. Program yang di berikan oleh BMT Insan Mulia Palembang ini sangat berguna bagi para calon UMKM yang baru akan membuka usaha.

Mengenai prosedur dalam tahap awal pembukaan tabungan sangat mudah, dan untuk pengelolaan dana pada tabunganpun dikelola dengan akad yang jelas dan terperinci. Penjelasan mengenai tabungan kepada nasabahpun sangat detail sehingga nasabah lebih tertarik untuk menabung dan memikirkan betapa pentingnya menyiapkan dana untuk dimasa depan.⁶

⁶Hasil dari dokumen BMT Insan Mulia palembang, 10 Mei 2019: 14.00

Dimana dapat dilihat perkembangan grafik keadaan nasabah menabung di BMT Insan Mulia menurut jumlah nasabah yang tabungan dari tahun 2017-2019 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Keadaan perkembangan nasabah tabungan di BMT Insan Mulia Cab.Mata Merah Palembang Menurut Jumlah

Tahun	Jumlah (Orang)
2017	272
2018	285
2019	480

Sumber: Hasil Dari Dokumen BMT Insan Mulia Cab. Mata merah Palembang, 14-05-2019:13.30

Dari data diatas dapat dilihat dari jumlah nasabah yang menabung di BMT Insan Mulia Cab. Mata Merah pada tahun 2017 sebanyak 272 nasabah, tahun 2018 sebanyak 285 nasabah, dan tahun 2019 sebanyak 480 nasabah. Tentu saja sudah bisa kita simpulkan bahwa setiap tahun BMT Insan mulia mengalami kemajuan terutama pada saat tahun 2018 dan 2019 minat nasabah dalam menabung di BMT Insan mulia ini mengalami kemajuan yang sangat pesat.

Untuk menjalankan usaha diperlukan tempat usaha yang dikenal dengan lokasi. Lokasi ini baik bagi segala tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen (nasabah/pelanggan, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan)

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya.konsumen dapat melihat langsung barang yang dijual baik jenis, jumlah maupun harganya. Dengan

demikian, konsumen dapat lebih mudah memilih dan berinteraksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.

Sebagai tempat produksi, lokasi digunakan untuk tempat memproduksi atau menghasilkan produk baik barang atau jasa. Lokasi ini kita kenal dengan nama pabrik dalam lokasi ini aktivitasnya jelas, mulai dari proses kedatangan bahan baku, pengolahan sampai dengan pengiriman kekonsumen atau ke gudang.

Sebagai tempat mengendalikan aktivitas perusahaan, lokasi juga berfungsi sebagai tempat pertemuan antar berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Lokasi ini kita kenal dengan nama kantor pusat.

Beragam lokasi dapat dimiliki perusahaan disesuaikan pula dengan kebutuhan perusahaan. Pendirian suatu lokasi harus memikirkan nilai pentingnya karena akan menimbulkan biaya bagi perusahaan. Penentuan lokasi juga harus tepat sasaran karena lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan, baik bagi segi finansial maupun nonfinansial.

Disamping lokasi perusahaan, perlu juga dipikirkan tata letak sebagai tempat melakukan kegiatan usaha. Tata letak ini dikenal dengan layout, hal yang harus dilakukan ini adalah tahap gedung, baik pabrik, atau gedung ataupun yang lainnya. Penentuan layout juga perlu dilakukan dengan cermat dengan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti keamanan, kenyamanan, keindahan, efisien, biaya, fleksibilitas, dan pertimbangan lainnya.

Penentuan lokasi harus dilakukan dengan pertimbangan dengan matang. Kesalahan dengan menentukan lokasi akan bersifat fatal bagi suatu usaha.

Kerugian yang diderita perusahaan sangatlah besar. Oleh karena itu, prioritas untuk menentukan lokasi sebelum ditetapkan perlu dianalisis dengan baik.⁷

Selain itu faktor yang mempengaruhi seorang nasabah untuk menabung itu lokasi. Lokasi perbankan adalah suatu jaringan (*net-working*) dimana nasabah mampu memanfaatkan produk dan jasa perbankan. Sehingga, lokasi bank dapat diartikan sebagai strategi dari perbankan untuk menarik minat nasabah dalam berhubungan dengan bank tersebut. Dalam menentukan lokasi kantor cabang, bank harus mempertimbangkan dari berbagai aspek agar tidak merugikan nasabah dan perbankan itu sendiri. Sedangkan pertimbangan lokasi harus sesuai dengan keperluan perusahaan, yaitu untuk kepentingan kantor pusat, pabrik, gudang, dan cabang. Kasmir menjelaskan, terdapat dua faktor untuk menentukan lokasi suatu cabang, yaitu faktor primer dan sekunder. Faktor primer antara lain berupa kedekatan bank dengan pasar dan bahan baku, kecukupan dan tersedianya tenaga kerja, kemudahan untuk memperoleh transportasi, tersedianya listrik dan air, serta sikap atau perilaku masyarakat sekitar. Sementara faktor sekunder diantaranya adalah biaya untuk berinvestasi, prospek perbankan kedepannya, perluasan pada lokasi bank di masa mendatang, serta adanya fasilitas seperti perumahan ataupun perbelanjaan.⁸

Namun demikian dalam pengamatan penulis dan nasabah yang ada di sekitaran mata merah, ada beberapa permasalahan dalam lokasi yaitu karena terletak di pinggir jalan yang suaranya sangat mengganggu nasabah pada saat

⁷Kasmir "Kewirausahaan" Hal.144

⁸Chindy Audian Putri basutami "pengaruh pelayanan, lokasi, pengetahuan, dan sosial terhadap keputusan menabung di ponorogo"

mengunjungi kantor BMT dan juga lokasinya jauh dari pasar sehingga minimnya pengetahuan dari masyarakat tentang keberadaan BMT Insan Mulia ini.⁹

Berdasarkan kajian teoritis dan hasil penelitian terdahulu ternyata pengaruh lokasi terhadap minat menabung mengindikasikan adanya *research gap* independen yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
***Research gap* lokasi terhadap minat menabung**

NO	Judul	Hasil	peneliti
1.	Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung di BMT sumber mulia tuntang	Lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah menabung	Lupiyoadi (2001)
2.	Pengaruh pelayanan, lokasi, dan loyalitas karyawan terhadap minat nasabah menabung di BRI pekan baru	Lokasi berpengaruh negatif terhadap minat nasabah menabung	Ma'ruf (2005)
3.	Pengaruh lokasi dan sosial terhadap minat nasabah menabung di koperasi penyimpanan kudus	Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung	Adi alamsyah (2007)

(dikumpulkan dari bergai penelitian)

Variabel pada penelitian Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah menabung. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan baik melalui kajian pustaka telah diperoleh bukti bawah lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung.¹⁰

⁹Hasil wawancara beesama Rian teller BMT Insan Mulia Cab. Mata merah, 14-05-2019:13.30

¹⁰Rizqa ramadhaning tyas dan Ari stiawan ” Pengaru lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung di BMT Sumber mulia tuntang” (2012)

Ma'ruf membuktikan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah menabung. Hal ini berarti disetiap penempatan lokasi hanya berpengaruh kecil terhadap keinginan nasabah menabung.¹¹

Sedangkan menurut Adi Alamsyah menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keinginan nasabah untuk menabung. Hal ini dibuktikan dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan.¹²

Selain dari itu pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan/hubungan yang kuat dengan bank. Dalam jangka panjang, memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Pelayanan nasabah menjadi penting bagi bank dalam upaya memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga nasabah tetap percaya pada bank dan meminimumkan nasabah pindah ke bank lain. Pelayanan bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang nasabah sehingga bank harus merumuskan pelayanan bermutu melalui sudut pandang nasabah tersebut. Begitu juga dengan kehadiran beragam layanan perbankan di Indonesia yang berlomba – lomba memberikan pelayanan bermutu bagi setiap nasabahnya. Untuk kemajuan bank maka perlu mencermati permintaan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan, salah satunya

¹¹ Alam inawan “Pengaruh pelayanan, lokasi, dan loyalitas karyawan terhadap minat nasabah menabung di BRI pekan baru”

¹² Diman anggoro “Pengaruh lokasi dan sosial terhadap minat nasabah menabung di koperasi penyimpanan kudus”

yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Nasabah dapat memutuskan terhadap suatu produk atau jasa, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan dapat diukur baik atau tidaknya berdasarkan sudut pandang nasabah bukan berdasarkan penyedia jasa. Meskipun demikian, bukan berarti kualitas pelayanan tidak dapat diukur. Persepsi terhadap kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan ciri dan karakteristik dari suatu produk/jasa dalam memenuhi kebutuhan dan selera pelanggan/nasabah.

Namun demikian dalam pengamatan penulis dan nasabah yang ada di sekitaran mata merah, ada beberapa permasalahan dalam pelayanan yaitu karena tidak menerapkan sistem online maka di setiap penarikan uang tabungan 2-5 juta harus menung lebih dahulu sekitar 1 hari, hal itu yang membuat nasabah harus menunggu jika membutuhkan uang.¹³

Berdasarkan kajian teoritis dan hasil penelitian terdahulu ternyata pengaruh pelayanan terhadap minat menabung mengindikasikan adanya *research gap* independen yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.3
***Research gap* pelayanan terhadap minat menabung**

NO	Judul	Hasil	peneliti
1.	Pengaruh produk kualitas jasa dan promosi terhadap minat nasabah menabung di BPR Semarang	Bahwa kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung di BPR Semarang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan	Sudartik (2009)

¹³ Hasil dari dokumen BMT Insan Mulia Cab. Mata merah, 14-05-2019:13.30

		berpengaruh positif terhadap minat menabung	
2.	Pengaruh produk dan loyalitas pelayanan terhadap minat menabung dan menggunakan jasa pada bank syariah bukopin jakarta	Menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh negatif terhadap minat menabung	Nasution(2010)
3.	Pengaruh lokasi dan sosial terhadap minat nasabah menabung di koprasi penyimpanan kodus	Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung jikalau SDM yang berada di lembaga tersebut tidak memiliki pengalaman yang mumpuni	Nugroho dimansyah (2012)

(dikumpulkan dari bergai penelitian)

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terhadap nasabah berpengaruh terhadap perilaku nasabah karena ketika pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah tidak atau kurang memuaskan maka nasabah akan merasa kecewa dan memungkinkan untuk mencari bank lain yang dapat memenuhi keinginannya. Dengan demikian, persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan merupakan proses nasabah untuk memilih, mengelola dan informasi yang diperoleh tentang pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah dan kemudian akan direspon melalui tindakan. Semakin banyak komplain yang diterima bank menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan bank kurang memuaskan.¹⁴

¹⁴ Ari Cahyadi” *pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah (Studi Kasus pada Bank Sumsel Babel Cabang Tebing Tinggi)*”

Promosi adalah sebuah tehnik untuk menyampaikan informasi mengenai suatu produk kepada konsumen. Selain digunakan untuk meningkatkan penjualan, promosi juga dimanfaatkan untuk mendapatkan suatu produk, meningkatkan nilai dan mengendalikan volume penjualan.¹⁵

Ada beberapa tipe penjualan meliputi pengaruh harga sementara melalui kupon, rambat dan penjualan multipak. Promosi penjualan mencari orang untuk mengambil produk di pengecer dan mencobanya dengan menwarkan potongan harga atau apapun, singkatnya kebanyakan promosi penjualan diorientasikan untuk mengubah perilaku pembelian konsumen dengan segera.¹⁶

Tanpa promosi pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang ampuh untuk menarik dan memper tahankan konsumen. Salah satu tujuan utama promosi diprisahaan ialah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik konsumen yang baru. Promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah pelanggan. Promosi ini dilakukan promosi ini agar pelanggan segera membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Agar pelanggan tertarik untuk membeli, promosi penjualan harus dibuat semenarik mungkin¹⁷

¹⁵sunardi dan Anita Primastiwi,"*Bisnis Pengantar*" Hal.218

¹⁶*Ibid*

¹⁷J. Paul peter dan Jerri C.olson"*prilaku konsumen dan strategi pemasaran*" hal: 200

Promosi adalah kegiatan aktif yang berperan penting dalam memperkenalkan, memberitahu dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen membeli produk yang di promosikan. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang diperlukan agar mencapai keberhasilan dalam penjualan

Selain itu promosi adalah komunikasi dari penjual yang menginformasikan atau membujuk dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu repon. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mengenai promosi yaitu komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong tercapainya penjualan.¹⁸

Promosi (*promotions*) kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kegiatan dan kebutuhannya¹⁹

Namun demikian dalam pengamatan penulis dan nasabah yang ada di sekitaran mata merah, ada beberapa permasalahan dalam promosi yaitu karena kurangnya penyuluhan yang dilakukan oleh pegawai BMT kepada masyarakat sekitaran mata merah Palembang yang membuat calon nasabah baru kurang

¹⁸Lamb, Hair, Mc Daniel “*pemasaran*” (jakarta salemba empat, 2001), Hal.145

¹⁹ Fitroh saiban tono”*PENGARUH PRODUK, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA UNTUK MENABUNG*” (Program studi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Selamat Riyadi Surakarta”

mengenal BMT dan sehingga tidak mengetahui jasa apa saja yang ada di BMT tersebut.²⁰

Berdasarkan kajian teoritis dan hasil penelitian terdahulu ternyata pengaruh promosi terhadap minat menabung mengindikasikan adanya *research gap* independen yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.4
***Research gap* promosi terhadap minat menabung**

NO	Judul	Hasil	peneliti
1.	Pengaruh produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat anggota untuk menabung (Survei kepada anggota KSPPS Bina insan mandiri cabang jeruk sawit karanganyar)	Menyatakan bahwa promosi berpengaruh negatif terhadap minata nasabah menabung	Ali bustomi (2009)
2.	Pengaruh produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat anggota untuk menabung (Survei kepada anggota KSPPS Bina insan mandiri cabang jeruk sawit karanganyar)	Menyatakan bahwa peelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung	Mandasari (2015)
3.	Pengaruh peiklanan, kualitas layanan, jaminan rasa aman, dan hubungan masyarakat terhadap minat menabung pada nasabah BMT AL IKWAN KANTOR CABANG CONDONG CATUR	Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung jikalau SDM yang berada di lembaga tersebut tidak memiliki pengalaman yang mumpuni	Deni alam dimanto (2017)

(dikumpulkan dari bergai penelitian)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan baik melalui kajian pustaka telah diperoleh bukti bawah lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung dari variabel pada penelitian Mandasari menyatakan

²⁰Hasil dokumen dari BMT Insan Mulia Cab. Mata merah, 14-05-2019:13.30

bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah menabung dikarenakan menurutnya jika perusahaan melakukan suatu promosi maka perusahaan akan meningkatkan daya jual yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Menurut Ali Bustomi menyatakan bahwa promosi berpengaruh negatif terhadap minat nasabah menabung jika seorang nasabah yang ingin menabung tidak mengetahui jelas bentuk dari lembaga tersebut.²¹

Pengaruh *promotion* terhadap minat konsumen dikemukakan oleh Kolteler dan Keller yaitu konsumen yang terangsang kebutuhannya akan mendorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Yang menjadi perhatian utama pangsa pasar adalah sumber-sumber informasi yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh relatif tiap sumber tersebut terhadap minat pembelian selanjutnya.

Berdasarkan latar belakang di atas serta mengacu pada penelitian sebelumnya, maka masalah yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah pengaruh lokasi, pelayanan, dan promosi terhadap minat nasabah menabung di BMT Insan Mulia Cab. Pasar Yada Mata Merah Palembang. Maka penulis memandang perlu untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung di BMT Insan Mulia Cab. Mata Merah Palembang”**

²¹Yuliati dan Ignatius Soni Kurniawan “*Pengaruh produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat anggota untuk menabung (Survei kepada anggota KSPPS Bina insan mandiri cabang jeruk sawit karanganyar)*” (2016)

B. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah

1. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap minat nasabah menabung di BMT Insan mulia cab. Mata Merah Palembang?
2. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah menabung di BMT Insan Mulia cab. Mata Merah Palembang?
3. Apakah ada pengaruh promosi terhadap minat nasabah menabung di BMT Insan Mulia cab. Mata Merah Palembang?
4. Apakah ada pengaruh lokasi, pelayanan dan promosi terhadap minat nasabah menabung di BMT Insan Mulia Cab. Mata Merah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat nasabah menabung di BMT Insan Mulia cab. Mata Merah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah menabung di BMT Insan Mulia cab. Mata Merah Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah menabung di BMT Insan Mulia cab. Mata Merah Palembang.

4. Untuk mengetahui Apakah ada pengaruh lokasi, pelayanan dan promosi terhadap minat nasabah menabung di BMT Insan Mulia Cab. Mata Merah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkannya seperti :

1. Secara Teoris

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan serta lebih mengerti dan memahami teori-teori yang didapat selama proses perkuliahan yang berhubungan dengan manajemen pemasaran

2. Secara praktis

a. Bagi pengusaha

Penelitian ini menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan serta diharapkan dapat mempertajam daya pikir ilmiah dalam disiplin ilmu yang digeluti.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan serta informasi mengenai pengaruh lokasi, pelayanan, dan promosi terhadap minat nasabah menabung di BMT insan mulia cab. Mata merah Palembang.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan pembelajaran terkait dalam melakukan perluasan dan pendalaman terhadap penelitian mengenai pengaruh lokasi, pelayanan, dan promosi terhadap minat nasabah menabung di BMT insan mulia cab. Mata merah Palembang.

d. Bagi pihak lain

Sebagai sumbangan pihak lain yang membantu dalam mempelajari bidang pemasaran lebih jauh khususnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disajikan untuk memberi gambaran keseluruhan isi penelitian. Adapun sistematika pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari lima bab.

BAB I : Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan pustaka

Berisi tentang penelitian terdahulu lantasan teori-teori yang dukung penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis yang berhubungan dengan pokok

pembahasan dan penelitian terdahulu serta menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisa penelitian ini.

BAB III : Metode penelitian

Berisi tentang variabel penelitian dan definisi oprasional variabel, ruang lingkup penelitian, lokasi penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil dan pembahasan

Berisi deskripsi tentang obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V : Penutup

Berisi tentang kesimpulan dan saran.