

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan merupakan bisnis jasa yang sudah banyak berkembang di Indonesia. Salah satunya adalah Baitul Maal Wat Tanwil Insan Mulia atau BMT IM yang merupakan salah satu bentuk program dibawah Divisi Madrasah Ummat Dompot Sosial Insan Mulia disingkat DSIM. BMT Insan Mulia bergerak dibidang Simpanan dan Pembiayaan, serta memiliki unit-unit usaha yang dikelola oleh BMT Insan Mulia. BMT Insan Mulia dikelola oleh tenaga profesional, berusaha memastikan bahwa dana seluruh anggota/nasabah yang ditabung di BMT Insan Mulia dapat dikelola melalui program-program yang mampu mensinergikan ekonomi mikro dan makro demi tercapainya pemerataan ekonomi di seluruh lapisan masyarakat, dan menjadi salah satu alternatif pilihan masyarakat untuk menabung yang ringan dan tabungannya akan termanfaatkan dengan baik.

BMT Insan Mulia Palembang salah satu dari lembaga koperasi syariah yang berkembang di kota Palembang, dengan lokasi kantor pusat di Jl. Letnan Murod No. 3 Talang Ratu 30151 dan Kantor Cabang Layanan di Jl. Taqwa Mata Merah Pasar Yada Blok. B Kel. Sungai Sei Selincah Kec. Kalidoni Palembang. Total dari nasabah BMT Insan Mulia Palembang pada tahun 2017 sebanyak 1839 dan pada 2018 mencapai 2259 nasabah, ini menunjukkan bahwa jumlah nasabah pada BMT Insan Mulia terus meningkat setiap tahunnya.¹

¹ Dokumen BMT Insan Mulia Palembang.

Beberapa kelebihan dari BMT Insan Mulia yaitu menyediakan pelayanan antar jemput tabungan dimana pihak BMT Insan Mulia akan datang langsung ke tempat nasabah untuk menjemput tabungan dan melayani pencairan atau penarikan tabungan. Dan pada BMT Insan Mulia juga tidak menerapkan sistem bunga atau riba seperti koperasi konvensional lainnya tetapi BMT Insan Mulia menerapkan sistem margin dan bagi hasil bagi nasabah yang mengajukan pembiayaan di BMT Insan Mulia.

Selain BMT Insan Mulia ada beberapa koperasi syariah lainnya di kota Palembang seperti BMT Mitra Khazanah, BMT Surya Barokah, BMT Muawanah, BMT Al-Furqan, BMT Al-Munawwaroh, BMT Tarbiyah, BMT Al-hijrah, BMT As-Siddiqiyah, dan lain-lain. Untuk menjaga agar tidak kalah bersaing dan terus berkembang maka BMT Insan Mulia selalu mengeluarkan dan menawarkan produk-produk yang berkualitas dan terus memberikan pelayanan yang baik dan prima kepada nasabah.

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah sehingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.²

Dalam hal ini, saat akan mengambil keputusan, konsumen atau nasabah akan menggunakan berbagai informasi untuk mengambil keputusan. Oleh karena itu, respon afektif internal dan perilakunya sendiri memuat informasi yang dapat

² Irham Fahmi, "*Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*," (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, Januari 2016).

memengaruhi keputusan mereka. Dalam melakukan proses pembelian konsumen akan melalui model lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Proses keputusan pembelian tersebut juga muncul saat nasabah akan memutuskan untuk menabung di suatu perbankan yang dikehendakinya, hal ini karena mereka juga tidak ingin mendapatkan kerugian dari keputusan yang telah diambilnya.³

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung, seperti penelitian yang dilakukan oleh Anangadipa Abhimantra yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi dari keputusan nasabah adalah pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi dan pelayanan.⁴ Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Yoiz Shofwa menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi dari keputusan nasabah adalah kualitas produk dan religisuitas.⁵ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Aris Sulistyono menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah adalah pengetahuan, religiusitas, promosi dan tingkat pendapatan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah.⁶ Jadi, dapat disimpulkan bahwa yang menjadi faktor utama dari keputusan nasabah adalah pengetahuan, produk dan religiusitas.

³ Cindhy Audina Putribasutami dan R. A. Sista Paramita. “*Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan dan Sosial terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo.*” (Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 3. 2018). hlm. 157.

⁴ Anangadipa Abhimantra, dkk. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah.*” (Vol. 5 Oktober 2013).

⁵ Yoiz Shofwa. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan pada BSM Cabang Purwokerto.*” (Vol.4, No.1. Juni 2016).

⁶ Muhamad Aris Sulistyono. “*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah.*” (2016).

Pengetahuan merupakan suatu ilmu atau pemahaman seseorang yang didapat setelah seseorang tersebut melakukan suatu penelitian terhadap objek tertentu. Definisi yang paling sederhana dari pengetahuan adalah kapasitas untuk melakukan tindakan. Jadi pengetahuan adalah berbagai informasi dan data yang telah kita ketahui kemudian setelah mengetahui tersebut kemudian muncullah berbagai pertanyaan untuk mengevaluasi kemampuan yang telah diperoleh.

Pengetahuan nasabah masih banyak yang kurang mengerti mengenai produk tabungan di BMT dan memiliki pengetahuan yang masih terbatas, tingkat pemahaman nasabah hanya sebatas pada penggunaan sistem bunga pada bank konvensional dan bagi hasil pada bank syariah. Sedangkan arti mendalam tentang perbedaan riba dan nisbah itu sendiri masih belum mengerti.⁷ Selain itu istilah produk BMT seperti mudharabah, musyarakah, ijarah dan murabahah masih ada yang belum mengetahui.

Informasi atau pengetahuan yang lebih tentang BMT sangat diperlukan untuk meningkatkan animo masyarakat terhadap BMT. Seorang nasabah akan menentukan tindakan atau pengambilan keputusan membeli setelah konsumen mempelajari produk, merk dan pelayanan yang dianggap memuaskan.⁸

Produk adalah segala sesuatu yang berupa barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, organisasi, informasi, dan ide yang ditawarkan pasar kepada pelanggan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Menurut Amir

⁷ Wahyuningsih. "Analisis Perilaku Nasabah Dalam Pembiayaan di Bank Syariah Mandiri." (Vol 9, No 1. 2014).

⁸ Ghozali Maski. "Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang." (Journal of Indonesian Applied Economics Vol. 4 No. 1. 2010).

(2005) dalam penelitian-nya bahwa dalam karakteristik lembaga keuangan syariah berbeda dengan lembaga keuangan secara konvensional, dalam lembaga keuangan syariah produk-produknya adalah produk yang ditawarkan sesuai dengan prinsip syariah yang digunakan bukan hanya dipandang dari nama produknya tersebut.⁹

Dalam praktek, sebagian besar lembaga keuangan syariah masih sangat membatasi diri dengan beberapa produk saja yang dianggap aman dan profitable. Dalam upaya menghimpun dana, produk dengan prinsip bagi hasil mudharabah lebih diminati dengan pertimbangan tidak teralau beresiko, mengingat kapasitasnya sebagai mudarib, serta relatif lebih mudah dalam penerapannya. Sedangkan dalam upaya menyalurkannya kembali dalam bentuk pemberian pembiayaan pada nasabah, produk Murabahah lebih dikedepankan dengan alasan produk tersebut mampu memberi jaminan perolehan keuntungan yang memadai berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak pada saat perjanjian dilakukan.

Kesadaran terhadap pentingnya perbaikan produk Murabahah dan memberikan informasi yang jelas serta dapat memenuhi keinginan konsumen atau nasabah merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk-produk lembaga keuangan syariah khususnya Baitul Mal Wal Tamwil (BMT). Dalam konteks keuangan mikro, berdirinya lembaga Baitul Mal wal Tamwil (BMT) merupakan salah satu perwujudan dari sistem keuangan syariah. Lembaga ini

⁹Abdul Haris Romdhoni & Dita Ratnasari, “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah,” (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 2018), hlm. 5.

dikategorikan sebagai lembaga keuangan mikro, karena umumnya melayani masyarakat kecil yang tidak mampu berhubungan dengan lembaga perbankan.¹⁰

Religiusitas adalah suatu tingkat dimana seseorang dapat komitmen atau setia kepada agamanya secara umum sudah diketahui bahwa agama dapat berpengaruh sangat kuat bagi seseorang. Pengaruh tersebut akan terlihat pada identitas atau karakter diri dan nilai seseorang yang akhirnya akan berpengaruh terhadap cara seseorang dalam berkonsumsi. Lembaga keuangan mikro syariah atau BMT yang berlandaskan syariah, maka dalam religiusitas itu harus diwujudkan dalam berbagai sisi ketaatan terhadap agama yang dianut dan diaplikasikan dalam menjalani kehidupan. Agama merupakan suatu sistem dari simbol, keyakinan, nilai, dan perilaku dari seseorang yang terlembagakan, yang berpusat pada pengahyatan terhadap persoalan yang paling maknawi (ultimate meaning) (Djamaludin & Suroso, 2011).

Religiusitas cenderung bersikap apresiatif terhadap nilai-nilai universal agama secara substansi. Maka religiusitas akan melahirkan pilihan-pilihan sikap dan perilaku dalam kehidupan sosial yang berasal dari keyakinan agama yang dianut. Bisa jadi yang membuat sedikitnya masyarakat muslim sekarang ini untuk menjadi nasabah dan memilih lembaga keuangan syariah adalah rendahnya tingkat religiusitas mereka dalam beragama. Seseorang muslim yang memiliki komitmen beragama (religiusitas) yang baik akan menerapkan ajaran agamanya secara totalitas dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas ekonomi

¹⁰ Rian Hidayatulloh, dkk. "Pengaruh Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Menabung. (Vol. 8, No. 2, Juli 2019).

seseorang muslim yang religius akan memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah Islam.¹¹

Berdasarkan faktor-faktor yang telah dijelaskan di atas bahwa pengetahuan, produk dan religiusitas adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan seorang nasabah untuk membeli atau menggunakan produk-produk pada perbankan syariah. Faktor tersebut juga terjadi dalam BMT, Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa at-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. selain itu, BMT juga dapat menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan-peraturan dan amanatnya¹². Menurut Puspayoga, Menteri Koperasi, pertumbuhan BMT di Indonesia saat ini cukup pesat. Berdasarkan data PBMT, terdapat 4.500 BMT yang melayani 3,7 juta orang dengan asset sekitar 16 triliun yang dikelola sekitar 20 ribu orang. Hal ini telah sesuai dengan program Kemenkop dan UKM terkait reformasi total koperasi. BMT merupakan lembaga keuangan non bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan sistem bagi hasil. Dan ini yang membedakan antara lembaga keuangan islam dengan konvensional (Departemen Koperasi : 2016).

¹¹ Imam Ghozali. "Pengaruh Religiositas, Terhadap Komitmen Organisasi, Keterlibatan Kerja, Kepuasan Kerja dan Produktivitas." (Jurnal Bisnis Strategi Vol 9. Juli 2002).

¹² Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwi*, (CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 23.

Tabel 1.1

Research Gap Hasil Penelitian Terdahulu

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Sebagai Variabel Terikat

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah	Terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan terhadap keputusan menggunakan produk simpanan.	Cindhy Audina Putribasutami dan R.A. Sista Paramita (2018)
	Tidak terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan terhadap keputusan menggunakan produk simpanan.	Muhamad Aris Sulistyono (2016)

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber

Dari tabel 1.1 penelitian yang dilakukan oleh Cindhy Audina Putribasutami dan R.A. Sista Paramita¹³ mengatakan bahwa Pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk simpanan, hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Aris Sulistyono¹⁴ yang mengatakan bahwa Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk simpanan.

¹³ Cindhy Audina Putribasutami dan R.A. Sista Paramita (2018)

¹⁴ Muhamad Aris Sulistyono (2016)

Tabel 1.2

Research Gap Hasil Penelitian Terdahulu

Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah Sebagai Variabel Terikat

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah	Terdapat pengaruh signifikan antara produk terhadap keputusan menggunakan produk simpanan.	Robertus Andy Nugroho, Nawazirul Lubis, Apriatni EP (2014)
	Tidak terdapat pengaruh signifikan antara produk terhadap keputusan menggunakan produk simpanan.	Atwal Arifin dan Husnul Khotimah (2014)

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber

Dari tabel 1.2 penelitian yang dilakukan oleh Robertus Andy Nugroho, Nawazirul Lubis, Apriatni EP¹⁵ mengatakan bahwa Produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk simpanan, hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Atwal Arifin dan Husnul Khotimah¹⁶ yang mengatakan bahwa Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk simpanan.

¹⁵ Robertus Andy Nugroho, Nawazirul Lubis, Apriatni EP (2014)

¹⁶ Atwal Arifin dan Husnul Khotimah (2014)

Tabel 1.3

Research Gap Hasil Penelitian Terdahulu

Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Sebagai Variabel Terikat

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah	Terdapat pengaruh signifikan antara religiusitas terhadap keputusan menggunakan produk simpanan.	Sofhian dan Sri Nur Ain Suleman (2017)
	Tidak terdapat pengaruh signifikan antara religiusitas terhadap keputusan menggunakan produk simpanan.	Irham Pakkawaru (2018)

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber

Dari tabel 1.3 penelitian yang dilakukan oleh Sofhian dan Sri Nur Ain Suleman¹⁷ mengatakan bahwa Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk simpanan, hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irham Pakkawaru¹⁸ yang mengatakan bahwa Religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk simpanan.

¹⁷ Sofhian dan Sri Nur Ain Suleman (2017)

¹⁸ Irham Pakkawaru (2018)

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan, Produk, dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah untuk menggunakan Produk Simpanan pada BMT Insan Mulia Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh Pengetahuan nasabah terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan di BMT Insan Mulia Palembang?
2. Bagaimana Pengaruh Produk terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan di BMT Insan Mulia Palembang?
3. Bagaimana Pengaruh Religiusitas terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan di BMT Insan Mulia Palembang?
4. Bagaimana Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Religiusitas terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan di BMT Insan Mulia Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Menurut Perumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh Pengetahuan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan di BMT Insan Mulia Palembang.
2. Untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Produk terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada BMT Insan Mulia Palembang.
3. Untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Religiusitas terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan di BMT Insan Mulia Palembang.

4. Untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Religiusitas terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan di BMT Insan Mulia Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun Penelitian ini memiliki manfaat yaitu:

1. Bagi BMT Insan Mulia

Diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi pihak manajemen BMT Insan Mulia sebagai acuan dalam menjalankan Produk Simpanan dan pembiayaan untuk kedepannya sehingga dapat meningkatkan UMKM.

2. Bagi Akademis

Diharapkan dapat memberikan tambahan referensi dan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai Pengetahuan, Produk dan Religiusitas terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada BMT.

3. Bagi Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman mengenai pengaruh pengetahuan, produk dan religiusitas terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk simpanan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk memberikan gambaran mengenai isi dari penelitian dalam tugas akhir ini. Adapun penulisan tersebut, adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini akan menguraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

Pada Bagian ini berisi teori-teori yang digunakan dalam penelitian untuk mengembangkan hipotesis yang bersumber dari buku, jurnal, artikel ilmiah dan sebagainya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini menjelaskan jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta hipotesis penelitian yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan membahas obyek penelitian, analisis data dan hasil dari penelitian yang merupakan jawaban dari rumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Pada bagian ini berisi kesimpulan penelitian yang diambil dari hasil pembahasan dan saran-saran kepada pihak Lembaga Koperasi Syariah.