

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan merupakan lembaga perantara antara pihak yang surplus dana kepada pihak yang defisit dana.¹ Secara umum, lembaga keuangan dikelompokkan menjadi dua bentuk, yaitu bank dan non bank yang keduanya berperan penting dalam aktivitas perekonomian. Pendirian lembaga keuangan syariah baik bank ataupun non bank, merupakan suatu indikasi akan kemudharatan sistem bunga atau riba. Pengembangan berbagai bentuk alternatif dalam memecahkan persoalan ekonomi ummat Islam dewasa ini harus terus dilakukan dan tentunya menjadi harapan ummat, sehingga dapat memuaskan batin dari tuntunan syariah sekaligus memuaskan *zhahir* dari tuntutan manajemen modern.² Menurut Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 792 Tahun 1990, lembaga keuangan diberi batasan sebagai sebuah badan yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat, terutama guna membiayai investasi perusahaan.³ Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia yang pertama didirikan berbentuk *Bait al Tamwil* pada tahun 1984.⁴ Keberadaan BMT pada dasarnya melengkapi keberadaan

¹M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012), hlm. 79

² Jamal Lulail Yunus, *Manajemen Bank Syariah Mikro*, cet. Ke-1 (Malang: UIN-Malang press, 2009), hlm. 25.

³Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 792 Tahun 1990

⁴Bank Indonesia, "Indonesia : The New Qiblah of Global Islamic Finance" dipresentasikan dalam acara National Seminar, ISEF 2014 di Convention Hall B, Dyandra Convention Centre (DCC) Surabaya, tanggal 6 November 2014, hlm. 9.

lembaga keuangan yang mampu melayani semua segmen masyarakat usaha Indonesia.⁵

Berdirinya BMT di Indonesia diawali dari kemampuan perbankan yang sangat terbatas untuk menjangkau sektor usaha mikro dan kecil sehingga dibutuhkan lembaga keuangan yang komersial seperti bank yang mampu dan dapat menjangkau sektor usaha kecil dan menengah (UKM). Lembaga keuangan formal ini belum menyentuh UKM misalnya pedagang yang ada di pasar tradisional, pedagang kaki lima sampai pedagang asongan yang biasanya disebut sebagai ekonomi rakyat kecil.⁶ Apabila diperhatikan secara seksama justru prosentase UKM jauh lebih besar dari usaha-usaha menengah ke atas, sehingga akan terjadi ketimpangan pasar dalam bidang ekonomi.⁷

Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam yang masyarakatnya bermata pencaharian pertanian, perdagangan, pertambangan, perindustrian dan jasa.⁸ dalam hal ini peran BMT sangatlah dibutuhkan guna melakukan pendanaan dan pembinaan yang berdasarkan prinsip Syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip Syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan Syariah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil yang

⁴Iskandar Simorangkir, *Pengantar Kebanksentralan (Teori dan Praktik di Indonesia)*, Cet. Ke-1(Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 288.

⁶Tuty Sariwulan, "*Bait al mal wa al tamwil dipandang dari sudut agama, serta sejarah berdirinya di Indonesia*", (Jurnal Econosains, Vol- X, Nomor 1, Maret 2012).

⁷ Kementerian Koperasi (Koperasi dan UKM) Indonesia.

⁸Solikhin, "Mata Pencaharian Masyarakat Indonesia", dalam <http://kre4tif.wordpress.com>, diakses tanggal 20 Februari 2013.

serba cukup ilmu pengetahuan dan materi, maka BMT mempunyai tugas penting untuk mengemban misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat.⁹

Salah satu dari sekian banyak BMT di Indonesia adalah BMT UGT Sidogiri. BMT UGT Sidogiri merupakan salah satu instansi berbasis koperasi di Indonesia yang menempati urutan ke-3 koperasi besar di Indonesia versi majalah peluang (2013), untuk mencapai hasil tersebut tentu tidaklah mudah bagi BMT UGT Sidogiri, pasalnya mereka harus bersaing dengan instansi-instansi lain dalam melakukan aktivitas usahanya.

Keberhasilan BMT UGT Sidogiri ini tentunya tidak lepas dari peran Pondok pesantren Sidogiri dan para alumninya yang turut ikut serta dalam memajukan BMT UGT Sidogiri. Pondok pesantren Sidogiri merupakan sebuah pesantren salaf yang terletak di kabupaten Pasuruan. Pesantren ini didirikan oleh Sayyid Sulaiman yang merupakan cucu dari Sunan Gunung Jati, pondok pesantren sidogiri merupakan salah satu pondok pesantren yang bisa dibilang menyimpan sejuta kenangan, serta pondok pesantren Sidogiri merupakan salah satu pondok pesantren tertua di Indonesia yang kurang lebih saat ini berumur 250 tahun. Tidak jarang pula dari pesantren ini lahir para tokoh-tokoh agama terkemuka di Indonesia.

Salah satu strategi pemasaran BMT UGT Sidogiri adalah mencari lokasi yang banyak alumni dari pondok pesantren Sidogiri, hal ini dikarenakan keberadaan para alumni akan membantu mempermudah bagi BMT UGT Sidogiri dalam mencari nasabah atau dalam memasarkan produknya.

⁹Heri Sudarsono “*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*”,(Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hlm. 102-103.

Terlebih lagi untuk daerah Bangkalan dan sekitarnya tentunya nama Sidogiri sudah tidak asing lagi, dikarenakan kota Bangkalan yang terkenal dengan kota santri. Dengan faktor ini sangat memungkinkan bagi BMT UGT Sidogiri untuk memperoleh nasabah yang loyal, serta dengan banyak tersebarnya para alumni dimungkinkan akan lebih memudahkan bagi BMT UGT Sidogiri dalam menawarkan produknya.

Alasan mendasar peneliti ingin meneliti hal ini karena ingin mengetahui sejauh dan sebesar apa pengaruh nama besar Sidogiri terhadap loyalitas nasabah dan daya minta masyarakat terhadap produk yang ditawarkan BMT UGT Sidogiri.

Dan hasil penelitian ini nanti di harapkan memberi sumbangsih yang baik khususnya bagi BMT UGT Sidogiri cabang Tanah Merah dalam menjaga loyalitas nasabah.

Berdasarkan permasalahan ini maka peneliti mengangkat objek tersebut untuk dijadikan sebagai penelitian dengan judul *“Pengaruh Nama Sidogiri Terhadap Loyalitas Nasabah Di BMT UGT Sidogiri Studi Kasus Nasabah Sekitar BMT UGT SIDOGIRI Cabang Tanah Merah”*.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh nama Sidogiri terhadap loyalitas nasabah diBMT UGT Sidogiri?
2. Bagaimana tanggapan nasabah terhadap nama Sidogiri pada BMT UGT Sidogiri ?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh nama Sidogiri terhadap nasabah di BMT UGT Sidogiri
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan nasabah terhadap nama Sidogiri pada BMT UGT Sidogiri.

D. Kegunaan Penelitian

Dari permasalahan di atas, penelitian ini diharapkan mempunyai nilai tambah dan manfaat baik untuk penulis maupun pembaca, manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang bersifat kontekstual, sehingga peneliti mampu menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan mengetahui pengaruh nama Sidogiri terhadap loyalitas nasabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Tanah Merah.

2. Bagi Pembaca

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan informasi untuk menambah referensi bagi peneliti baik yang melakukan penelitian maupun yang sedang melakukan penelitian.

3. Bagi Universitas

Diharapkan bisa memberikan kontribusi berupa referensi ilmiah yang terpercaya serta dapat dipertanggungjawabkan, begitu juga dapat dijadikan sebagai informasi-informasi tambahan khususnya di bidang Studi Ekonomi Islam.

4. Bagi Lembaga

Penelitian ini dapat dijadikan informasi yang berguna untuk meningkatkan kualitas lembaga keuangan syariah seperti BMT dan menjadi bahan evaluasi bagi lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan kegiatan operasional dan pelayanan terhadap nasabah untuk kebaikan lembaga keuangan Syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini, penulis membagi dalam bentuk bab-bab yaitu sebanyak 5 bab dengan tujuan untuk mempermudah penulisan dan pemahaman alur penelitian ini. Dengan kerangka dasar sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini memuat Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Berisi tentang Landasan Teori, Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian

Berisi Pendekatan Penelitian, Lokasi Penelitian, Variabel Penelitian, Populasi dan Sampel, Jenis dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisis Data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berisi Sejarah BMT UGT Sidogiri Cabang Tanah Merah, Visi dan Misi, Struktur Organisasi, Hasil penelitian, analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh nama Sidogiri terhadap loyalitas nasabah terhadap produk yang ditawarkan BMT UGT Sidogiri Cabang Tanah Merah.

Bab V Penutup

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran dan keterbatasan.