

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan memiliki peran memajukan negara pada dunia modern saat ini, hampir seluruh sektor yang memiliki hubungan dengan keuangan sangat butuh hasil kerja dari perbankan. Oleh sebab itu, setiap individu maupun organisasi atau perusahaan melakukan aktivitas keuangan perbankan tidak akan berubah meskipun terdapat perubahan waktu dan zaman (Kasmir, 2002). Penghimpunan dana dalam bentuk tabungan adalah kegiatan utama dari perbankan. Selanjutnya tabungan akan disalurkan pada warga dengan angsuran. Penyaluran dana kepada warga atau masyarakat yang bentuknya kredit wajib dikembalikan harus beserta jumlah bunga oleh peminjam. Perbankan dengan sistem ini dikenal dengan sistem perbankan konvensional (Kasmir, 2002). Kemudian muncullah perbankan yang sistemnya bebas dari bunga, yaitu menggunakan sistem bagi hasil yang dikenal dengan sistem perbankan syariah.

Berdirinya lembaga keuangan yang berlandaskan syariah (islam) merupakan bentuk proses untuk membangun sistem ekonomi islam. Indonesia adalah salah satu negara mayoritas penduduknya beragama islam. Dari hal itu, Indonesia adalah bagian dari bentuk modal bagi perbankan yang berlandaskan syariah untuk mendapatkan nasabah yang terkhususkan warga negara yang beragama islam.

Lembaga keuangan syariah memiliki sistem keuangan dan aturan yang baku, hal ini mengakibatkan warga negara yang ekonominya menengah ke bawah dan juga kelompok mikro atau UMKM sangat sulit dijangkau. Oleh sebab itu, sumber

pendanaan dari bank sulit diakses oleh pengusaha mikro dan sektor informal. Oleh karena itu, potensi besar yang dimiliki oleh sektor mikro tidak berkembang. PINBUK (Pusat Inkubasi usaha Kecil) merasakan perhatian kepada usaha mikro. Dengan beberapa pengkajian yang panjang dan mendalam, maka dirumuskan sistem keuangan yang lebih sesuai dengan kondisi usaha mikro dengan berbasis Syariah. Alternatif yang dimaksud yaitu Baitul Mal Wa Tamwil (Ridwan, 2004). Dengan berdirinya lembaga mikro yang seperti itu, dapat mempermudah masyarakat desa mengenal dan ikut merasakan jasa lembaga keuangan yang telah berprinsip syariah. Baitul Maal yaitu suatu lembaga keuangan mikro yang berprinsip syariah. Cara kerja BMT ini tidak jauh berbeda dengan LKS lainnya, hanya saja terletak pada kegiatan operasionalnya (Ilmi, 2002).

Secara etimologi, Pengertian Baitul maal adalah penggabungan dari Baitul Mal dan Baitul Tamwil. Baitul Mal adalah kegiatan social, dengan artian baitul maal dengan pengelolaan bersifat non-laba yang mendapatkan dana yang bersumber dari hasil zakat, infaq, Shadaqah, serta dana-dana sosial yang lain (Sudarsono, 2003). Kegiatan tersebut guna menyentuh lapisan masyarakat kecil yang kemungkinan besar tidak dijangkau dengan dana komersial. Dari sumber dana-dana tersebut, kemudian tugas dari Baitul maal yaitu menurunkan kepada mustahik, dengan begitu BMT dapat memberdayakan kelompok fakir miskin untuk membantu kegiatan usaha BMT. Sedangkan, Baitul Tamwil adalah lembaga yang mengumpulkan modal bertujuan mencari laba (Sudarsono, 2003). Penghimpunan dana yang dimaksud yaitu bentuk tabungan, sedangkan menyalurkan dana adalah dalam pinjaman usaha mikro melalui sistem jualbeli, bagi hasil, atau jasa. Begitupun dengan kegiatan salah satu BMT yang sudah tersebar luas yaitu BMT UGT- Sidogiri.

Penilaian suatu keberhasilan terdapat suatu faktor yang yang digunakan pada BMT yaitu dengan melihat jumlah harta atau dana yang dimiliki oleh seseorang yang menjadi pihak ketiga yaitu DPK. BMT berharap DPK mendapat peningkatan, untuk memaksimalkan pendanaan dan biaya operasional. DPK yang masuk ke BMT dibedakan kedalam bentuk simpanan dan deposito. Produk simpanan BMT adalah dalam bentuk tabungan mudharabah. Jumlah besar dari tabungan mudharabah secara langsung dapat memberi pengaruh besar kepada DPK, oleh sebab itu untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pengaruh kegiatan tabungan mudharabah menjadi suatu hal yang sangat diperlukan. Fungsi BMT adalah tabungan atau penyimpanan dana. Ketika keinginan nasabah telah terpenuhi melalui mendapatkan tingkat bagi hasil yang besar, maka nasabah akan memutuskan menabung (Reswari & Abdurahim, 2016). Mudharabah merupakan akad kerja sama antara penyedia modal dengan pengelola modal sesuai prinsip syariah yang kemudian diperoleh bagi hasil berdasar nisbah yang telah ditentukan sebelum terjadinya akad (Aziz, 2010). Mengacu pada prinsip ini, BMT UGT-Sidogiri berfungsi sebagai partner kerja sama, baik dengan orang yang melakukan simpanan maupun dengan investor. Dengan orang yang melakukan simpan dana, BMT UGT-Sidogiri sebagai “pengelola”, sedangkan nasabah menabung sebagai “penyandang dana”. Kedua pihak akan mendapatkan pembagian bagi hasil atas terjadinya akad mudharabah (Aziz, 2010).

BMT UGT-Sidogiri berdiri sejak tahun 2000, berpusat di desa Sidogiri Kecamatan Kraton, Pasuruan. BMT UGT- Sidogiri merupakan lembaga keuangan berprinsip syariah. Menurut data terkini yang diperoleh Jogjainside.com, BMT UGT-Sidogiri memiliki omset atau perputaran dana hingga Rp 66 Triliun, namun dana yang macet sangat sedikit. Artinya BMT UGT-Sidogiri dapat dikatakan

sangat sehat sekaligus dinobatkan sebagai lembaga keuangan syariah terkaya di dunia, karena BMT UGT-Sidogiri memiliki aset sebesar Rp2,6 triliun dan telah memiliki cabang sebanyak 270 di berbagai kota di Jawa Timur dan luar Jawa Timur (Sugondo, 2019). Salah satu cabang Baitul maal wa tamwil UGT-Sidogiri yaitu BMT UGT-Sidogiri Cabang Pembantu Kecamatan Sepulu, merupakan lembaga keuangan syariah berdiri sejak tahun 2006/2007, koperasi pertama kali yang berdiri di desa Sepulu. Seiring berjalannya tahun, BMT UGT-Sidogiri menerima pembukaan rekening baru. Informasi yang diperoleh dari wawancara, pada bagian tabungan berakad mudharabah, dana yang masuk terhitung banyak yaitu sebesar Rp 6.881.077.000. Namun, pada periode tiga tahun terakhir, nasabah penabung tabungan berakad mudharabah BMT UGT-Sidogiri mengalami ketidakstabilan. Perhatikan di Tabel 1.1.

Tabel 1.1 - Tabungan MUDharabah BMT UGT-Sidogiri Capem Sepulu (dalam Millyaran)

Indikator	2017	2018	2019
Jumlah dana tabungan mudharabah	4.000.000.000	3.380.000	5.805.577
Jumlah nasabah penabung tabungan mudharabah	95 nasabah	34 nasabah	195 nasabah

Sumber : Wawancara BMT UGT-Sidogiri Capem Sepulu, Juli '20

Dilihat dari data diatas, bahwa BMT UGT-Sidogiri Capem Sepulu dapat dikatakan sukses dengan jumlah dana pihak ketiga yang diperoleh, meskipun jumlah nasabah tiga tahun terakhir tidak stabil. Artinya, di tahun 2017 jumlah nasabah sebanyak 95, sedangkan di tahun 2018 jumlah nasabah menurun menjadi 34 dan kemudian di tahun terakhir jumlah nasabah meningkat drastis. Hal tersebut menjadi pertanyaan. Sebagai lembaga keuangan syariah terkaya di Indonesia, tuntutan bagi BMT UGT-Sidogiri Capem Sepulu untuk menang

bersaing yaitu harus banyak mengumpulkan nasabah penabung dan mempertahankan nasabah yang sudah terdaftar. Untuk mendukung hal tersebut BMT UGT-Sidogiri memperhatikan sikap menabung, sehingga mudah mengetahui kebutuhan nasabah. Kebutuhan nasabah yang dimaksud salah satunya yaitu kebutuhan menyimpan dana seperti tabungan mudharabah.

Fatwa DSN-MUI mengatakan bahwa bagi hasil atau bagi keuntungan harus dinyatakan dalam nisbah terkait tabungan dengan sistem bagi hasil yang dituangkan dalam pembukaan rekening (No & Deposito, 2010). Perolehan tingkat nisbah yang besar, akan menarik nasabah dalam hal menitipkan uangnya pada BMT dengan harapan mendapatkan imbalan yang tinggi pula (Antonio, 2007). Jadi, ketika nasabah menyimpan dananya dengan akad mudharabah di BMT UGT-Sidogiri, selain mereka memperoleh nisbah bagi hasil atas kesepakatan kedua pihak, si nasabah juga menjauhi riba yang dilarang dalam islam.

BMT merupakan industri keuangan yang baru muncul di antara Lembaga lain seperti bank dan koperasi lainnya. Dalam persaingan, tingkat kesulitan dirasa oleh BMT dikarenakan masih dikatakan baru. Untuk itu, diperlukan strategi-strategi yang menarik dalam persaingan yang terjadi. BMT harus mencari dan menarik nasabah sebanyak-banyaknya dan dapat mempertahankan nasabah untuk bersaing. Sesuai yang dikatakan (Tjiptono, 2004), bahwa syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan dalam menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Namun, masih terdapat kendala yang dihadapi BMT Capem Kecamatan Sepulu diantaranya kurangnya informasi terhadap nasabah terkait tabungan dengan akad mudharabah sehingga muncul keraguan bagi nasabah penabung di BMT. Kurangnya pemahaman terkait produk yang tercantum di BMT capem Kecamatan

Sepulu. Terlebih lagi nasabah yang kurang mampu mengenali simpanan mudharabah dengan simpanan yang bersifat titipan. Hal tersebut pihak BMT harus lebih memperhatikan dalam memberikan informasi terkait produk-produk yang dipasarkan kepada nasabah, biasanya dengan melakukan promosi. BMT harus melakukan promosi yang terbaik, artinya promosi tersebut harus berisi informasi yang sesuai. Dengan begitu, masyarakat yang menerima informasi dapat memahami tujuan dari BMT serta memudahkan dalam menarik minat nasabah penabung (Indriyono, 2000). Sebaliknya, jika promosi dilakukan dengan salah dan sangat berlebihan, maka hanya akan mengurangi minat nasabah menabung. Oleh sebab itu, pihak BMT harus menyediakan media promosi terlebih dahulu seperti iklan, surat kabar, alat elektronik, promo langsung atau membuat acara. Bentuk promosi yang dilakukan oleh pihak BMT UGT-Sidogiri Capem Sepulu yaitu selain dengan menyebarkan brosur, mereka juga melakukan promosi dengan sosial media yang biasa disebut dengan mobile Banking/ mobile UGT. Mobile Banking atau biasa disebut mobile UGT ini merupakan sebuah aplikasi yang dapat mendukung kinerja BMT UGT-Sidogiri Capem Sepulu yang dapat memudahkan nasabah dalam memantau, bertransaksi, dan dapat melakukan pembayaran menggunakan saldo. Selain itu, setiap setahun sekali, BMT UGT-Sidogiri mengadakan undian berhadiah dengan memberikan kupon kepada nasabah yang memiliki tabungan mudharabah berkelipatan 5 juta.

Melihat perkembangan lembaga keuangan saat ini, selain menerapkan strategi dengan cara mempromosikan produk, BMT harus cepat tanggap dengan apa yang dibutuhkan oleh nasabah, salah satu caranya yaitu pelayanan lebih ditingkatkan. Setelah pelayanan yang diberikan dirasa puas oleh nasabah, nasabah akan membuat perbandingan. Jika nasabah merasa puas, maka dengan

sendirinya akan tergerak menjadi anggota tetap atau menjadi nasabah baru. Pelayanan yang baik dapat menarik calon nasabah untuk bertransaksi di BMT. Untuk mengukur pelayanan dapat mengacu pada lima dimensi *servqual* (Prananda et al., 2019). Pelayanan yang diberikan BMT UGT-Sidogiri Capem Sepulu cukup bagus. Mulai dari fasilitas kantor lengkap untuk melayani nasabah. BMT Capem Sepulu menerapkan tiga sistem pelayanan. Yang pertama, yaitu *face to face* artinya karyawan BMT melayani nasabah secara langsung melalui teman dekat dan kerabat. Yang kedua, sistem *jemput bola*, artinya pihak BMT sudah menyediakan karyawan bagian service untuk melayani nasabah dengan menghampiri nasabah. Sehingga sangat memudahkan nasabah dan nasabah juga bebas menanyakan informasi terkait produk-produk yang kurang dipahami. Misalnya di Pasar. Yang ketiga, yaitu *door to door*, artinya pihak nasabah siap melayani dari rumah ke rumah.

Faktor lain yang kemungkinan dapat mempengaruhi minat nasabah menabung adalah faktor religiusitas. Menurut (Lubis, 2018), 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 yang dimaksud dapat dilihat dalam karakter diri seseorang yang kemudian mempengaruhi cara seseorang dalam konsumsi. Begitupun dengan pengaruh minat dalam penggunaan jasa LKS, semakin tinggi tingkat religi pada masyarakat, maka masyarakat akan semakin berhati-hati dalam pengambilan keputusan mempercayakan uangnya pada LKS. Masyarakat desa Sepulu merupakan masyarakat kelas bawah yang masih sangat kental dan menjunjung nilai agama. Sesuai dengan fungsi dan tujuannya, keberadaan BMT UGT-Sidogiri di tengah-tengah masyarakat sepulu dapat membantu kelompok

mikro kecil. Dalam kegiatannya, pihak BMT UGT-Sidogiri telah menyediakan kebutuhan nasabah sesuai prinsip syari'ah yaitu bebas dari unsur riba.

Penelitian menjelaskan tentang apa saja pengaruh terhadap minat nasabah penabung tabungan mudharabah pada BMT syariah tersebut mengacu dari penelitian yang dilakukan sebelumnya yaitu variabel promosi, kualitas pelayanan, religiusitas, dan juga nisbah bagi hasil. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Roziq & Diptyanti, 2013) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa promosi, pengembalian hasil, dan kesesuaian syariah memberikan pengaruh dalam membedakan keputusan nasabah dalam memilih tabungan mudharabah. Sementara (Atanius, 2015) mengatakan bahwa promosi, pelayanan, dan nisbah pembagian hasil secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Sedangkan, menurut (Chotimah, 2014), promosi tidak memberikan pengaruh terhadap nasabah. Akan tetapi, *servqual* dapat berpengaruh terhadap memilih bank syariah. Sementara (Kurniawati, 2012) mengatakan pelayanan dan nisbah bagi hasil dapat berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap minat menabung untuk berinvestasi di per bank Muamalat Cabang Malang. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Fatimah & Fikri, 2015) menyatakan pelayanan *servqual* secara signifikan memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung di tabungan mudharabah. Dalam Penelitian (Mundir & Zamroni, 2016) mengatakan bahwa syariah marketing berpengaruh secara signifikan pada motivasi menyimpan dana pada tabungan mudharabah. Dalam penelitian (Halimah, 2018) mengatakan bahwa Syariah Marketing tidak memiliki pengaruh, namun *Service Excellence* terdapat berpengaruh positif dan signifikan pada kepercayaan nasabah tabungan mudharabah. dalam penelitian (Wirdayani Wahab, 2016) mengatakan nisbah pembagian hasil memberikan

pengaruh yang signifikan pada minat menabung. Sedangkan peneliti selanjutnya yaitu (Harahap, 2016) mengatakan bahwa variabel pelayanan dan religi masing masing memiliki pengaruh signifikan minat nasabah menabung pada simpanan Mudharabah. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Agil & Abdurrahim, 2010) menyatakan bahwa jumlah bagi hasil berdasarkan uji t memiliki pengaruh positif terhadap simpanan mudharabah.

Meningkatnya nasabah tidak terlepas dari penawaran yang diberikan oleh BMT UGT-Sidogiri Capem Sepulu. Pada produk tabungan dengan akad mudharabah, BMT bersaing dengan bank dan lembaga keuangan lainnya yang berbasis syariah. Persaingan terjadi baru-baru ini mulai berdiri koperasi baru di desa Sepulu yang kegiatan operasinya hampir sama, di antara yaitu KSPPS BMT NU dan pegadaian syariah yang baru-baru ini mengeluarkan produk barunya yaitu Tabungan Emas. Pada produk tabungan dengan akad mudharabah BMT UGT-Sidogiri ini menawarkan nisbah bagi hasil yang besar dari pada tabungan umum yaitu biasanya dapat mencapai 60% (Anggota) : 40% (BMT) dengan jangka waktu sesuai kesepakatan. Disamping dapat memberikan penawaran yang besar, terdapat hal yang menarik yang membedakan BMT UGT-Sidogiri Capem Sepulu ini memiliki lokasi/tempat yang strategis, yaitu berada di pinggir jalan raya, lokasi dekat dengan pasar rakyat desa Sepulu, sehingga mudah dijangkau oleh nasabah BMT UGT-Sidogiri, serta dekat dengan target pasar yaitu nasabah yang bekerja sebagai pedagang kecil di pasar Sepulu.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin membahas lebih dalam faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat nasabah menabung pada tabungan mudharabah, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Nisbah Bagi Hasil**

Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah (Studi Kasus: BMT UGT-Sidogiri Capem Sepulu).

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung pada tabungan mudharabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Kecamatan Sepulu?
2. Apakah kualitas pelayanan karyawan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung pada tabungan mudharabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Kecamatan Sepulu?
3. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung pada tabungan mudharabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Kecamatan Sepulu?
4. Apakah nisbah bagi hasil berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung pada tabungan mudharabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Kecamatan Sepulu?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung pada tabungan mudharabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Kecamatan Sepulu
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan karyawan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung pada tabungan mudharabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Kecamatan Sepulu

3. Untuk mengetahui apakah religiusitas berpengaruh kepada minat nasabah penabung pada tabungan mudharabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Kecamatan Sepulu.
4. Untuk mengetahui apakah nisbah bagi hasil berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung pada tabungan mudharabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Kecamatan Sepulu.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan untuk dijadikan sumber pengetahuan dalam dunia pendidikan bagi semua pelajar baik siswa maupun mahasiswa dalam memahami pengaruh promosi, kualitas pelayanan, religiusitas dan nisbah bagi hasil tabungan terhadap minat nasabah menabung pada BMT UGT Sidogiri Kecamatan Sepulu.
2. Dalam dunia praktik, diharapkan penelitian mengenai pengaruh promosi, kualitas pelayanan, religiusitas dan nisbah bagi hasil tabungan terhadap minat nasabah menabung pada BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu di Kecamatan Sepulu ini dapat berguna bagi BMT UGT Sidogiri Capem di Kecamatan Sepulu dan lembaga perbankan syariah lainnya supaya dijadikan pedoman dalam pengambilan keputusan dan kebijakan BMT terkait dengan peningkatan jumlah nasabah.
3. Dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya