

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis pada perbankan akan mendorong para pelaku bisnis perbankan untuk mampu memberikan suatu inovasi penawaran atas produk dan jasa yang mereka tawarkan, dengan mengingat bahwa minat atau keinginan masyarakat untuk menabung di sebuah lembaga keuangan yang berbasis syariah adalah mutlak ditangan masing-masing orang. Penawaran produk dan jasa yang semakin inovatif akan mempermudah loyalitas nasabah terhadap pembangunan *image* yang sangat positif perusahaan tersebut di mata nasabah melalui hubungan yang sangat baik.

Hubungan manusia dalam perekonomian sangat tergantung pada interaksi sosial yang dilakukan. Interaksi sosial merupakan hubungan yang berupa tindakan yang berdasarkan norma dan nilai sosial yang berlaku dalam suatu masyarakat. Hal ini juga sejalan dengan pengertian ekonomi islam yang bertujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya alam atas dasar bekerja sama dan partisipasi.¹

Hadirnya lembaga ekonomi yang berusaha menerapkan prinsip-prinsip syariat Islam terutama lembaga keuangan seperti perbankan, asuransi, pegadaian dan *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT). Dengan adanya lembaga-

¹ Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis*, (Jakarta: Kencana, 2008), 01.

lembaga keuangan syariah tersebut merupakan fenomena dan kejadian baru dan menarik dalam dunia lembaga keuangan yang modern. Sehingga keberadaannya memiliki peranan penting dalam perekonomian negara.

Banyaknya lembaga keuangan syariah, merupakan bentuk semangat dan keinginan dari masyarakat untuk kembali pada ajaran agama Islam. Hal ini sebagai masukan dan kritikan terhadap lembaga keuangan yang hanya mengejar target pendapatan atau *profit* saja. Akan tetapi, tujuan utama untuk mengembangkan ekonomi yaitu mengembangkan ekonomi masyarakat kelas bawah. Dengan demikian pembiayaan yang diberikan oleh berbagai lembaga keuangan hingga saat ini masih dominan oleh pembiayaan yang masih bersifat konsumtif sehingga laju perekonomian masyarakat cenderung kurang lambat atau kurang produktif.

Sekarang sudah semakin banyak tempat penyimpanan uang yang berbasis syariah islam sehingga masyarakat tidak perlu lagi khawatir atau cemas untuk menyimpan harta bendanya karena lembaga keuangan tersebut sudah berbasis syariah dimana dalam pengoperasiannya sudah menerapkan prinsip-prinsip syariat islam.

Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) sebagai lembaga keuangan mikro yang berbasis syariah muncul dan menawarkan solusi bagi masyarakat kelas bawah. *Baitul Mal Wat Tamwil* (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil yang memiliki fungsi untuk memberdayakan ekonomi umat, dan memiliki fungsi sosial dengan turut pula sebagai institusi yang mengelola dana zakat, infak, dan sedekah

sehingga institusi BMT memiliki peran penting dalam memberdayakan ekonomi umat.² Jadi, BMT adalah koperasi simpan-pinjam yang menerapkan prinsip syariah dalam pengoperasiannya.

Dalam kondisi ini BMT sebagai lembaga keuangan non bank dituntut untuk dapat bertahan ditengah ketatnya persaingan, salah satunya dengan melakukan inovasi dalam promosi penjualannya. Promosi penjualan merupakan salah satu dari bauran promosi selain periklanan, penjualan tatap muka, publisitas, dan pemasaran langsung. Promosi penjualan terdiri dari kumpulan kiat insentif yang beragam biasanya berjangka waktu pendek, dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk atau jasa tertentu secara lebih cepat dan atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang.³ Melalui promosi penjualan, lembaga keuangan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba dan menggunakan produk, mendorong pelanggan untuk membeli produk tersebut dan dapat bersaing dengan promosi penjualan yang dilakukan oleh sebuah lembaga keuangan lainnya.

Salah satu bentuk promosi penjualan yang di lakukan BMT UGT Sidogiri cabang Klampis yaitu mengadakan Undian berhadiah. Undian berhadiah adalah salah satu dari cara penghimpun dana yang digunakan untuk proyek sosial atau kegiatan sosial.⁴ Fenomena adanya undian

² M. Nur Rianto Al arif, *Lembaga Keuangan syariah: Suatu kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 318.

³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 179.

⁴ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer: Hukum Perjanjian, Ekonomi, Bisnis, dan sosial*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 268.

berhadiah sudah menjadi strategi sebuah lembaga keuangan syariah maupun konvensional dalam usaha untuk menarik nasabah baru. Hadiah-hadiah yang menggiurkan seperti alat-alat elektronik, sepeda motor dan mobil yang dijadikan cara untuk memikat nasabah agar menabung di lembaga keuangan tersebut. Undian merupakan strategi yang sangat menarik yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri cabang Klampis untuk memikat dan menarik minat nasabah atau masyarakat agar menabung di lembaga tersebut, karena secara tidak langsung adanya undian berhadiah merupakan suatu yang diharapkan dan dapat merangsang minat para nasabah.

BMT Sidogiri cabang Klampis hanya mengadakan undian berhadiah pada produk penghimpunan dana yaitu pada Simpanan Mudharabah Berjangka (Deposito). Deposito berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 07 Tahun 1992 tentang Perbankan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu-waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan pihak bank yang bersangkutan. Adapun yang dimaksud dengan deposito syariah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah.⁵ Jadi, deposito merupakan produk penghimpun dana yang penarikannya sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan.

Sejak adanya promosi penjualan yang berupa undian berhadiah di BMT UGT Sidogiri Cabang Klampis ini menjadi salah satu strategi yang

⁵ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 363.

cukup menarik bagi nasabah pada produk simpanan *mudharabah* berjangka (deposito). Secara bertahap Undian Berhadiah ini mulai menarik atau memikat masyarakat Klampis. Hal ini terbukti dari tahun ketahun ketika diadakannya undian berhadiah tersebut jumlah nasabah mengalami sedikit peningkatan walaupun tidak konsisten. Bisa dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

Per Tanggal 31 Desember	Jumlah Nasabah
Per tanggal 31 Desember 2011	63
Per tanggal 31 Desember 2012	101
Per tanggal 31 Desember 2013	95
Per tanggal 31 Desember 2014	101
Per tanggal 31 Desember 2015	105
Per tanggal 31 Desember 2016	92
Per tanggal 31 Desember 2017	95
Total	652

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah pada Produk Simpanan Mudharabah Berjangka (deposito)⁶

Dari tahun 2011-2017 jumlah nasabah pada produk simpanan mudharabah berjangka sebanyak 659. Bisa dilihat pada tahun 2011 ke 2012 jumlah nasabah meningkat sebanyak 52, pada tahun 2012 ke 2013 sedikit mengalami penurunan yaitu sebanyak enam nasabah, pada tahun 2013 ke 2014-2015 mengalami kenaikan lagi sebanyak enam sampai sepuluh

⁶ Sumber Data: Dokumentasi Koperasi BMT UGT Sidogiri Cabang Klampis Bangkalan Madura

nasabah dan pada tahun 2015 ke 2016-2017 mengalami penurunan lagi sebanyak 13 sampai sepuluh nasabah.

Dari data jumlah Nasabah deposito dari tahun terakhir yaitu tahun 2015 ke 2016-2017 sedikit mengalami penurunan. Ketatnya persaingan yang dilakukan lembaga keuangan bank maupun non bank merupakan salah satu kendala yang dihadapi BMT UGT Sidogiri Cabang Klampis.

Keluhan yang dilakukan oleh sebagian nasabah terhadap BMT UGT Sidogiri Cabang Klampis yaitu kenapa nasabah yang memiliki jumlah saldo yang besar yang sering mendapatkan undian berhadiah. Dan ini juga menjadi kendala BMT UGT Sidogiri Cabang Klampis untuk menjaring nasabah baru.

Pengundian ini dilakukan oleh kantor pusat dari BMT UGT Sidogiri. Berdasarkan hasil wawancara dengan staf BMT UGT Sidogiri cabang Klampis bagian kasir, Bapak Noer Qowi:

“Iya... pengundian ini dilakukan oleh kantor pusat BMT UGT Sidogiri yang diundi per tanggal 31 Desember. Dan pemberian hadiah itu tidak langsung diberikan kecuali hadiah utama, sedangkan hadiah yang lainnya itu di berikan pada bulan Februari yang akan diberikan pada setiap kantor Capem di masing-masing daerah”.⁷

Berdasarkan masalah diatas, peneliti memiliki keinginan untuk mengetahui bagaimana **“Pengaruh Undian Berhadiah Simpanan *Mudhārabah* Berjangka (Deposito) Terhadap Minat Nasabah Menabung di BMT UGT Sidogiri Cabang Klampis”**.

⁷ Wawancara dengan Bapak M. Noer Qowi Mu'thi, selaku kasir BMT UGT Sidogiri Cabang Klampis Bangkalan Madura, pada tanggal 16 Februari 2018 pukul 09:00 WIB

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti akan merumuskan permasalahan tentang: Bagaimana Pengaruh undian berhadiah simpanan *mudhārabah* berjangka (deposito) terhadap minat nasabah menabung di BMT UGT Sidogiri cabang Klampis?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini selain sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Srata 1 (S1) adalah: Untuk mengetahui pengaruh undian berhadiah pada produk simpanan *mudhārabah* berjangka (deposito) terhadap minat nasabah yang menabung di BMT UGT Sidogiri cabang Klampis.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian tentang pengaruh undian berhadiah pada produk simpanan *mudhārabah* berjangka (deposito) terhadap minat nasabah yang menabung di BMT UGT Sidogiri cabang Klampis adalah:

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis di bidang lembaga keuangan syariah terutama mengenai pengaruh undian berhadiah pada produk simpanan *mudhārabah* berjangka (deposito) terhadap minat nasabah yang menabung.

2. Bagi Pembaca

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan pembaca dalam memahami undian berhadiah di BMT UGT Sidogiri, khususnya pengaruh dari undian berhadiah tersebut terhadap minat nasabah yang menabung.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini memberikan kontribusi kepada universitas sebagai referensi sumber pengetahuan dan informasi yang berhubungan dengan Studi Ekonomi Islam khususnya mengenai produk simpanan *mudhārabah* berjangka (Deposito) yang ada di BMT UGT Sidogiri.

4. Bagi Lembaga Keuangan syariah

Agar lembaga keuangan syariah mengetahui seberapa besar pengaruh undian berhadiah pada produk simpanan *mudhārabah* berjangka (deposito) terhadap minat nasabah yang menabung. Kemudian dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi lembaga keuangan syariah khususnya di BMT UGT Sidogiri yang menerapkan produk simpanan *mudhārabah* berjangka (deposito) untuk lebih meningkatkan produk dan layanannya agar dapat menarik minat nasabahnya.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, peneliti perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil

penelitian mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Dalam bab ini menguraikan latar belakang masalah berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisannya.

Bab II: Landasan Teori

Dalam bab ini tentang konsep sisten undian, aktivitas undian dan pandangan para ulama tentang undian berhadiah, pengertian minat nasabah, faktor-faktor yang mempengaruhi minat.

Bab III: Metodologi Penelitian

Dalam bab ini metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yang meliputi: jenis penelitian, sifat penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang profil objek penelitian, pengujian dan hasil analisa data, pembuktian hipotesis dan pembahasan hasil analisa data.

Bab V: Penutup

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran.