

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Seiring perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia memicu timbulnya persaingan ketat antar Lembaga. Dahulu nasabah mencari bank, sekarang bank yang mencari nasabah, maka bank dituntut mampu menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Perkembangan perbankan syariah tersebut tentunya juga berdampak pada lembaga keuangan syariah non-bank seperti BMT.<sup>1</sup>

BMT (Baitul Ma'wat Tamwil) yaitu lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. BMT juga dapat diartikan sebagai balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan bayt al-ma'wa al-tamwil dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang kegiatan ekonominya. Selain itu, Baitul Ma'wat Tamwil juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah serta menyalurkan sesuai dengan peraturan dan amanatnya.<sup>2</sup>

Guna mempermudah akses jasa keuangan, lembaga keuangan syariah terutama BMT (Baitul Ma'wat Tamwil) telah mendirikan kantor layanan disekitar pasar. Para nasabah dipermudah dengan adanya sistem jemput bola yang dilakukan oleh pihak BMT. Sesuai dengan salah satu ciri khusus BMT

---

<sup>1</sup> Chitra Dwiratih Aviza, "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mitra Dalam Memilih Menggunakan Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok" (Skripsi—Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014), 1.

<sup>2</sup> Andi Soemitra, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2009), 448.

yaitu staf dan karyawan BMT bertindak proaktif, tidak menunggu tetapi menjemput bola baik untuk menghimpun dana anggota maupun untuk pembiayaan.<sup>3</sup>

BMT dapat mengerakkan masyarakat kecil untuk menabung. Meskipun tabungannya tidak sebesar kalangan menengah atas. Aktivitas menabung juga dianjurkan dalam Islam. Menabung adalah pelajaran yang dapat diteladani dari kisah Nabi Yusuf as. Yang tercantum dalam Al-Qur'an surah Yusuf: 47-48 berikut:

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابًّا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ ﴿٤٧﴾  
 ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُحْصِنُونَ ﴿٤٨﴾

Artinya:

47. Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan.

48. Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.<sup>4</sup>

Adanya tabungan ini membuat BMT dapat memberikan pembiayaan bagi nasabah yang membutuhkan.<sup>5</sup> Untuk dapat menarik minat anggota dalam menabung, maka BMT perlu mengemas produknya kedalam nama yang menarik

<sup>3</sup> Muhammad Ridwan, Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT), (Yogyakarta: UII Press, 2004), 132.

<sup>4</sup> Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Almahira, 2015), 241.

<sup>5</sup> Heri Purwata, "BMT Dorong Masyarakat Menabung", <http://m.republika.co.id/berita/Koran/syariah-koran/14/07/07/n8cdyo-bmt-dorong-masyarakat-menabung>, diakses pada 06 Oktober 2016.

dan mudah diingat. Juga produk penghimpunan dana BMT harus mampu menampung keinginan nasabah.<sup>6</sup>

Perkembangan BMT di Jawa Timur sangat pesat. Sejak 1996 sampai sekarang sudah ada sekitar 300 BMT yang sudah berdiri dan mereka aktif. Bahkan omset mereka juga terus berkembang. Adanya perkembangan itu merupakan bentuk respon yang cukup bagus dari masyarakat. Mereka mau bergabung menjadi anggota BMT dan mendapatkan berbagai macam produk dan fasilitasnya.<sup>7</sup>

Salah satu BMT yang berkembang di Jawa Timur adalah KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangangkring Gresik. Perkembangan KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangangkring Gresik sangat pesat, dalam kurun waktu 12 tahun sudah memiliki 21 kantor cabang yang tersebar di daerah Gresik, Lamongan dan Tuban. KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangangkring Gresik mendapat respon positif dari masyarakat sekitar. Terbukti, dengan perkembangan nasabah yang ada di BMT juga terus mengalami peningkatan. Hal ini dibuktikan dengan tabel 1.1 tentang perkembangan anggota KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangangkring Gresik.

---

<sup>6</sup> Muhammad Ridwan, Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT), ..., 156.

<sup>7</sup> Agung Sasongko, "Perkembangan Koperasi Syariah Sangat Pesat", <http://m.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/15/04/21/nn4pbw-perkembangan-koperasi-syariat-sangat-pesat>, diakses pada 06 Oktober 2016.

Tabel 1.1  
Perkembangan Anggota.<sup>8</sup>

No	Tahun	Anggota dan Calon anggota	Kenaikan ( % )
1	2004	146	0
2	2005	268	83.6
3	2006	494	84.3
4	2007	631	27.7
5	2008	772	22.3
6	2009	1.396	80.8
7	2010	2.664	90.8
8	2011	5.198	95.1
9	2012	6.887	32.5
10	2013	13.248	92.4
11	2014	20.204	52.5
12	2015	26.573	31.5

KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Gresik dalam kegiatan operasionalnya selain bergerak dalam bidang pembiayaan juga fokus dalam meningkatkan jumlah dana pihak ketiga yang dihimpun melalui produk simpanan. Jenis produk simpanan ini merupakan simpanan sukarela yang di himpun dari para anggota dan calon anggota. Produk simpanan yang ada di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Gresik yaitu Simaster (Simpanan masyarakat sejahtera), Simpaham (Simpanan Haji Mabrur) dan umroh, Simpanan qurban, Simjaka (Simpanan berjangka). Jumlah nasabah yang menyimpan uang di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Gresik terus mengalami kenaikan di setiap tahunnya. Pada bulan Oktober 2016 jumlah nasabah yang memilih simjaka sebanyak 71 nasabah, produk simpanan qurban

<sup>8</sup> KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring, Standar Operasional Prosedur (SOP), Gresik 2016, 7.

sebanyak 10 nasabah, produk simpaham dan umroh sebanyak 1263 nasabah dan produk simaster sebanyak 4823 nasabah.

Mayoritas anggota dan calon anggota lebih memilih produk simaster (simpanan masyarakat sejahtera). Dari keempat jenis produk simpanan tersebut hanya produk simpanan qurban yang dinilai kurang dipilih oleh nasabah, meskipun tujuannya untuk berqurban dan sistem setorannya sukarela sama seperti produk simaster akan tetapi nasabah lebih cenderung memilih produk simaster dibanding simpanan qurban. Hal ini disebabkan produk simaster dinilai lebih fleksibel karena bisa diambil kapanpun sehingga nasabah lebih memilih produk simaster dibanding simpanan qurban.

Nasabah dalam memanfaatkan produk simpanan di BMT tentunya didasarkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya. Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard pemahaman terhadap perilaku konsumen mencakup pemahaman terhadap tindakan langsung yang dilakukan konsumen dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.<sup>9</sup> Proses keputusan tersebut dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu: perbedaan individu, faktor lingkungan, dan proses psikologi.<sup>10</sup> Pada penelitian ini faktor

---

<sup>9</sup> Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 6.

<sup>10</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya*, edisi kedua, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 10.

lingkungan konsumen yang dikaji adalah kelompok referensi. Sedangkan faktor perbedaan individu yang dikaji yaitu pengetahuan produk dan kepercayaan.

Salah satu bentuk lingkungan konsumen adalah kelompok referensi. Kelompok referensi dapat berupa kelompok primer seperti keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat. Serta kelompok sekunder yang cenderung lebih resmi dan interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.<sup>11</sup> Dalam pembelian jasa, konsumen biasanya lebih mengandalkan sumber informasi personal (seperti teman, keluarga, rekan kerja dan pakar) daripada sumber non-personal seperti media massa. Dari hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti, fakta dilapangan menunjukkan bahwa beberapa nasabah saat memilih produk simpanan di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Gresik, memang dipengaruhi oleh keluarga, teman atau rekan kerjanya terutama pada produk simaster, akan tetapi belum dapat diketahui pengaruh kelompok referensi dalam mempengaruhi probabilitas nasabah untuk memilih jenis produk simpanan di BMT.

Memahami pengetahuan konsumen sangat penting bagi pemasar, karena apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana membeli dan kapan membeli akan tergantung pada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian.<sup>12</sup> Peter dan

---

<sup>11</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003), 11.

<sup>12</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, ... , 148.

Olson membagi tiga jenis pengetahuan produk yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.<sup>13</sup> Masing-masing jenis produk simpanan yang ada di BMT memiliki jangka waktu yang berbeda, sehingga memungkinkan nisbah bagi hasilnya juga berbeda selain itu manfaat yang diberikan juga berbeda. Hal ini menjadi dasar pentingnya mengetahui pengaruh pengetahuan produk dalam mempengaruhi probabilitas nasabah untuk memilih jenis produk simpanan di BMT.

Selain itu kepercayaan merupakan faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih produk. Meskipun seseorang telah memiliki pengetahuan tentang suatu produk tetapi apabila tidak ada keyakinan yang timbul dalam diri seseorang terhadap produk tersebut maka seseorang tidak akan memutuskan untuk memilih produk tersebut. Kepercayaan ini bisa didasarkan pada pengetahuan, opini atau keyakinan yang nyata.<sup>14</sup> Kepercayaan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah seperti BMT tidak ditopang oleh kebijakan otoritas keuangan Negara sebagaimana bank melalui Lembaga Penjamin Simpanan, akan tetapi hanya disandarkan kepada profil pengurus atau pengelola BMT semata. Sedangkan untuk produk simpanan seperti simjaka serta simpaham dan umroh terdapat setoran minimal yang harus dibayar oleh nasabah selain itu nasabah

---

<sup>13</sup> Ibid.,

<sup>14</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran, Imam Nurmawan, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 1997), 172.

yang memilih produk simaster terus mengalami peningkatan hal ini dapat menjadikan BMT mengalami kesulitan likuidasi. Sehingga diperlukan penelitian seberapa besar probabilitas kepercayaan dalam mempengaruhi nasabah untuk memilih produk simpanan di BMT.

Fenomena pertumbuhan KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Gresik terutama dengan penghimpunan dananya perlu dicermati dengan seksama. Kenaikan dana pihak ketiga secara terus menerus menunjukkan semakin banyaknya masyarakat yang percaya dananya dikelola oleh pihak BMT.

Bertolak dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Kelompok Referensi, Pengetahuan Produk, dan Kepercayaan Terhadap Preferensi Produk Simpanan Nasabah di KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah) BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Gresik”.

## B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kelompok referensi, pengetahuan produk, dan kepercayaan secara simultan terhadap probabilitas preferensi pemilihan produk simpanan nasabah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Gresik?.
2. Bagaimana pengaruh kelompok referensi, pengetahuan produk, dan kepercayaan secara parsial terhadap probabilitas preferensi pemilihan produk



## D. Kegunaan Hasil Penelitian

### 1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan pengetahuan tentang pengaruh kelompok referensi, pengetahuan produk, dan kepercayaan terhadap preferensi produk simpanan nasabah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Gresik.

### 2. Secara Praktis

#### a. KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Gresik

- 1.) Sebagai tambahan informasi untuk pengembangan serta masukan dalam penentuan strategi promosi atau strategi pemasaran di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Karangcangkring Gresik sehingga mampu meningkatkan jumlah anggota dan calon anggota.

#### b. Peneliti

- 1.) Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah yang ada dalam masyarakat sebelum terjun ke dunia kerja sesungguhnya.
- 2.) Sebagai sarana menambah pengetahuan terkait dengan bidang pemasaran atau marketing.

#### c. Pihak lain

Dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.