BAB II

STRATEGI PEMASARAN, MOTIVASI MENABUNG, DAN *BAYT 'ALMĀL WATTAMWIL*

A. Strategi Pemasaran

Strategi didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu (1) dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan (*intends to do*) dan (2) dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*). Berdasarkan perspektif yang pertama, strategi didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Sedangkan berdasarkan perspektif yang kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit (gamblang). Pandangan ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan.[1]

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan nama seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan

[1] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga,* (Yogyakarta : ANDI, 2008), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.[2] Pemasaran merupakan semua kegiatan manusia yang dilakukan dalam hubungannya dengan pasar. Pemasaran berarti bekerja dengan pasar guna mewujudkan pertukaran potensial untuk kepentingan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.[3]

Tull dan Kahle (1990) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitnya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi.[4]

Searah dengan perubahan zaman, perubahan tata ekonomi dan perdagangan, konsep *Bayt 'Almāl* yang dulunya sederhana pun berubah, tidak sebatas menerima dan menyalurkan harta tetapi juga mengelolanya secara lebih produktif untuk memberdayakan perekonomian masyarakat.

Selain itu dengan kehadiran BMT diharapkan mampu menjadi sarana dalam menyalurkan dana untuk usaha bisnis kecil dengan mudah dan

---

[2] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jaka Wasana), Jilid 1, (Jakarta : Erlangga, 1996), 4.
[3] Ibid., 12
[4] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* ..., 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bersih, karena didasarkan pada kemudahan dan bebas riba/bunga, memperbaiki/meningkatkan taraf hidup masyarakat bawah, lembaga keuangan alternatif yang mudah diakses oleh masyarakat bawah dan bebas riba/bunga, lembaga untuk memberdayakan ekonomi umat, mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan produktivitas.[5] Dan untuk itu semua diperlukan strategi yang pas dalam pemasarannya, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Meluruskan Niat

   Langkah pertama yang harus dilalui pengelola BMT sebelum memasarkan produknya adalah dengan meluruskan niat dengan selalu menyebut nama Allah SWT. Bahwa apa yang hendak dilakukan dalam kerangka pemasaran produk BMT tidak lain semata-mata untuk mengharapkan ridha-Nya. Dan luruskan niat dengan selalu mendekatkan tindakan dengan misi BMT yang telah ditetapkan.[6]

2. Perhatikan Ulama

   Perlu dipikirkan langkah-langkah strategis yang memungkinkan BMT menjalin kerjasama dengan lembaga atau organisasi sosial keagamaan yang berbeda di bawah pengaruh (naungan) ulama, antara lain: Produk-produk simpanan berbagi hasil BMT, Simpanan pendidikan untuk para santri, Simpanan Haji, Simpanan Qurban,

---

[5] Ahmad Sumiyoto, *BMT Menuju Koperasi Modern*, (Yogyakarta : ISES Publishing PT. ISES Consulting Indonesia, 2008), 21.

[6] Abah Anom, "Pemasaran Dalam Perspektif Syariah", dalam http://abahanom-kng.blogspot.com.2012, diakses tanggal 24 Maret 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Simpanan Idul Fitri dan simpanan lain yang dapat mengakses kebutuhan umat. Sebagai imbangan BMT perlu mempertimbangkan pemberian bagi santri berprestasi/kurang mampu atau sumbangan sarana ibadah.[7]

3. Memperluas Jaringan Kerjasama

Hal yang harus diperhatikan dalam memasarkan produk adalah dengan memperluas jaringan kerjasama saling menguntungkan dengan berbagai pihak, sepanjang tidak mengingkari prinsip-prinsip syariah yang sejak awal ditetapkan sebagai landasan utama usaha BMT. Kerjasama ini dimungkinkan sebagai upaya BMT semakin kukuh di masyarakat karena mengalirnya dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak, antara lain: Para Aghniya', pengusaha muslim yang jujur dam memiliki komitmen kuat terhadap pemberdayaan ekonomi umat, Perbankan Syariah lokal maupun nasional, Lembaga-lembaga mikro keuangan syariah lainnya, permodalan, serta semua pihak yang memiliki komitmen sama dalam pemberdayaan ekonomi komponen mayoritas bangsa yang hidup di wilayah akar rumput (*grass root).*[8]

4. Jemput Bola

Sebagai lembaga keuangan yang belum lama lahir, BMT membutuhkan promosi dan sosialisasi secara lebih optimal di

[7] Ibid.
[8] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat. Keaktifan pengelola dalam memasarkan produk BMT merupakan komponen terpenting diantara komponen-komponen lainnya yang akan menentukan tingkat keberhasilan lembaga. Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk mencapai target-terget pemasaran produk BMT di awal operasionalnya adalah dengan melakukan pendekatan "jemput bola" pendekatan ini dilakukan dengan cara petugas langsung mendatangi calon nasabah, petugas leluasa menjelaskan mengenai konsep keuangan syariah serta sistem dan prosedur operasional BMT.[9]

Dari perspektif syariah, jemput bola dapat pula dipahami sebagai upaya BMT mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut Rasulullah SAW dapat menambah rezeki, memanjangkan umur, serta menjauhkan manusia dari dendam dan kebencian.[10] Sebagaimana dijelaskan di dalam ayat Al-Qur'an surat an-Nisa' ayat 36 mengenai silaturahmi:

وَٱعۡبُدُواْ ٱللَّهَ وَلَا تُشۡرِكُواْ بِهِۦ شَيۡـٔٗاۖ وَبِٱلۡوَٰلِدَيۡنِ إِحۡسَٰنٗا وَبِذِي ٱلۡقُرۡبَىٰ
وَٱلۡيَتَٰمَىٰ وَٱلۡمَسَٰكِينِ وَٱلۡجَارِ ذِي ٱلۡقُرۡبَىٰ وَٱلۡجَارِ ٱلۡجُنُبِ وَٱلصَّاحِبِ
بِٱلۡجَنۢبِ وَٱبۡنِ ٱلسَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتۡ أَيۡمَٰنُكُمۡۗ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن
كَانَ مُخۡتَالٗا فَخُورًا ٣٦

[9] Ibid.

[10] Safitri Nur Annisa, "Persepsi Nasabah Tentang Sistem Jemput Bola Pada BMT ANDA Salatiga" (Skripsi—STAIN Salatiga, Salatiga, 2013), 29.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, Ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri".[11]

Sistem layanan jemput bola bukan hanya mengenai silaturahmi akan tetapi juga tolong menolong.[12] Dalam Al-Qur'an surat at-Taubah ayat 71 menyebutkan ayat mengenai tolong menolong, yakni:

وَٱلْمُؤْمِنُونَ وَٱلْمُؤْمِنَٰتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَآءُ بَعْضٍ ۚ يَأْمُرُونَ بِٱلْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ ٱلْمُنكَرِ وَيُقِيمُونَ ٱلصَّلَوٰةَ وَيُؤْتُونَ ٱلزَّكَوٰةَ وَيُطِيعُونَ ٱللَّهَ وَرَسُولَهُۥٓ ۚ أُو۟لَٰٓئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ ٱللَّهُ ۗ إِنَّ ٱللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ﴿٧١﴾

"Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka taat pada Allah dan Rasul-Nya. mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; Sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana".[13]

Selanjutnya hal yang perlu dikembangkan dalam strategi pemasaran tersebut antara lain :

---

[11] Departemen Agama RI Al-Hikmah, *Al-Qur'an dan Terjemahnya,* (Bandung : CV. Penerbit Diponegoro, 2010), 84.

[12] Safitri Nur Annisa, "Persepsi Nasabah Tentang Sistem Jemput Bola Pada BMT ANDA Salatiga"..., 30.

[13] Departemen Agama RI Al-Hikmah, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*., 198.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pengelola BMT harus mampu bertindak jujur, amanah, profesional dibidangnya dengan mewujudkan signifikasi transparansi di bidang manajemen. Keikhlasan menerima kritik dan saran, bijaksana dalam mengambil segala keputusan penting, serta mampu memberikan pelayanan terbaik kepada semua orang.[14]

b. Memilih produk penghimpunan dana yang tepat dengan ukuran sederhana (mudah dalam pemasaran, pengelolaan, maupun penerapannya sesuai prinsip-prinsip syariah), tidak terlalu beresiko, artinya dana tersebut dipercayakan penyimpanannya untuk jangka waktu relatif 1 samapi 2 tahun atau lebih dan besaran beban bagi hasil usaha ditentukan berdasarkan perhitungan yang wajar namun tetap kompetitif. Mempunyai nilai jual yang tinggi, maksudnya adalah bahwa produk penghimpunan dana yang ditawarkan benar-benar menjawab kebutuhan konkret masyarakat kelas menengah kebawah (*defisit-units).*[15]

[14] Ahmad Sumiyoto, *BMT Menuju Koperasi Modern*..., 23.
[15] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Motivasi Menabung

1. Motivasi

a. Pengertian motivasi

Istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu, yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat.[16] Kata "motif", diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif dapat diartikan sebagai daya penggerak dari dalam dan didalam subjek untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Bahkan moti dapat diartikan sebagai suatu kondisi intern (kesiapsiagaan). Berawal dari kata motif itu, maka motivasi dapat diartikan sebagai daya penggerak yang telah menjadi aktif.[17]

Dalam pengertian sehari-hari, motivasi dapat diartikan sebagai sesuatu yang mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu. Motivasi membuat seseorang memulai melaksanakan dan mempertahankan kegiatan tertentu. Pemahaman mengenai motivasi bukanlah hal yang mudah, motivasi merupakan sesuatu yang ada dalam diri seseorang dan tidak tampak dari luar.

[16] Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya,* (Jakarta : Bumi Aksara, 2013), 3.

[17] Sardiman, *Interaksi dan Motivasi Belajar-mengajar,* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004), 73.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Motivasi akan kelihatan atau akan tampak melalui perilaku seseorang yang dapat dilihat atau diamati.[18]

Banyak teori motivasi yang didasarkan dari asas kebutuhan (*need*). Kebutuhan yang menyebabkan seseorang berusaha untuk dapat memenuhinya. Motivasi adalah proses psikologi yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Perilaku hakikatnya merupakan orientasi pada satu tujuan. Dengan kata lain, perilaku seseorang dirancang untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan proses interaksi dan beberapa unsur. Dengan demikian, motivasi merupakan kekuatan untuk mendorng seseorang melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan. Kekuatan-kekuatan ini pada dasarnya dirangsang oleh adanya berbagai macam kebutuhan, seperti 1) keinginan yang hendak dipenuhi, 2) tingkah laku, 3) tujuan, dan 4) umpan balik.[19]

Proses interaksi ini disebut produk motivasi dasar (*basic motivations process*), dapat digambarkan dengan model proses seperti berikut :

---

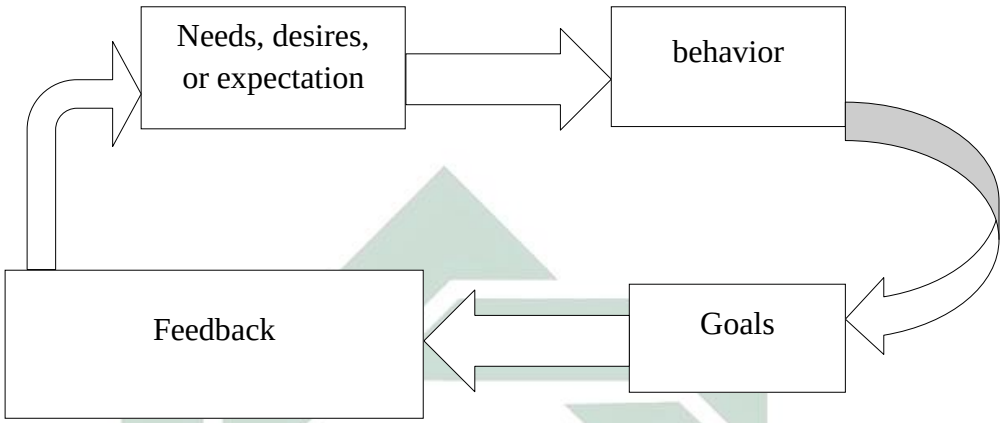
[18] Nugroho J. Setiadi, *Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta : Kencana Prenada Group, 2003), 26.

[19] Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya...*, 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 2.1

Proses Motivasi Dasar



Sumber : Hamzah B. Uno, Teori Motivasi dan Pengukurannya.

Berdasarkan teori-teori motivasi yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu dorongan yang timbul oleh adanya rangsangan dari dalam maupun dari luar sehingga seseorang berkeinginan untuk mengadakan perubahan tingkah laku/aktivitas tertentu lebih baik dari keadaan sebelumnya.[20]

b. Ciri-ciri motivasi

Beberapa ciri motivasi individual diantaranya adalah :

1) Motif adalah majemuk, dalam suatu perbuatan individu tidak hanya mempunyai satu tujuan, namun beberapa tujuan yang berlangsung bersama-sama.

[20] *Ibid.*, 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Motif dapat berubah, motif bagi seseorang seringkali mengalami perubahan. Ini disebabkan karena keinginan manusia selalu berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan maupun kepentingannya.Dalam hal ini motif individu sangat dinamis dan geraknya mengikuti kepentingan-kepentingan individu.

3) Motif berbeda-beda bagi individu, dua orang yang melakukan pekerjaan sama, tetapi ternyata terdapat perbedaan motif. Beberapa motif tidak didasari oleh individu. Banyak tingkah laku manusia yang tidak didasari oleh pelakunya, sehingga beberapa dorongan yang muncul seringkali karena berhadapan dengan situasi-situasi yang kurang menguntungkan lalu ditekankan di alam bawah sadarnya. Dengan demikian seringkali jika ada dorongan dari dalam yang kuat sekali menjadikan individu yang bersangkutan tidak bisa memahami motifnya.[21]

c. Penggolongan motif

Motif-motif digolongkan sebagai "motif untuk" (*in order to motives)* dan "motif karena" (*because motives). In order to motives* merupakan tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat dan sebagainya yang diinginkan aktor

[21] Nugroho J. Setiadi, *Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen...*, 28.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan karena itu berorientasi ke masa depan. Sedangkan *because motives* merujuk kepada pengalaman masa lalu seseorang dan tertanam dalam pengetahuannya yang terendapkan, dan karena itu berorientasi masa lalu. Dalam interaksi "motif untuk" tindakan seseorang menjadi "motif karena" disebabkan oleh reaksi orang.

Max Weber dalam memperkenalkan konsep pendekatan *verstehen* untuk memahami makna tindakan seseorang, dimana seseorang dalam bertindak tidak hanya sekedar melaksanakan, tetapi juga menempatkan diri dalam lingkungan berfikir dan perilaku orang lain. Konsep ini lebih mengarah pada suatu tindakan bermotif tujuan yang hendak dicapai (*in order to motives),* yang mana sebelum masuk pada tataran *in order to motives*, terdapat tahapan *because motives* yang mendahuluinya.

Terdapat dua realita yang berbeda dalam teori fenomenologi, yaitu realitas objektif dan realitas subjektif. Realitas objektif merupakan realitas dalam masyarakat sosial yang bersifat seharusnya. Realitas subjektif adalah realitas yang bersifat senyatanya, yang nantinya akan memunculkan dua konsep yaitu *because motif* (sebab atau penyebab) serta *in order to motif* (tujuan) yang kemudian akan menghasilkan suatu tindakan.[22]

[22] Arif Sudrajat dan Rifatul Qamariah, "Motif Keluarga Dalam Pemenuhan Kebutuhan Psikosial Lansia", http//:ejournal.unesa.ac.id/../article/pdf, "diakses pada", 23 Maret 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam konteks sistem layanan jemput bola dalam penelitian ini yaitu *because motif* (sebab atau penyebab) nasabah untuk menabung di BMT MUDA adalah sistem layanan jemput bola itu sendiri. Dari adanya sistem layanan jemput bola, nasabah yang enggan pergi ke Bank ataupun lembaga keuangan lainnya maka akan bisa merasakan menabung di Bank atau BMT meskipun dengan nominal uang yang sedikit. Sedangkan *in order to motif* (tujuan) dari menabung menggunakan layanan jemput bola adalah untuk mengungkap tujuan nasabah menabung di BMT MUDA menggunakan sistem layanan jemput bola. Apakah ada tujuan tertentu seperti karena untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tertentu atau ada tujuan lain.

d. Teori motivasi

1) Hierarki Kebutuhan Maslow

Maslow berpendapat bahwa kebutuhan yang diinginkan seseorang berjenjang. Artinya, jika kebutuhan yang pertama telah terpenuhi, kebutuhan tingkat terpenuhi akan muncul menjadi yang utama. Selanjutnya, jika kebutuhan tingkat kedua telah terpenuhi, maka muncul kebutuhan tingkat ketiga dan seterusnya sampai tingkat kebutuhan yang kelima.[23]

[23] Nugroho J. Setiadi, *Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen...*, 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Maslow mengolongkan kebutuhan manusia itu pada lima tingkat kebutuhan (*five hierarchy of needs).*[24] Kelima tingkat kebutuhan itu sebagai berikut:

a) Kebutuhan fisiologis (*physiological needs)*

kebutuhan fisiologis merupakan kebutuan yang harus dipuaskan untuk dapat tetap hidup, termasuk makanan, perumahan, pakaian, bebas dari rasa sakit, udara untuk bernapas dan sebagainya.[25] Kebutuhan ini juga disebut dengan kebutuhan dasar atau kebutuhan primer, karena kebutuhan ini berkaitan dengan pertahanan eksistensi kehidupan.[26]

Dalam konteks tabungan, kebutuhan yang paling mendasar adalah bagaimana tabungan tersebut menanamkan motivasi untuk menabung. Dimana tabungan tersebut digunakan untuk mendidik, mengajarkan kepada manusia gemar menabung, apakah dari fasilitas atau media yang digunakan untuk menabung. Pendidikan yang diterapkan adalah pengertian-pengertian tentang menabung, manfaat menabung untuk kebutuhan hidup, mengajari bahwa

[24] Alex Sobur, *Psikologi Umum Dalam Lintasan Sejarah,* (Bandung : CV. Pustaka Setia, 2013), 273.
[25] Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*..., 41.
[26] Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum,* (Yogyakarta : ANDI, 1980), 224.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hidup bukan hanya hari ini. Jika hari ini mendapatkan uang dan digunakan untuk kebutuhan sehingga uang tersebut habis tanpa menyisihkan untuk hari esok, maka dihari esok manusia tersebut akan hidup dalam kekurangan. Jadi edukasi menabung untuk kehidupan sangat penting. Jika kebutuhan fisiologis yang berupa mental menabung sudah tertanam, maka akan timbul kebutuhan lain yang mendorong manusia untuk menabung.

b) Kebutuhan akan rasa aman (*safety needs)*

Pada dasarnya, kebutuhan akan rasa aman ini mengarah pada dua bentuk, yaitu kebutuhan keamanan jiwa dan kebutuhan keamanan harta. Kebutuhan rasa aman muncul sebagai kebutuhan yang paling penting jika kebutuhan psikologis telah terpenuhi. Ini meliputi kebutuhan perlindungan, keamanan, hukum, kebebasan dari rasa takut, dan kecemasan.[27]

Dalam kebutuhan rasa aman ini sudah jelas jika menabung bertujuan untuk keamanan harta bendanya, terutama uang. Masyarakat takut jika uangnya disimpan di rumah akan berdampak buruk, misalkan uang diambil pencuri atau hal-hal lain yang bisa merugikan. Akan

[27] Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*..., 41-41.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tetapi jika disimpan di lembaga keuangan misalnya BMT, masyarakat akan merasa aman dan nyaman tanpa khawatir uangnya hilang. Dalam hal ini masyarakat juga selektif dalam memilih lembaga keuangan. Misalkan kenal dengan pengelola atau karyawan di lembaga keuangan tersebut, atau pengelolanya merupakan tetangga.

c) Kebutuhan cinta dan memiliki-dimiliki (*belongingness and love needs)*

Kebutuhan dimiliki atau menjadi bagian dari kelompok dan cinta menjadi tujuan utama. Orang sangat peka dengan kesendirian, pengasingan, ditolak lingkungan, dan kehilangan sahabat atau kehilangan cinta, kebutuhan ini terus penting sepanjang hidup. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan dimana masyarakat ingin dihargai, dicintai dan di perhatikan.[28]

Maksudnya, nasabah diperhatikan dalam hal menabung. Pegawai bank atau pegawai lembaga keuangan syariah lainnya yang dekat dengan nasabah akan merasa senang karena mereka merasa sangat diperhatikan. Jika lembaga keuangan cuek atau tidak memperhatikan terhadap nasabah, menabung atau tidak

[28] Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*..., 42.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menabung tidak menjadi urusan, maka masyarakat akan malas menabung di lembaga keuangan tersebut. Bandingkan jika nasabah lama tidak menabung, kemudian pegawai lembaga keuangan datang menanyakan. Tentu nasabah merasa seperti diperhatikan, merasa bahwa nasabah dimiliki dan dibutuhkan oleh lembaga keuangan atau bank. Biasanya yang demikian itu adalah lembaga keuangan yang menerapkan sistem layanan jemput simpanan atau biasanya dikenal dengan istilah jemput bola. Jadi pegawai lembaga keuangan selalu bersilaturahmi dengan nasabah.

d) Kebutuhan penghargaan (*esteem needs)*

Pemenuhan kebutuhan penghargaan menjurus pada kepercayaan terhadap diri sendiri dan perasaan diri berharga. Kebutuhan akan penghargaan sering kali diliputi frustasi dan konflik pribadi, karena yang diinginkan orang bukan saja perhatian dan pengakuan dari kelompoknya. Melainkan juga kehormatan dan status yang memerlukan standar moral, sosial dan agama.[29]

Menabung karena penghargaan merupakan kebutuhan tingkat 4 dari Hierarki Maslow. Dalam hal ini

[29] Alex Sobur, *Psikologi Umum Dalam Lintasan Sejarah*..., 277.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nasabah menabung karena ingin selalu mendapat penghargaan dari bank, misal mendapat hadiah. Dan ada pula yang menabung ingin mendapat pujian dari masyarakat bahwa nasabah tersebut memang menabung di suatu lembaga keuangan dan ikut mengembangkan lembaga keuangan tersebut.

e) Kebutuhan aktualisasi diri (*self-actualization needs)*

Aktualisasi diri adalah keinginan untuk memperoleh kepuasan dengan dirinya sendiri (*self full fillment)*, untuk menyadari semua potensi dirinya, untuk menjadi apa saja yang dia dapat melakukannya, dan untuk menjadi kreatif dan bebas mencapai puncak prestasi potensinya. Manusia yang dapat mencapai tingkat aktualisasi diri ini menjadi manusia yang utuh, memperoleh kepuasan dari kebutuhan yang orang lain bahkan tidak menyadari ada kebutuhan semacam itu.[30]

Kebutuhan aktualisasi diri dalam konteks menabung adalah dorongan yang datang dari diri sendiri. Misalkan tabungan syariah, nasabah yang beragama islam menyatakan menabung karena tabungan tersebut syariah, islami dan sesuai dengan agama nasabah tersebut. Jadi

[30] Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*..., 44

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dorongan dari dalam dirinya mempengaruhinya untuk menabung.[31]

2. Menabung

a. Pengertian Menabung

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, menabung merupakan kata kerja yang memiliki arti yaitu menyimpan uang (dicelengan, pos, bank, dsb.). Secara luas menabung dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menyisihkan sebagian pendapatannya untuk dikumpulkan sebagai cadangan dihari depan atau dihari yang akan datang.

Dalam Undang-Undang Perbankan nomor 10 tahun 1998 tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Syarat-syarat penarikan tertentu maksudnya adalah sesuai dengan perjanjian atau kesepakatan yang telah dibuat antara bank dengan si penabung. Misalnya dalam frekuensi penarikan, apakah 2 kali seminggu atau setiap hari atau mungkin setiap saat. Yang jelas haruslah sesuai dengan perjanjian sebelumnya antara bank dengan nasabah. Kemudian

[31] Malayu S.P Hasibuan, *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktifitas*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2010), 107.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam hal sarana atau alat penarikan juga tergantung dengan perjanjian antara keduanya.[32]

Pada awalnya, tabungan memiliki pengertian sebagai simpanan yang dimiliki oleh seseorang dan bisa dimanfaatkan oleh mereka dalam waktu tertentu sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Padahal menabung sendiri tidak melulu dilakukan di bank, meskipun dalam perkembangan berikutnya bank dianggap sebagai tempat yang paling aman untuk menyimpan tabungan. Namun yang pasti, dimana dan bagaimana cara seseorang menyimpan sesuatu yang akan bermanfaat bagi mereka di masa yang akan datang bisa digolongkan sebagai tabungan.

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh agama islam.[33] Karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanan masa yang akan datang sekaligus menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam Al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik, seperti dalam surat al-Baqarah ayat 266, yang menyebutkan:

---

[32] Kasmir, *Manajemen Perbankan,* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2000), 58.

[33] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik* (Jakarta : Gema Insani Press, 2002), 153.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

أَيَوَدُّ أَحَدُكُمْ أَن تَكُونَ لَهُۥ جَنَّةٌ مِّن نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِى
مِن تَحْتِهَا ٱلْأَنْهَـٰرُ لَهُۥ فِيهَا مِن كُلِّ ٱلثَّمَرَٰتِ وَأَصَابَهُ ٱلْكِبَرُ وَلَهُۥ
ذُرِّيَّةٌ ضُعَفَآءُ فَأَصَابَهَآ إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَٱحْتَرَقَتْ ۗ كَذَٰلِكَ
يُبَيِّنُ ٱللَّهُ لَكُمُ ٱلْأَيَـٰتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴿٢٦٦﴾

"Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; Dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang Dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya".

Dalam ayat tersebut kita diperintahkan untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan, baik rahani (iman) maupun secara ekonomi. Semua itu harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya, salah satunya adalah dengan menabung.

Perilaku menabung sendiri mensyaratkan seseorang untuk bisa disiplin dalam hal mengatur keuangan. Menabung sebagai sifat hemat dapat dijadikan sifat positif apabila dengan konsisten akan meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik. Sadono Sukirno berpendapat bahwa menabung dilakukan untuk beberapa tujuan, seperti untuk membiayai pengeluaran konsumsi sesudah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mencapai pensiun, untuk mencegah pengeluaran biaya-biaya yang tidak terduga yang harus dikeluarkan dikemudian hari.[34]

Berdasarkan penjelasan motivasi dan menabung di atas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi menabung dalam penelitian ini yakni suatu dorongan kebutuhan dalam diri yang menggerakkan individu untuk menyimpan sebagian pendapatan yang bertujuan untuk kepentingannya dalam mencapai tujuan di masa yang akan datang.

C. *Bayt 'Almāl Wattamwil*

Bayt 'almāl wattamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu *bayt 'almāl* dan *bayt tamwil. Bayt 'almāl* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti zakat, shadaqah, dan infaq. Sedangkan *bayt tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.[35]

BMT merupakan lembaga yang memadukan fungsi antara BM (*bayt 'almāl)* dan bt (*bayt tamwil).* Yaitu lembaga kemasyarakatan yang mengumpulkan dana masyarakat baik berupa simpanan maupun ZIS untuk disalurkan kepada usaha-usaha kecil dengan sistem bagi hasil atau kepada

---

[34] Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2003), 47.

[35] Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah(Deskripsi dan Ilustrasi),* (Yogyakarta : Ekonisia, 2003), 96.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kaum dhuafa melalui sistem pinjaman kebaikan dan hibah. Secara operasional BMT dapat didefinisikan sebagai lembaga keuangan syariah yang memadukan fungsi pengolahan ZIS dan penyadaran umat akan nilai-nilai islam dengan fungsi bisnis.[36]

Peran BMT yang dilakukan adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem 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 serba cukup – ilmu pengetahuan ataupun materi – maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi keislaman dalam segala aspek keidupan masyarakat.[37]

Kegiatan BMT adalah pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha. Kegiatan BMT adalah membantu usaha-usaha ekonomi produktif dengan mendorong kegiatan menabung dan membantu pembiayaan kegiatan usaha ekonomi anggota dan masyarakat lingkungannya. BMT juga dapat berfungsi sosial dengan menggalang titipan dana sosial untuk kepentingan masyarakat, seperti dana zakat, infaq, dan shadaqah dan mendistribusikannya dengan prinsip pemberdayaan masyarakat sesuai dengan peraturan dan amanahnya, kecil diantaranya dengan mendorong

---

[36] Ahmad Sumiyoto, *BMT Menuju Koperasi Modern,* (Yogyakarta : ISES Publishing PT. ISES Consulting Indonesia, 2008), 24.
[37] Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*..., 96.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kegiatan menabung dan menunjang kegiatan ekonominya dengan sistem syariah.[38]

BMT mempunyai beberapa komitmen yang harus dijaga agar konsisten terhadap perannya, komitmen tersebut adalah :

1. Menjaga nilai-nilai Syariah dalam operasional BMT
2. Memperhatikan permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan pembinaan dan pendanaan usaha kecil
3. Meningkatkan profesionalitas BMT dari waktu ke waktu
4. Ikut terlibat dalam memelihara kesinambungan usaha masyarakat.[39]

[38] Ibid.
[39] Ibid., 98.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id