

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia saat ini cukup pesat. Dilihat dari banyak berdiri lembaga keuangan berbasis syariah, baik itu perbankan ataupun lembaga lainnya. Awal perkembangan ekonomi islam khususnya perbankan syariah yaitu sekitar tahun 1990-an. Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-19 Agustus 1990 menyelenggarakan Lokakarya Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam pada musyawarah nasional IV MUI yang berlangsung di Hotel Sahid Jaya Jakarta, 22-25 Agustus 1990. Berdasarkan amanat Munas IV MUI dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank islam di Indonesia. Dari sinilah lahir Bank Muamalat Indoesa (BMI).¹

Semakin berkembangnya bank syariah yang didukung pula oleh pemahaman dan keinginan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Terlebih masyarakat telah mengetahui ketangguhan per bankan syariah pada saat terjadinya krisis moneter dimana banyak bank-bank konvensional yang tumbang, tetapi perbankan syariah masih tetap tegar seperti Bank Muamalat Indonesia.

¹ Wahyudi Johan, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Produk Simpanan Wadiah di BMT NU Sejahtera Semarang*, (Semarang: IAIN Walisongo, Skripsi, 2010).

Kehadiran BMI ini juga dapat dipandang sebagai langkah awal yang strategis bagi perkembangan institusi ekonomi syariah, sebab setelah itu semakin bermuculan institusi-institusi ekonomi berbasis syariah. Pada saat yang hampir bersamaan dengan BMI, berdiri pula beberapa Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), dan Baitul Maal wa Tamwil (BMT).²

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) merupakan salah satu Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang memiliki fungsi yang sama dengan perbankan syariah yaitu sebagai intermediasi dalam penyaluran dana dari masyarakat yang kemudian dikelola untuk kemashlahatan bersama. Namun BMT lebih berfokus dalam menyediakan pembiayaan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dan menengah. Perbedaan lainnya yaitu dalam pengawasan dan pembinaan, yang mana Bank Umum Syariah (BUS) terikat dengan peraturan pemerintah melalui departemen keuangan serta peraturan dari Bank Indonesia sedangkan BMT berada dalam pembinaan bidang koperasi yang terkait pada Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Pendirian BMT pun telah diatur melalui Surat Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 yang menjelaskan tentang petunjuk pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah.³

² Heri Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 116.

³ Iis Muhibah, *Efisiensi Baitul Maal Wattamwil Kota Tasikmalaya Periode 2011 – 2015 Pendekatan Stochastic Frontier Analysis (SFA) Derivasi Fungsi Profit dan Bopo*, (Jurnal Ekonomi dan Asosiasi Bisnis Vol.1, Tasikmalaya, 2016), hlm. 236.

BMT hadir memberikan dampak positif bagi masyarakat. Terlebih bagi masyarakat kalangan menengah ke bawah. Pesatnya pertumbuhan BMT, maka semakin tinggi pula persaingan yang harus dihadapi, baik sesama lembaga keuangan syariah maupun lembaga keuangan konvensional. Dahulu nasabah mencari bank sekarang bank mencari nasabah, begitu pula bagi BMT. Maka BMT dituntut mampu menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Dengan memanfaatkan produk yang ditawarkan, BMT harus dapat merebut perhatian calon anggota tidak hanya sekedar memperkenalkan, tetapi juga mengandung unsur mempengaruhi.

Di Tasikmalaya sendiri sudah ada beberapa BMT yang berdiri, berdasarkan data Pusat Inkubasi Usaha Kecil (PINBUK) Kota Tasikmalaya terdapat beberapa BMT yang dibina salah satunya adalah KSPPS BMT Al-Ittihad. KSPPS BMT Al-Ittihad sudah berdiri sejak 20 Agustus 1999, selama itu BMT Al-Ittihad mengalami banyak perkembangan baik dari sistem operasionalnya juga dari jumlah anggota yang bergabung. Berikut adalah tabel perkembangan jumlah anggota di KSPPS BMT Al-Ittihad :

Tabel 1.1 Data Perkembangan Jumlah Anggota di KSPPS BMT Al-Ittihad Tasikmalaya

No	Anggota	Tahun		
		2016	2017	2018
1.	Penabung/ Simpanan	2350	2425	2535
2.	Peminjam/ Pembiayaan	330	315	310
	Jumlah			2845

Sumber: KSPPS BMT Al-Ittihad dan data diolah, 2019.

Berdasarkan tabel diatas , dapat dilihat bahwa jumlah anggota di KSPPS BMT Al-Ittihad secara garis besar mengalami peningkatan dari tahun 2016 sampai 2018, tetapi jika dilihat kasus dilapangan yang penulis temukan jumlah anggota hanya 40% yang aktif melakukan transaksi di BMT dari total keseluruhan.

Menurut Anwar Sidik selaku Manajer KSPPS BMT Al-Ittihad menjelaskan bahwa jumlah anggota lebih banyak yang pasif dikarenakan beberapa alasan diantaranya karena sebagian besar anggota adalah pedagang yang penghasilannya tidak menentu. Selain itu faktor dari tempat tinggal yang berpindah-pindah menyesuaikan dengan pekerjaan.⁴

Kebutuhan akan persiapan untuk masa depan sebagai penyimpanan cadangan dana dan kebutuhan tak terduga merupakan motivasi dari sebagian besar anggota KSPPS BMT Al-Ittihad. Anggota memberikan kepercayaan mereka terhadap KSPPS BMT Al-Ittihad dalam mengelola dana yang mereka simpan. Didukung dengan pelayanan sistem jemput bola memberikan kemudahan kepada anggota. Dengan sistem pelayanan tersebut mengakibatkan terjalinnya hubungan kekeluargaan serta persepsi masyarakat yang baik. Kedekatan tersebut merupakan kedekatan emosional anggota dengan BMT, tentunya hal ini mempengaruhi psikologi tiap anggota dalam menentukan keputusan menjadi anggota BMT.⁵

⁴ Hasil wawancara dengan Manajer BMT Al-Ittihad pada tanggal 9 Juli 2019.

⁵ Hasil Wawancara dengan Anggota BMT Al-Ittihad pada tanggal 11 Juli 2019.

Namun hal tersebut tidak selamanya berlangsung sesuai dengan harapan anggota ketika sistem jemput bola tidak terlaksana secara maksimal. Permasalahan yang dirasakan oleh anggota BMT pada saat ini adalah waktu penarikan tabungan/angsuran yang tidak tetap yang menyebabkan anggota merasa kurang nyaman dan merasa haknya tidak terpenuhi. Hal ini tentunya menyebabkan terganggunya keadaan psikologi dari anggota tersebut, sehingga ada beberapa anggota yang berfikir untuk berhenti menjadi anggota KSPPS BMT Al-Ittihad.⁶

Keadaan psikologi anggota sangatlah penting dalam menentukan keputusan untuk tetap atau tidaknya menjadi anggota. Pernyataan ini juga diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Aeni Wahyuni tentang “Pengaruh Budaya, Psikologis dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah pada BMT Bina Ummat Mandiri Tambang”, hasilnya menunjukkan bahwa variabel psikologi memiliki pengaruh yang lebih besar dibanding variabel lain dilihat dari hasil uji t hitung sebesar $5,563 \geq t \text{ tabel yaitu } 1,666$. Hal ini menunjukkan bahwa faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.⁷

Menurut Muhibbin Syah, psikologi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku terbuka dan tertutup pada manusia baik selaku individu maupun kelompok dalam hubungannya dengan lingkungan. Dalam

⁶ *Ibid.*

⁷ Aeni Wahyuni, *Pengaruh Budaya, Psikologi dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Murabahah pada BMT Bina Ummat Mandiri Tambang*, (Riau: Skripsi UIN Syarif Kasim, 2013).

hal perilaku konsumen ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi psikologi seseorang dalam mengambil keputusan yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan sikap.⁸

Selain faktor psikologi, faktor lain yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah faktor sosial. Dilihat dari fenomena yang penulis temukan dilapangan, KSPPS BMT Al-Ittihad tidak melakukan promosi secara formal baik itu melalui iklan di media sosial ataupun sosialisasi resmi. Selain itu juga promosi melalui brosur tidak maksimal.⁹ Dalam hal ini BMT termasuk kedalam kelompok/organisasi formal dalam faktor sosial yang mempengaruhi keputusan konsumen. Kelompok formal adalah kelompok yang memiliki struktur organisasi secara tertulis dan keanggotaan yang terdaftar secara resmi.¹⁰ Oleh karena itu kelompok formal termasuk salah satu jenis kelompok referensi yang menjadi salah satu indikator faktor sosial. Sehingga sosialisasi yang dilakukan oleh BMT akan menjadi referensi bagi calon anggota dalam menentukan keputusannya menjadi anggota BMT.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa anggota menjelaskan bahwa mereka mengetahui KSPPS BMT Al-Ittihad dari anggota BMT itu sendiri, anggota keluarga dan lingkungan sekitar baik di lingkungan tempat tinggal maupun tempat bekerja. Calon anggota akan mendapatkan informasi dari anggota langsung sehingga sesuai dengan apa yang mereka alami.

⁸ Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 113.

⁹ Hasil wawancara dengan Manajer BMT Al-Ittihad pada tanggal 9 Juli 2019.

¹⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2014), hlm. 306.

Anggota BMT tersebut akan merekomendasikan produk/ jasa yang ada di KSPPS BMT Al-Ittihad. Dengan kata lain calon anggota mengetahui KSPPS BMT Al-Ittihad melalui berita mulut ke mulut. Hal ini merupakan pengaruh sosial baik itu dari lingkungan sekitar atau dari masyarakatnya itu sendiri sehingga mempengaruhi anggota dalam pengambilan keputusan untuk menjadi anggota KSPPS BMT Al-Ittihad.¹¹

Sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa pengambilan keputusan akan dipengaruhi oleh lingkungan sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status.¹² Biasanya orang-orang yang aktif dalam suatu kelompok atau perkumpulan, mereka akan lebih mudah percaya karena mendapat rekomendasi yang baik dari anggota lain sehingga memberikan kemudahan dalam mengambil keputusan. Begitu pula dengan keluarga mempengaruhi perilaku konsumen karena keluarga adalah kelompok referensi primer yang paling berpengaruh. Peran dan status juga memiliki pengaruh, seseorang yang berpartisipasi di banyak kelompok sepanjang hidupnya (keluarga, klub, organisasi). Posisi orang tersebut dalam setiap kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status.

Pada dasarnya konsumen sebelum melakukan pembelian tidak akan langsung menentukan keputusan pembelian, tetapi melalui proses pengambilan keputusan terlebih dahulu. Proses tersebut meliputi pengenalan

¹¹ Hasil Wawancara dengan Anggota BMT Al-Ittihad pada tanggal 11 Juli 2019.

¹² Dwi Suhartanto, *Perilaku Konsumen Tinjauan Aplikasi di Indonesia*, (Bandung: Guardaya Intimarta, 2008), hlm 113.

kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, pembelian, dan paska pembelian.¹³

Dari penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa dalam diri seseorang itu terdapat keadaan psikologi serta lingkungan sosial yang akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu tindakan atau pengambilan keputusan. Dalam mempengaruhi keinginan nasabah untuk mau menabung dan menjadi anggota merupakan hal yang perlu diperjuang dengan sungguh-sungguh.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Faktor Psikologi dan Sosial Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di KSPPS BMT Al-Ittihad Tasikmalaya”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh faktor psikologi terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT Al-Ittihad?
2. Bagaimana pengaruh faktor sosial terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT Al-Ittihad?
3. Bagaimana pengaruh faktor psikologi dan sosial secara simultan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT Al-Ittihad?

¹³Ibid., hlm. 95.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan diatas, maka dapat ditetapkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh faktor psikologi terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT Al-Ittihad
2. Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT Al-Ittihad
3. Pengaruh secara simultan faktor psikologi dan sosial terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT Al-Ittihad

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor psikologi dan sosial terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT Al-Ittihad dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak luar, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang lebih baik dan jelas sebagai bahan masukan dalam memilih jasa keuangan.
- b. Bagi akademisi, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian mengenai keputusan menjadi anggota di BMT.