

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan lembaga keuangan syariah di Indonesia dapat dikatakan telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal itu ditandai dengan munculnya berbagai lembaga keuangan syariah yang turut andil dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Beberapa lembaga keuangan yang dimaksud ialah bank-bank yang terdapat di Indonesia baik bank konvensional maupun bank syariah. Diantara bank-bank yang telah disebutkan diatas baik bank konvensional maupun bank syariah. Kedua bank tersebut sama-sama memiliki kegiatan yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang berupa simpanan. Kemudian menyalurkan kembali dana yang telah dihimpun tadi dari masyarakat yang berupa pinjaman. Pinjaman tersebut akan diberikan kepada masyarakat yang telah mengajukan permohonan.

Selain bank, selanjutnya diikuti dengan lahirnya BMT (Baitul maal wa tamwil). Sebagai sebuah lembaga keuangan yang tengah berkembang, BMT tentunya tidak terlepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan lainnya. Tidak hanya bersaing dengan sesama BMT melainkan bersaing dengan bank konvensional maupun dengan bank syariah. Banyaknya lembaga keuangan syariah tersebut mengidentifikasikan adanya antusias masyarakat (nasabah) yang tinggi, sehingga kehadirannya sudah mendapatkan sambutan yang hangat. Sebagai lembaga keuangan syariah, yang mempunyai peran penting untuk menumbuhkan dan meningkatkan sektor riil melalui penyaluran kredit. Serta semua kegiatan ekonomi yang hampir tidak mungkin terhindar dari peran lembaga keuangan syariah. Maka lembaga-lembaga keuangan syariah tersebut harus turut andil dalam mengubah perekonomian di Indonesia menjadi lebih baik.

Kehadiran BMT di tengah-tengah masyarakat dapat menjadi solusi bagi pelaku usaha kecil dan menengah untuk mengembangkan usaha. Pelaku usaha kecil dan menengah pada umumnya mengalami kesulitan

dalam meningkatkan usaha yang dikelola. Pada kondisi ini disebabkan oleh keterbatasan modal dan juga kesulitan dalam mengakses lembaga pembiayaan seperti perbankan umum yang cukup sulit untuk dijadikan tempat alternatif untuk mendapatkan modal usaha. Berdirinya lembaga keuangan syariah sejenis Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) ini telah berhasil menjadi jawaban terhadap tuntutan dan kebutuhan kalangan umat Islam. Kehadiran BMT muncul saat umat Islam mengharapkan adanya lembaga keuangan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dan bebas dari unsur riba yang diasumsikan haram. Tingkat ketahanan BMT ini terletak pada segi fundamental ekonomi dan aspek manajemen keuangan yang berbasis syariah dan berorientasi pada ekonomi kerakyatan. (Janwari, 2000)

Baitul mal wat tamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu baitul mal dan baitut tamwil. Baitul mal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti: zakat, infaq dan shodaqoh. Sedangkan baitut tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah. (Sudarsono, 2007)

Pada dasarnya BMT merupakan lembaga swadaya masyarakat yang didirikan dan dikembangkan oleh masyarakat. Terutama pada awal pendirian, biasanya dilakukan dengan menggunakan sumber daya dari masyarakat secara mandiri, termasuk dana atau modal. Dalam hal ini BMT dapat dikatakan sebagai lembaga keuangan yang bertugas untuk mengelola keuangan pada segmen pasar mikro. Sebagaimana sebuah perusahaan yang berorientasi pada profit, BMT menjalankan kegiatan usahanya bertindak sebagai lembaga intermediary bagi pihak kelebihan dan kekurangan dana. Usaha yang dijalankan oleh BMT secara spesifik yakni menghimpun dana dari anggota, kemudian disalurkan kembali kepada anggota lain yang membutuhkan, guna dikelola ke sektor ekonomi yang menguntungkan.

Dalam konteks lembaga keuangan, BMT adalah unit usaha yang cara kerjanya hampir sama dengan bank syariah, namun perbedaannya hanya terletak pada mekanisme operasionalnya. Produk-produk yang

ditawarkannya pun tidak jauh berbeda dengan produk-produk yang ditawarkan oleh bank konvensional maupun bank syariah. Pada intinya produk-produk tersebut adalah penghimpunan dana dari masyarakat dan penyaluran dana ke sektor produktif yang diharapkan dari sirkulasi dana tersebut mampu memberikan keuntungan financial kepada berbagai pihak yang terkait.

Dalam memenuhi pelayanan kepada para anggotanya, BMT Al Ishlah memiliki berbagai pilihan produk simpanan maupun pembiayaan. Berikut produk simpanan yang terdapat di BMT Al-ishlah Arjawinangun adalah simpanan tour, SIPINTER (simpanan pendidik terencana), SMART (Simpanan Madinah Riil Teknologi), simpanan pendidikan dan SIMADINAH (simpanan akad wadiah yadhomanah). Sedangkan produk pembiayaannya sebagai berikut pembiayaan multi jasa, pembiayaan musyarakah, pembiayaan ijarah, pembiayaan walimah mubarak (akad IMFZ), pembiayaan hawalah (akad pengalihan) dan pembiayaan murabahah.

Untuk dapat mengenalkan produk yang akan ditawarkan kepada calon nasabah, BMT harus melakukan promosi. Dimana promosi itu adalah suatu kegiatan memasarkan produk yang dilakukan oleh perusahaan dengan memberikan informasi yang tepat melalui alat media promosi dalam bentuk gambar maupun kata-kata yang tertulis diantaranya seperti di sebuah brosur, spanduk, billboard, Koran, majalah, televisi atau radio. Informasi tersebut mengenai produk atau barang yang ditawarkan oleh perusahaan. Kemudian dapat mempengaruhi atau membujuk yang selanjutnya dapat meningkatkan sasaran atas jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Tanpa adanya suatu promosi keberadaan produk atau jasa kurang mendapatkan perhatian dari anggota bahkan tidak tahu sama sekali mengenai produk atau jasa tersebut. Ketika calon anggota sudah mengetahui produk-produk yang terdapat di BMT tersebut. Selanjutnya calon anggota melakukan tindak lanjut dengan memutuskan menjadi anggota serta menggunakan produk yang terdapat di BMT atau tidak. Selain itu ada hal yang lebih penting juga yaitu kualitas pelayanan. Agar

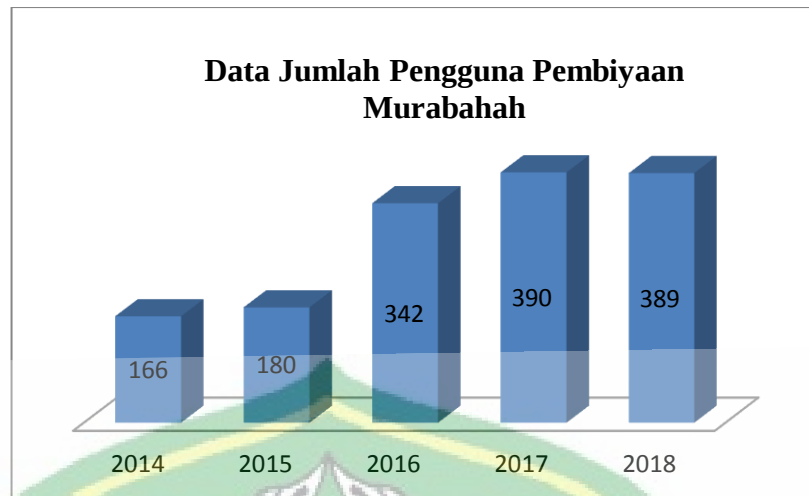
calon anggota dapat memutuskan untuk menggunakan salah satu produk atau jasa dari produk pembiayaan maupun produk simpanan. BMT harus melakukan cara agar calon nasabahnya menggunakan salah satu produknya yaitu salah satunya BMT harus meningkatkan kualitas pelayanannya.

Layanan merupakan kunci sukses sebuah perusahaan. Jika kenyataannya nasabah menerima layanan melebihi harapannya, maka nasabah mengatakan layanannya berkualitas. Sebaliknya, jika kenyataannya nasabah menerima layanan kurang atau sama dari harapannya, maka nasabah akan mengatakan layanannya tidak berkualitas atau tidak memuaskan (Risdiyanto, 2014).

Dari pemaparan diatas memperlihatkan bahwa sebenarnya yang mempengaruhi nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan produk-produk tersebut ialah promosi dan kualitas pelayanan. Oleh sebab itu lembaga-lembaga keuangan syariah, khususnya BMT perlu untuk melakukan promosi. Dengan melakukan promosi akan mengubah tingkah laku calon anggota, yang semula calon anggota tersebut tidak mengenal menjadi mengenal. Serta melakukan pelayanan yang sebaik mungkin kepada nasabahnya. Agar upaya-upaya yang telah dilakukan oleh instansi yang terkait dapat memenuhi keinginan maupun kebutuhan sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah. Karena dengan memberikan pelayanan yang baik akan berpengaruh positif terhadap nasabah dan lembaga keuangan yang terkait.



Berikut ini data pengguna pembiayaan murabahah 2014-2018



Gambar 1.1

Pengguna pembiayaan murabahah

(Sumber: Laporan Rekap Minat Pembiayaan BMT Al-Ishlah Arjawinangun)

Bisa dilihat dari gambar diatas bahwa pengguna pembiayaan murabahah di BMT Al-Ishlah Arjawinangun pada Tahun 2014 sampai 2016 mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa di tengah banyaknya pilihan lembaga keuangan yang menawarkan pembiayaan, BMT Al-Ishlah Arjawinangun tetap menjadi pilihan bagi anggotanya untuk mengajukan modal pembiayaan. Namun pada Tahun 2017 yaitu 390 orang yang menggunakan pembiayaan murabahah. Namun pada Tahun setelahnya yaitu pada Tahun 2018 mengalami penurunan pada pengguna pembiayaan murabahah. Pada Tahun 2018 yang menggunakan pembiayaan murabahah berjumlah 389 orang. Penurunan terhadap pengguna pembiayaan murabahah di USPPS BMT Al-Ishlah Arjawinangun pada tahun 2018, diduga adanya pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan suatu produk atau jasa. Salah satunya adalah dengan adanya promosi, yang merupakan suatu kegiatan untuk memberikan informasi mengenai suatu produk agar nasabah mengetahui produk tersebut. Selain itu juga berdasarkan kualitas pelayanan, dengan adanya pelayanan yang baik maka dapat mempengaruhi

keputusan nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan suatu produk dan jasa. .

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan memahami lebih dalam seputar masalah tersebut karena masih sedikit penelitian yang mengenai BMT. Maka oleh karena itu, penulis terdorong untuk mengangkat permasalahan mengenai “PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN MURABAHAH DI USPPS BMT AL-ISHLAH ARJAWINANGUN”

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Adanya suatu promosi dapat memudahkan anggota dan calon anggota untuk mengetahui berbagai produk maupun jasa yang dimiliki USPPS BMT Al-Ishlah Arjawinangun.
- b. Pemberian pelayanan yang baik dapat mempengaruhi keputusan nasabah.
- c. Terjadi penurunan jumlah pengguna pembiayaan murabahah pada tahun 2018 sebesar 389 dari 380 di tahun 2017.

2. Batasan Masalah

Permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini dibatasi hanya terletak di BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*) Arjawinangun. Serta hanya tertuju oleh nasabah atau anggota BMT yang sudah menjadi anggota BMT selama minimal 1 (Satu) Tahun sebagai objek penelitian ini. Dan dibatasi dengan anggota BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*) yang menggunakan pembiayaan murabahah.

3. Pertanyaan Penelitian

Permasalahan dalam penelitian ini yang akan dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di USPPS BMT AL-ISHLAH?
- b. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan di USPPS BMT AL-ISHLAH?
- c. Bagaimanakah pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di USPPS BMT AL-ISHLAH?

C. Tujuan dan Kegunaan penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan merupakan hal-hal yang akan dicapai sebagai upaya pemecahan masalah. Tujuan dari laporan tugas akhir ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di USPPS BMT AL-ISHLAH.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di USPPS BMT AL-ISHLAH.
- c. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan pembiayaan murabahah di USPPS BMT AL-ISHLAH.

2. Kegunaan penelitian

Kegunaan penelitian dalam menganalisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Pembiayaan Murabahah Di Uspps Bmt Al-Ishlah Arjawinangun sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan, pengetahuan dan informasi yang sangat berguna serta dapat membedakan apa yang telah dipelajari sebelumnya di bangku kuliah dengan prakteknya di dunia nyata itu berbeda, disamping itu juga untuk mendapatkan gelar S1.

b. Bagi BMT Al Ishlah

Semoga penulisan ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan dikoreksi bagi pihak BMT serta menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Semata-mata agar pihak BMT dapat mendapatkan anggota baru sekaligus mempertahankan anggotanya.

c. Bagi Masyarakat

Penulisan ini diharapkan dapat menambah informasi tentang BMT dengan berbagai produk-produknya baik simpanan maupun pembiayaannya.



D. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran utuh secara menyeluruh mengenai penulisan penelitian ini, maka penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya disusun pada rumusan masalah dan diuraikan tentang tujuan serta kegunaan penelitian, kemudian diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian ini. Setelah itu diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka berfikir dan hipotesis serta metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang telah diperoleh.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, responden yang menjadi obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi simpulan hasil penelitian dan saran-saran.

