

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak beberapa tahun terakhir ini keberadaan dan perkembangan lembaga keuangan syariah ditengah masyarakat sedemikian pesat. Hal ini ditandai oleh semakin banyak nya outlet-outlet lembaga keuangan syari'ah seperti, Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) dan lembaga keuangan syariah lainnya. Apresiasi serta respon masyarakat terhadap lembaga keuangan syari'ah cukup menggembirakan, meskipun belum secara menyeluruh. Disisi lain keberadaan lembaga keuangan yang sejalan dengan prinsip syariah dari waktu kewaktu tingkat kesadaran masyarakat (khususnya umat muslim) semakin meningkat.

Fasilitas pembiayaan merupakan suatu kegiatan yang menjadi sumber utama pendapatan bank syariah. Keuntungan dan penentuan harga, bank syariah menganut prinsip syariah yang mengikuti aturan Al-Qur'an dan Hadist (Kasmir, 2008).

Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) yaitu isinya berintikan *bayt al-mal wa at-tamwil* dengan balai usaha mandiri terpadu yang kegiatannya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil kebawah dengan mendorong kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana (Hertanto widodo Ak, 2000). Baitul mal wat tamwil (BMT) adalah koperasi yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang tata cara bermuamalat itu dijauhi praktek- praktek yang dikhawatirkan terdapat unsur-unsur yang dilarang dalam bermuamalah

untuk diisi menggunakan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil serta pembiayaan perdagangan (Karim A. A., 2003).

BMT terdiri atas dua istilah, yaitu :

1. Baitul maal, lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti; zakat, infaq, dan shodaqoh.
2. Baitul 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. Secara kelembagaan BMT didampingi atau didukung Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) sebagai lembaga primer karena mengemban misi yang lebih luas, yakni menetaskan usaha kecil.

PINBUK dalam prakteknya menetaskan BMT, dan pada gilirannya BMT menetaskan usaha kecil. Keberadaan BMT merupakan representasi dari kehidupan masyarakat, dengan jalan ini BMT mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat. BMT berperan umum dalam melakukan pembinaan dan pendanaan berdasarkan sistem syariah. Arti penting prinsip-prinsip syariah ditegaskan dalam kehidupan ekonomi masyarakat. BMT sebagai lembaga keuangan syariah berhubungan langsung dengan masyarakat kecil, maka mempunyai tugas penting dalam mengemban misi ke-islaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat (Ridwan, 2004).

BMT USA merupakan merupakan BMT yang berbadan hukum koperasi, BMT berintikan dua kegiatan usaha yang mencakup Baitul Maal dan Baituttamwil. BMT sebagai baitul maal adalah lembaga keuangan

yang kegiatan pokoknya menerima dan menyalurkan dana umat Islam yang berasal dari zakat, infak dan sedekah (ZIS). Penyaluran ZIS diberikan kepada mereka yang berhak (mustahiq), sesuai aturan agama serta sesuai manajemen keuangan modern. Pengelolaan dana ZIS tidak mendapat keuntungan finansial, karena hasil zakat tidak boleh dibisniskan BMT. Sedangkan BMT sebagai baitul tamwil adalah lembaga (institusi) keuangan umat Islam yang usaha pokoknya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya melalui pembiayaan usaha masyarakat yang produktif dan menguntungkan sesuai dengan sistem ekonomi syariah.

BMT USA berdiri berawal dari sebuah pelatihan Mengelola Hidup dan Merencanakan Masa Depan (MHMMD) pada tahun 2006 yang diselenggarakan oleh PP LPNU berkerjasama dengan ICMI, yang diikuti 5 delegasi dari per Kabupaten perwakilan Lembaga NU dan Badan Otonom serta pesantren se-Jawa Tengah dengan Abdul Ghofur Rozin putra KH. Muhammad Ahmad Mahfudz Kajen Pati Jawa Tengah selaku ketua panitia. Dari Pelatihan tersebut terbentuklah alumni MHMMD yang kemudian pada tahun 2007 melakukan serangkaian tindak lanjut, dimulai dengan pelatihan kewirausahaan, pelatihan pendirian BMT sampai pelatihan manager yang semua pelatihannya diselenggarakan di Pati dan sampai tahap magang di BMT BUS Lasem, dan juga Bank Syariahnya KH. M.A. Sahal Mahfudz Pati yaitu BPR Syariah Arta Mas Abadi dengan komisarisan Mas Faruq dan teman satu angkatan MHMMD yang menjadi fasilitator pelatihan lanjutan sampai sekarang. Seiring dengan seleksi alam, dari 5 orang alumni pelatihan ini hanya 4 orang yang terlibat prose pendirian. Sampai tahap-tahap akhir

tinggal 2 orang yang inten mendampingi pendirian. Dari 2 personil inilah yang akhirnya sebagai perintis BMT USA (Ummat Sejahtera Abadi) jepara yaitu Drs.Mustaqim Umar, M.M. yang kemudian diadulat menjadi Ketua dan M. Jauharuddin S.Sos.i sebagai managernya setelah melalui perekrutan anggota pendiri, akhirnya BMT USA (Ummat Sejahtera Abadi) berhasil didirikan dan mendapat badan hukum tanggal 25 Oktober 2007 dan beroperasi secara resmi tanggal 12 Desember 2007. Dan pada tahun 2016 perubahan telah dilakukan oleh manajemen BMT USA, diantaranya yaitu perubahan badan hukum dari KJKS menjadi KSPPS tanggal 5 April 2016 dengan nomor badan hukum 518/12/159/BH/PAD/XIV.10/III/2016.

Sejarah dan kerja keras yang telah dilakukan para perintis menjadikan BMT USA (Ummat Sejahtera Abadi) Jepara menjadikan yang terdepan dalam jaringan ASKOWANU (Asosiasi Koperasi Warga NU) yang beranggotakan 12 BMT yaitu BMT Aman Utama, BMT Guna Lestari, BMT LiSa, BMT USA, BMT Aman Abadi, BMT Yamamus, BMT Lumbung Arto, BMT Yasmin, BMT IKA UNISNU Jepara, BMT Mitra Utama. BMT BMT Artha Melati, BMT AMANAH yang memiliki latar belakang NU (Nahdlatul Ulama).

BMT USA Jepara yang sudah beroperasi dalam 11 tahun dan mencapai data sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Jumlah Anggota Pendiri

Tahun	Jumlah
2018	28

Sumber: KSPPS BMT USA Jepara

Tabel 1. 2 Jumlah Anggota Biasa

Tahun	Jumlah
2018	14.657

Sumber: KSPPS BMT USA Jepara

Tabel 1. 3 Jumlah Kantor Cabang BMT USA

Tahun	Jumlah
2018	10

Sumber: KSPPS BMT USA Jepara

Tabel 1. 4 Jumlah Karyawan

Tahun	Jumlah
2018	46

Sumber: KSPPS BMT USA Jepara

Perusahaan yang mempunyai strategi pemasaran yang tepat akan membuat perusahaan mempunyai arah dan tujuan yang tepat sehingga dapat membuat keputusan pembelian konsumen untuk membeli semakin meningkat. Pada Era sekarang ini, pemasaran menjadi hal terpenting dari beragam usaha. Konsep modern pemasaran diakui perannya sebagai penyumbang langsung untuk mendapatkan laba serta volume penjualan (Stanton, 1996). Perusahaan harus mampu menerapkan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu produk (*product*) , harga (*price*), distribusi/lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*) (Adam, 2015).

Bauran pemasaran jasa merupakan pengembangan dari bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) jasa ke 4P

tersebut belum cukup mewakili karakteristik jasa, dilihat dari sejarah berdirinya BMT USA Jepara yang berlatar belakang NU (Nahdlatul Ulama). Penulis menambahkan pengaruh afiliasi organisasi dalam keputusan anggota memilih produk BMT USA Jepara.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota untuk menggunakan produk di BMT USA Jepara dan merumuskan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran dan Afiliasi Organisasi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk BMT (Studi Pada BMT USA Jepara)”. Adapun alasan memilih judul diatas, karena persaingan yang ketat antar lembaga keuangan mengharuskan setiap lembaga keuangan mengoptimalkan strategi dalam memasarkan produknya, dengan menggunakan bauran pemasaran dan afiliasi organisasi sebagai usaha untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk. Maka dari itu penelitian ini penting dilakukan untuk mempertahankan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk dan untuk meningkatkan penjualan bagi perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan yang akan diselesaikan yaitu :

1. Seberapa besar pengaruh produk terhadap keputusan menjadi anggota di BMT USA Jepara?
2. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan menjadi anggota di BMT USA Jepara?

3. Seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi anggota di BMT USA Jepara?
4. Seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi anggota di BMT USA Jepara?
5. Seberapa besar pengaruh afiliasi organisasi terhadap keputusan anggota memilih BMT USA Jepara?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk terhadap pengambilan keputusan menjadi anggota di BMT USA Jepara.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap pengambilan keputusan menjadi anggota di BMT USA Jepara.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi terhadap pengambilan keputusan menjadi anggota di BMT USA Jepara.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap pengambilan keputusan menjadi anggota di BMT USA Jepara.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh afiliasi NU (Nahdlatul Ulama) terhadap keputusan menjadi anggota BMT USA Jepara.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penulisan penelitian ini dikemukakan beberapa manfaat, yaitu :

1. Bagi Peneliti
 - a. Dengan penelitian ini penulis memperoleh pengalaman dan ilmu pengetahuan baru mengenai BMT.

- b. Menambah dan memantapkan kreatifitas penulis dalam fenomena yang terjadi di BMT.

2. Bagi BMT

Hasil penelitian ini tentu akan memberikan kontribusi bagi BMT didalam menentukan strategi pemasaran, terutama setelah mengetahui faktor-faktor yang mendorong keputusan nasabah untuk memilih menggunakan jasa BMT USA Jepara.

3. Bagi Praktisi

- a. Sebagai informasi dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk melakukan perbaikan di dalam peningkatan kualitas pelayanan kepada anggota.
- b. Serta hasil penelitian ini dapat disumbangkan dan digunakan bagi pembaca dan sebagai acuan untuk melaksanakan penelitian yang berkaitan dengan masalah ini.

4. Bagi Universitas

- a. Memberikan tambahan wawasan sebelum di lepas ke dunia kerja sehingga mahasiswa mempunyai bekal kerja dan usaha.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan referensi yang dapat memberikan manfaat bagi peneliti dimasa mendatang.

E. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan penelitian ini, penulis memberikan gambaran secara menyeluruh untuk memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka dibuatlah sistematika penulisan sebagai berikut:

Bagian muka skripsi, terdiri dari:

Halaman judul, pernyataan keaslian proposal skripsi dan halaman daftar isi. Skripsi ini terdiri dari beberapa bab yaitu:

Bab I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang alasan penelitian tersebut diteliti dan menjelaskan tentang pentingnya diadakan penelitian tersebut, rumusan masalah yang akan digali di bab selanjutnya, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II tinjauan umum tentang perilaku konsumen yang di dalamnya membahas tentang pengertian perilaku konsumen, pengertian keputusan, dan pengertian minat, apa saja yang mempengaruhi keputusan anggota.

Bab III Metode Penelitian. Dalam bab ini penulis akan menjelaskan metode apa saja yang akan penulis pakai nanti serta pengertian-pengertian dari metode-metode tersebut.

Bab IV Analisis Data Pengaruh afiliasi NU (Nahdlatul Ulama) Terhadap keputusan anggota.

Bab V Penutup, berisi akhir dari keseluruhan bab dan memuat tentang kesimpulan dan saran.

Bagian terakhir terdiri dari : Daftar Pustaka dan Lampiran-Lampiran.