

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan pasar keuangan syariah (*financial market sharia*) sedang marak di dunia, khususnya di negara berpenduduk mayoritas beragama Islam. Hal tersebut ditandai dengan berdirinya *Islamic Financial Market* di Kuala Lumpur yang dipelopori oleh negara-negara Islam. Kemajuan *financial market sharia* di Indonesia, terutama dalam bidang perbankan dan asuransi syariah cukup signifikan diikuti pasar modal dan pegadaian syariah. Perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat dari tahun ke tahun. Secara institusional, jumlah bank syariah pada tahun 2000 terdiri dari dua Bank Umum Syariah (BUS) dan tiga Unit Usaha Syariah (UUS) dan berkembang menjadi tiga BUS dan sembilan belas UUS pada akhir tahun 2005.¹ Jumlah BUS per Januari 2020 adalah 14 dengan 1.922 kantor dan 20 UUS dengan jumlah kantor sebanyak 386.²

Lembaga keuangan syariah dapat dibedakan menjadi dua, yaitu lembaga keuangan depositori syariah dan lembaga keuangan syariah non depositori. Lembaga keuangan depositori syariah disebut juga dengan lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan syariah non depositori disebut dengan lembaga keuangan syariah bukan bank. Peranan kedua lembaga keuangan syariah tersebut adalah sebagai perantara keuangan antara pihak kelebihan dana (unit surplus) dan pihak yang kekurangan dana (unit defisit). Lembaga keuangan depositori syariah menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan, seperti tabungan wadi'ah dan mudharabah. Adapun lembaga keuangan syariah yang tidak termasuk kategori bank syariah dan non bank syariah adalah *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT). BMT didirikan sebagai sebuah perwujudan kegiatan ekonomi umat yang menjunjung tinggi nilai-nilai *ta'awun* (tolong-menolong) dan kekeluargaan sebagaimana asas koperasi. Operasionalnya, BMT berlandaskan syariat Islam karena BMT lahir dari masyarakat yang sepakat mendirikan BMT. BMT dapat dikembangkan menjadi lembaga yang berbadan hukum koperasi jika telah memenuhi syarat dan ketentuan tertentu sesuai aturan yang berlaku. BMT dapat dikembangkan pula sebagai lembaga badan usaha yang berskala besar menjadi BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah).³ BMT merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang dapat dijadikan pilihan untuk memutuskan menjadi nasabah.

¹ Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta Timur: Zikrul Hakim, 2008): 1-2.

² Ahmad, *Lembaga Keuangan Syariah*, 2.

³ Ahmad, *Lembaga Keuangan Syariah*, 4-5.

Manusia selalu terlibat dalam pengambilan keputusan ketika berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Keputusan merupakan seleksi dari dua pilihan atau lebih. Keputusan selalu mengisyaratkan pilihan antara beberapa perilaku yang berbeda. Keputusan berkaitan dengan hal yang telah ditetapkan yang sudah dipertimbangkan, sikap terakhir yang harus dilakukan dalam mengambil tindakan. Keputusan nasabah merupakan tahap konsumen (nasabah) telah memiliki pilihan dan sikap untuk melakukan keputusan pembelian. James F Engel berpendapat bahwa keputusan pembelian merupakan hasil kelanjutan yang dilakukan individu ketika dihadapkan pada situasi dan alternatif tertentu dalam memenuhi kebutuhan. Pengambilan keputusan pembelian berkaitan dengan suatu seleksi untuk menentukan pilihan dari berbagai alternatif yang tersedia. Kebutuhan manusia sangat banyak juga beraneka ragam dan kebutuhan itu dapat dipenuhi dalam sistem ekonomi yang dilakukan dengan aktivitas membeli dengan demikian, suatu kebutuhan pada akhirnya akan menimbulkan keputusan pembelian.⁴

Proses keputusan membeli mengacu pada tindakan konsisten dan bijaksana yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Seorang onsumen yang hendak melakukan pilihan maka mereka memiliki pilihan alternatif, jika konsumen sudah menentukan alternatif yang akan dipilih dan penggantinya jika diperlukan maka ia akan melakukan pembelian. Suatu proses keputusan membeli bukan sekedar mengetahui berbagai faktor yang akan mempengaruhi pembeli, tetapi berdasarkan peranan dalam pembelian dan keputusan untuk membeli.⁵ Kunci perilaku konsumen adalah keputusan pembelian. Konsumen melakukan tindakan dengan konsumsi produk dan jasa yang dibutuhkan.⁶ Keputusan nasabah untuk menabung merupakan efek akhir dari suatu pembelian, terdapat beberapa alasan yang menjadi pertimbangan masyarakat memutuskan untuk menjadi nasabah.⁷ Preferensi menjadi salah satu faktor masyarakat dalam menentukan keputusan untuk menjadi anggota BMT.

Preferensi merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang digunakan. Menurut Kotler preferensi konsumen merupakan kesukaan konsumen dari berbagai

⁴ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 247-248.

⁵ Sunardi dan Ana Maftukhah, "Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Kan.Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan)," *Jurnal Islamonomic* 6, no. 2 (2015): 42-43.

⁶ Usman, *Psikologi Konsumen*, 249.

⁷ Budi Gautama Siregar, "Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan menjadi Nasabah Tabungan Marhamah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan," *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman* 4, no. 1 (2018): 3.

pilihan produk atau jasa yang ada. Preferensi konsumen menurut Noor dan Sanrego dapat mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk atau jasa.⁸ Pemahaman preferensi konsumen bertujuan untuk meneruskan strategi pemasaran yang secara berkelanjutan agar barang atau jasa yang dijual atau dipasarkan tetap diminati oleh konsumen.⁹ Penelitian tentang pengaruh preferensi konsumen telah dilakukan sebelumnya, pada beberapa penelitian dan perusahaan yang berbeda. Hal ini mengindikasikan bahwa preferensi konsumen merupakan hal yang penting dalam pemasaran karena berhubungan erat dengan keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuannya, yaitu keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen atas dasar preferensi konsumen.¹⁰ Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Moh. Faishal Yordani Al Basya dkk bahwa preferensi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa kursus bahasa inggris.¹¹ Menurut wardhani dkk bahwa variabel preferensi konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *Green Product* Hunian.¹² Hal ini berarti bahwa tinggi atau rendahnya preferensi konsumen berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota BMT. Faktor lain yang tak kalah penting yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan keputusan menjadi anggota BMT adalah pengetahuan.

Pengetahuan dibutuhkan konsumen dalam melakukan keputusan menjadi anggota BMT. Konsumen memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda-beda. Pengetahuan dapat digunakan oleh konsumen untuk menerjemahkan suatu informasi. Pada dasarnya konsumen perlu memahami terlebih dahulu produk dalam suatu lembaga keuangan agar

⁸ Febby Irfayunita, dkk., “Pengaruh Nisbah Bagi Hasil terhadap Preferensi Masyarakat memilih Produk-produk Pendanaan pada Perbankan Syariah dengan Faktor *Financial Literacy* sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Benefita* 4, no. 1 (2019): 15.

⁹ Ammar Aiman, dkk., “Analisi Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Produk Olahan Perikanan di Kota Tasikmalaya (Studi Kasus di Pasar Tradisional Cikurubuk, Kecamatan Mangkubumi),” *Jurnal Perikanan dan Kelautan* 8, no. 1 (2017): 147.

¹⁰ Widya Wardhani, “Pengaruh Presepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian *Green Product*,” *Jurnal Manajemen dan Organisasi* 6, no. 1 (2015): 47.

¹¹ Moh. Faishal Yordani Al Basya, dkk., “Analisis Preferensi Konsumen terhadap Keputusan menggunakan Jasa Kursus Bahasa Inggris (Studi pada Pelanggan Lembaga Kursus Bahasa Inggris di Kampung Inggris Pare),” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 58, no. 2 (2018): 202.

¹² Widya Wardhani, “Pengaruh Presepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian *Green Product*,” *Jurnal Manajemen dan Organisasi* 6, no. 1 (2015): 58.

tepat dalam mengambil keputusan. Pengetahuan dapat menimbulkan minat konsumen terhadap suatu produk dan membuat konsumen melakukan suatu keputusan. Pengetahuan diperlukan sebagai upaya pendukung dalam memahami konsumen dan perilakunya.¹³

Pengetahuan menurut Yasin, dkk., merupakan suatu ilmu atau pemahaman seseorang yang didapat setelah orang tersebut melakukan penelitian terhadap objek tertentu. Kapasitas untuk melakukan tindakan merupakan definisi pengetahuan yang paling sederhana, dengan kata lain pengetahuan yaitu berbagai informasi dan data yang telah diketahui.¹⁴

Pengetahuan konsumen akan suatu lembaga keuangan dibutuhkan agar nantinya salah satu pihak tidak ada yang merasa dirugikan. Animo masyarakat terhadap BMT dapat meningkat dengan adanya pengetahuan konsumen tentang lembaga keuangan syariah. Amena berpendapat bahwa pengetahuan merupakan segala sesuatu yang terdapat dalam pikiran seseorang setelah dilakukan pengindraan pada suatu objek tertentu. Pengetahuan seorang konsumen mengenai BMT dapat diperoleh dari berbagai sumber, misalnya seperti dari teman, keluarga, iklan, karyawan, dan masih banyak lagi.¹⁵

Pengetahuan merupakan faktor paling dasar dalam perkembangan lembaga keuangan syariah. Pengalaman yang tersimpan dalam kesadaran manusia juga disebut dengan pengetahuan. Pengetahuan konsumen meliputi semua informasi yang dimiliki mengenai berbagai macam produk barang dan jasa serta pengetahuan lain yang terkait dan informasi yang berhubungan dengan fungsi atau manfaat sebagai konsumen.¹⁶

Pengetahuan konsumen merupakan semua hal yang diketahui dan dipahami konsumen akan suatu produk yang dipasarkan, melekat, dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan. Dukungan informasi dapat mendorong seorang konsumen untuk

¹³ Abdul Haris Romdoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4, no. 2 (2018): 139-140.

¹⁴ Abdul Haris Romdoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4, no. 2 (2018): 139.

¹⁵ Umi Suswati Risnaeni dan Dhiastuti Eka Wulandari, "Pengaruh Pengetahuan Anggota terhadap Pengambilan Keputusan Pembiayaan Murabahah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Randuagung Lumajang," *Jurnal Berbasis Sosial* 1, no. 1 (2020), 67.

¹⁶ Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, dan Religiusitas terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2019):22.

melakukan suatu pengambilan keputusan.¹⁷ Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari yang berjudul Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada lembaga Keuangan Mikro Syariah menghasilkan pernyataan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan di BMT Amanah Ummah Gumpang. Hal tersebut dibuktikan dengan koefisien pengaruh variabel pengetahuan yang dihasilkan pada penelitian tersebut senilai 0,315 dengan signifikansi 0,003. Pengetahuan masyarakat tentang produk-produk yang dimiliki yang telah diberikan oleh BMT Amanah Gumpang merupakan hal yang sangat penting dan dapat meningkatkan pemahaman serta mendorong minat konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.¹⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Fajar Mujadid, dkk., yang berjudul Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, dan Religiusitas terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung pelajar SMK dibuktikan dengan hasil uji yang menghasilkan koefisien regresi beta senilai 0,128 dan tingkat signifikansi sebesar 0,105 yang lebih besar dari 0,05.¹⁹

Pengetahuan anggota berpengaruh signifikan terhadap terhadap pengambilan keputusan pembiayaan *murabahah* di BMT UGT Sidogiri Capem Randuagung Lumajang. Hal tersebut berdasarkan hasil penelitian dari Umi Suswati Risnaeni dan Dhiasti Eka Wulandari yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Anggota terhadap Pengambilan Keputusan Pembiayaan *Murabahah* di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Randuagung Lumajang dengan dibuktikan hasil uji parsial yang tingkat

¹⁷ Nurul Inayah dan Siti Sudiarti, "Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Studi Kasus di PT. BPRS Paduarta Insani," *Jurnal At-Tawassuth* 2, no. 1 (2017): 197.

¹⁸ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4, no. 2 (2018): 144.

¹⁹ Fajar Mujadid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, dan Religiusitas terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2019):31.

signifikansinya 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 dan besar pengaruh pengetahuan adalah 64,9%.²⁰

Preferensi dan pengetahuan merupakan dua variabel yang dapat mempengaruhi keputusan menjadi anggota BMT. Pernyataan tersebut berdasarkan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang telah diuraikan. Akan tetapi, perbedaan tingkat pendidikan, lingkungan, pekerjaan, usia, dan lain sebagainya dapat membuat preferensi dan pengetahuan masing-masing konsumen berbeda. Peserta Jam'iyah Hafidz Qur'an (JHQ) Winong merupakan bagian dari anggota BMT dan memiliki latar belakang yang berbeda dengan responden yang digunakan pada penelitian terdahulu.

Berdasarkan dari uraian dan beberapa penelitian terdahulu dengan berbagai variasi variabel-variabel yang digunakan, maka peneliti sangat tertarik untuk meneliti tentang hal terkait dengan judul **“Pengaruh Preferensi dan Pengetahuan terhadap Keputusan menjadi Anggota BMT (Studi Kasus pada Peserta Jam'iyah Hafidz Qur'an Winong)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut dapat ditarik beberapa pokok permasalahan yang perlu dibahas dan dikaji dalam penelitian ini, sehingga dapat dirumuskan dalam bentuk-bentuk pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah preferensi berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota BMT pada peserta Jam'iyah Hafidz Qur'an Winong?
2. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota BMT pada peserta Jam'iyah Hafidz Qur'an Winong?
3. Apakah preferensi dan pengetahuan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi anggota BMT pada peserta Jam'iyah Hafidz Qur'an Winong?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk memperoleh pengetahuan dari hasil uji penelitian yang dapat memecahkan masalah yang sesuai dalam rumusan masalah. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji secara empiris mengenai pengaruh dari preferensi terhadap keputusan menjadi anggota BMT pada peserta Jam'iyah Hafidz Qur'an Winong.

²⁰ Umi Suswati Risnaeni dan Dhiasti Eka Wulandari, “Pengaruh Pengetahuan Anggota terhadap Pengambilan Keputusan Pembiayaan *Murabahah* di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Randuagung Lumajang,” *Jurnal Berbasis Sosial* 1, no. 1 (2020): 79.

2. Menguji secara empiris mengenai pengaruh dari pengetahuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT pada peserta Jam'iyah Hafidz Qur'an Winong.
3. Menguji secara empiris mengenai pengaruh dari preferensi dan pengetahuan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi anggota BMT pada peserta Jam'iyah Hafidz Qur'an Winong.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan informasi yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan kajian dan menambah kepustakaan khususnya mengenai tentang pengaruh dari preferensi dan pengetahuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT sehingga dapat menjadi informasi bagi pihak lain dan menjadi sarana untuk mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Lembaga Akademis

Menambah pengetahuan dan informasi mengenai pengaruh dari preferensi dan pengetahuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT sehingga dapat dijadikan masukan dan referensi pada penelitian dengan topik yang sama pada masa yang akan datang.

- b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat berguna bagi peneliti sebagai bahan kajian yang sesuai untuk mengetahui tentang pengaruh dari preferensi dan pengetahuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT sehingga menjadi pengalaman untuk bahan pertimbangan kelak jika sudah terjun dalam kehidupan bermasyarakat.

- c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menjadi referensi bagi berbagai pihak utamanya pengelola BMT untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh dari preferensi dan pengetahuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT sehingga pengelola mendapatkan metode yang tepat dan dapat menerapkannya untuk semakin memajukan BMT yang sedang dikelola.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian awal

Bagian ini terdiri dari halaman judul (sampul depan dan sampul dalam), halaman pernyataan, abstrak, motto, persembahan, persetujuan pembimbing, lembar pengesahan, daftar isi, daftar gambar, dan daftar tabel.

2. Bagian isi

Bagian ini terdiri atas beberapa sub bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang deskripsi teori yang mendasari pengaruh preferensi dan pengetahuan terhadap keputusan menjadi anggota BMT, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan, *setting* penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas instrumen, uji asumsi klasik, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, deskripsi dan penelitian, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, hasil uji asumsi klasik, hasil uji analisis data, dan hasil dari pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan dalam penelitian, dan saran-saran.

3. Bagian akhir

Bagian ini berisi daftar pustaka.