

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan perekonomian suatu negara selalu berkaitan dengan lalu lintas pembayaran uang, dimana industri perbankan mempunyai peranan yang sangat strategis, yakni sebagai urat nadi sistem perekonomian. Kegiatan pokok bank yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk modal usaha atau jenis pinjaman lainnya. Dengan kata lain, baik perbankan konvensional maupun perbankan syariah mempunyai fungsi sebagai *intermediary service*, dimana peran tersebut hanya dilaksanakan jika perbankan beroperasi dalam keadaan sehat dan dalam lingkungan bisnis yang kondusif.¹

Selain lembaga keuangan Bank, lembaga keuangan Non-Bank secara operasional dibina dan diawasi oleh Departemen Keuangan Rakyat Syariah relatif sempit jika dibandingkan dengan Bank umum. Seperti halnya BMT mengalami kemajuan. BMT adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya *bayt-almal wa altamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam mengembangkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan.²

Menurut Kinnear dan Taylor dalam Sukmawati dan Suyono, minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.³ Yoestini dan Sheilla dalam Muharam dan Sofian menyatakan bahwa minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi

¹Dita Pertiwi dan Haroni Doli H. Ritonga, *Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen Keuangan Vol 1 No 1, 2012, 61

² Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi Pertama*, (Jakarta : PRENAMEDIA GROUP), 2009, 46-51

³ Meria Fitria, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, (Yogyakarta :CV BUDI UTAMA),2018, 77

yang terus terekam dalam benak para konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat. Lalu pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memnuhi kebutuhannya sesuai apa yang ada di dalam benaknya tersebut.⁴

Menurut Kasmir, Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula dicitakan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya.⁵ Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya.⁶ Produk simpanan adalah dana yang dipercayai oleh masyarakat (di luar bank) kepada bank, berdasarkan perjanjian penyimpanan dana. Simpanan menurut Undang-Undang perbankan nomor 10 tahun 1999 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang tertentu yang disepakati, tetapi dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan lainnya yang dipersamakan dengan itu. Syarat-syarat penabung tertentu maksudnya sesuai perjanjian antara lembaga keuangan dan penabung.

Di dalam dunia bisnis semakin lama semakin berkembang, dimana perkembangan pesat tersebut juga mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Perkembangan bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan

⁴ Meria Fitria, *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*, 78

⁵ Kasmir, *Kewirausahaan Edisi Revisi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 140

⁶ Marchelyno Sundalangi, dkk, *Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado*, Jurnal EMBA Vol 2 No 1, 2012, 315

bisnisnya. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis dituntut memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi dilingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembeli agar mampu berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Cara yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis salah satunya dengan melakukan kegiatan pemasaran.⁷Strategi pemasaran adalah suatu cara yang digunakan untuk membantu kita membuat dan menjual barang dan jasa yang sesuai dengan kondisi perusahaan dan pasar target atau saluran konsumen yang dituju.⁸

BMT Mubarakah merupakan suatu lembaga yang bergerak di bidang keuangan syariah yang menerapkan prinsip kemitraan, keadilan, keterbukaan dan amanah. Sedangkan untuk kegiatan operasionalnya dijalankan dengan berpegang teguh sesuai prinsip syariah. Menurut Undang-Undang Nomer 10 Tahun 1998, simpanan adalah dana yang dipercayai oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, tabungan atau dalam bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. BMT Mubarakah mempunyai berbagai macam simpanan seperti simpanan harian dengan akad wadi'ah, simpanan sahabat dan simpanan deposito menggunakan akad mudharabah. BMT Mubarakah memiliki jumlah anggota simpanan yang mengalami fruktusasi penurunan dan kenaikan tidak menentu. Berikut ini jumlah anggota 4 tahun terakhir pada BMT Mubarakah :

Tabel 1.1

Jumlah Data Anggota Simpanan BMT Mubarakah

No	Tahun	Jumlah
1	2015	181
2	2016	206
3	2017	142
4	2018	73

⁷Faradiba dan Sri Rahayu Tri Astuti, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (studi pada warung makan "bebek gendut" Semarang)*, Journal Of Managemen Vol 2 No 3, 2013, 1

⁸Suharyadi, dkk, *Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses sejak usia muda*, (Jakarta : Elemba Empat), 2007, 191

Dari data tersebut menunjukkan bahwa minat dalam menggunakan produk simpanan pada BMT Mubarakah mengalami ketidakstabilan, dimana di tahun 2015-2016 mengalami peningkatan terhadap minat anggota sebanyak 25 anggota. Data tahun 2016-2017 mengalami penurunan sebanyak 64 anggota. Data tahun 2017-2018 mengalami penurunan sebanyak 69 anggota.

Dari data diatas perlu dilakukan penelitian mengenai faktor apa yang dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan produk. Untuk menciptakan strategi pemasaran agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan syariah yang lain. Dimana di BMT tersebut tidak mempunyai strategi pemasaran khusus untuk menarik anggota menggunakan produk di BMT tersebut. Itulah yang menyebabkan terjadinya penurunan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk. Akan tetapi BMT ini dalam melakukan operasionalnya kebanyakan menerjunkan marketing ke berbagai pasar - pasar. Keefektivan strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT ini menjadi alasan bagi anggota yang ingin berinvestasi atau menggunakan dana dari BMT tersebut.

Lokasi BMT Mubarakah yang dekat dengan pasar,sekolah,masyarakat dan sarana prasana lainnya mampu menarik minat nasabah dalam menggunakan produk di BMT tersebut. namun, adanya Bank konvensional membuat minat anggota berkurang. Sehingga penurunan nasabah diakibatkan adanya pesaing disekitar BMT.

Kemudahan dalam proses pengambilan produk BMT dan syarat-syarat pengambilan serta bagi hasil yang ditawarkan membuat anggota minat menggunakannya. Menyebabkan produk tersebut dapat dipandang oleh anggotanya memiliki kualitas yang baik. Sehingga dengan mudah menarik minat anggota menggunakan produk tersebut. Adanya persaingan dari BMT lain yang menawarkan kualitas produk yang lebih baik. Sehingga anggota bimbang dalam memilih produk BMT tersebut dengan BMT lain.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Anggota Menggunakan Produk Simpanan Wadi’ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, pokok masalah yang akan diteliti:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT mubarakah Cabang Mejobo Kudus?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus?
3. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus?
4. Apakah lokasi, kualitas produk dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah BMT mubarakah Cabang Mejobo Kudus?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas produk dan strategi pemasaran terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian dapat memberikan pemahaman tentang pengaruh keefektifan lokasi, kualitas produk dan strategi pemasaran terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi:

a. BMT

Memberikan informasi tentang seberapa besar minat anggota dalam menggunakan produk simpanan wadi'ah.

b. Akademik

Hasil penelitian ini digunakan sebagai informasi atau masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang khususnya dalam bidang pengetahuan mata kuliah manajemen pemasaran

c. Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan sebagai sarana penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah terhadap masalah yang dihadapi dalam sebuah BMT.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk mengembangkan alur pemikiran penulis dari awal hingga kesimpulan akhir. Adapun rencana sistematika pembahasan dari awal hingga akhir kesimpulan adalah sebagai berikut :

BAB I merupakan pendahuluan yang melatarbelakangi penelitian ini, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian. Pada bab ini dijelaskan alasan-alasan mengapa penelitian ini menarik atau perlu untuk diteliti.

BAB II menjelaskan landasan teori dan mengembangkan hipotesis. Pada bab ini dijelaskan juga dipaparkan penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini.

BAB III berisi penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Pada bab ini dijelaskan jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional dan analisis data.

BAB IV hasil penelitian dan pembahasan dalam bab ini berisi tentang gambaran umum objek dari penelitian, gambaran umum responden, pengujian, dan hasil analisis data dan pembahasan hasil analisis data.

BAB V bab ini berisi tentang kesimpulan, saran dan pentup.

