

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan kepercayaan bersifat rahmatan lil' alamini yang berarti "menjadi rahmat bagi semesta alam". Secara umum, Islam memiliki sumber utama pengaturan setiap bagian kehidupan dari Allah yaitu Al-Quran. Pengaturan lainnya yaitu berasal dari hadist nabi, ijma' ulama, serta qiyas. Saat ini, kemajuan manusia sangat cepat namun aturan menjadi tertinggal. Agar dapat menerapkan aturan-aturan dari sumber hukum Islam (Al-Quran, Hadist, Ijma', Qiyas), diperlukan keberanian dan keahlian bagi setiap muslim dalam mempelajari dan menggalinya.¹

Prinsip umum hukum islam, yang berdasarkan pada beberapa ayat Al-Quran, menyatakan bahwa perbuatan memperkaya diri dengan cara tidak benar atau menerima keuntungan tanpa memberikan nilai imbalan, terlarang menurut etika. Schacht (1964) mengungkapkan bahwa riba merupakan aktivitas memperkaya diri yang salah. Dan berdasar Al-Quran, riba berarti mengambil keuntungan pribadi atau hak orang lain dengan alasan yang dilarang.² Dalam QS. Al- Baqarah: 275, Allah berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ
اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

¹ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University, 2018), 24.

² Mervyn K. Lewis dan Latifa M. Algaoud, *Perbankan Syariah Prinsip Praktek Dan Prospek*, (Jakarta : PT Serambi Ilmu Semesta, 2007), 56.

Artinya : ”Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran tekanan penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka kekal didalamnya”³

Sumber-sumber hukum Islam telah mengatur tentang fondasi operasional perbankan syariah yaitu dasar-dasar suatu akad. Untuk menerapkan konsep tersebut, dibutuhkan suatu tindakan oleh seseorang. Contoh kemajuan dalam hal muamalah adalah munculnya keinginan dari sebagian besar umat Islam dalam menjalankan agamanya termasuk di pada bidang ekonomi syariah yang salah satunya adalah dunia perbankan yang usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.⁴ Dengan demikian secara faktual upaya secara internasional baik secara hukum maupun kelembagaan terus-menerus dilakukan untuk menumbuh kembangkan lembaga-lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip syariah.

Dalam perkembangan dunia modern seperti sekarang ini peran perbankan sangatlah berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi negara. bahkan hampir diseluruh sektor tidak akan terlepas dari bidang keuangan pasti sangat membutuhkan jasa perbankan dalam menjalankan kegiatan usahanya baik yang

³ Al Qur'an, Al Baqarah ayat 275, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Bandung: Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah New Cordova, 2012), 47.

⁴ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, 25.

individu maupun perusahaan.⁵ Perkembangan perbankan syariah di Indonesia sangat cepat tiap tahun. Lembaga keuangan syariah suatu lembaga yang didalamnya berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Perbankan syariah di Indonesia mulai beroperasi di Indonesia dalam UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Yang kemudian dirubah menjadi UU No. 10 Tahun 1998 yang sudah pasti jelas dasar hukumnya.

Bank syariah pertama kali adalah Bank Muamalat Indonesia. Meskipun dalam perkembangannya sempat mengalami pasang surut, tetapi bank syariah adalah satu satunya bank yang tetap bertahan pada saat terjadinya krisis moneter pada tahun 1997.⁶ Hal ini dapat buktikan bahwa bank syariah mengalami peningkatan setelah terjadinya krisis ekonomi. Dalam kegiatannya lembaga keuangan syariah sama dengan lembaga keuangan konvensional sama-sama menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Misalnya dalam bentuk tabungan (wadi'ah, mudharabah), deposito berjangka (mudharabah) dan giro (wadi'ah) yang diterima dari nasabah.⁷

Lembaga keuangan syariah merupakan suatu perusahaan yang dalam kegiatan usahanya bergerak di bidang jasa keuangan yang berlandaskan dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah inilah yang menghilangkan unsur-unsur yang di larang dalam ajaran agama islam. dan menggantinya dengan akad-akad islam. inilah yang dimaksud dengan lembaga keuangan syariah lembaga yang sesuai dengan syariat islam. dalam sistem operasionalnya lembaga keuangan syariah tidak mengandung unsur riba, maisir, gharar, haram, dan zalim. Lembaga keuangan syariah dalam kegiatannya menggunakan prinsip bagi hasil. prinsip bagi hasil inilah yang merupakan prinsip dari syariah atau bank islam. Dalam pasal 2 peraturan pemerintah No. 72 Tahun 1992. diketahui bahwa

⁵ Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP, 2010), 2.

⁶ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP, 2011), 2-3.

⁷ Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Zikrul Hikam, 2008), 3-5.

bukan transaksi saja yang dilakukan berdasarkan dengan prinsip bagi hasil, tetapi kegiatan usaha jual beli juga menggunakan sistem bagi hasil. Pada dasarnya sistem keuangan syariah dan konvensional adalah sama, namun yang membedakannya adalah pada fungsinya, sistem keuangan syariah merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari ajaran islam yang didasarkan pada Al-Qur'an dan sunah. sedangkan dalam sistem konvensional didasarkan pada tingkat suku bunga.⁸

Lembaga keuangan terdiri dari dua jenis yaitu lembaga keuangan bank dan non bank, lembaga keuangan bank yaitu bank umum syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), bank perkreditan rakyat syariah (BPRS). lembaga keuangan non bank merupakan lembaga yang lebih banyak jenisnya terdiri dari Pasar modal, Perusahaan asuransi, Pegadaian, BMT, Koperasi Syariah dll. Namun dari sekian banyak lembaga keuangan mikro syariah (LKMS). Baitul Maal wa Tamwil (BMT) adalah yang paling banyak jumlahnya dari sekian lembaga keuangan lainnya. yang masing-masing biasa memiliki nama, yang diperlihatkan pada papan nama dan identitas lainnya. BMT merupakan lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) yang didalam sistem operasionalnya mengacu pada prinsip syariah, kegiatan BMT antara lain ialah mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dan meningkatkan kemajuan ekonomi pengusaha kecil bawah serta mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan ekonomi masyarakat. juga menerima titipan zakat, infak dan sedekah. yang kemudian disalurkan kembali sesuai dengan amanahnya.⁹

Dengan adanya BMT sebagai lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) yang bukan merupakan bank diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi masyarakat dan memberikan dampak positif bagi masyarakat agar tidak hanya berorientasi pada dunia namun juga akhirat. tetapi masih banyak masyarakat

⁸ Mardani, Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia, (Jakarta : Kencana, 20015), 15-18.

⁹ Andri Soemitra, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2009), 45-48.

yang beranggapan BMT sama saja dengan koperasi konvensional atau bank-bank yang lainnya, hanya saja ditambah dengan label syariah. dan masih banyak yang berpendapat bahwa masih sama seperti lembaga konvensional lainnya pada intinya sama-sama menggunakan sistem bunga. padahal tidak semua lembaga konvensional dan syariah itu sama tetapi menggunakan aturan dan sistem operasionalnya yang berbeda.

Namun dari sekian banyaknya jumlah BMT tidak menjamin akan terbebas dari rintangan, Masalahnya ialah minimnya pemahaman pada masyarakat mengenai produk-produk syariah dan sistem bagi hasil pada perbankan syariah. oleh karena itu perlunya pemahaman masyarakat yang mendalam mengenai produk syariah. salah satunya ialah minat menabung karena masyarakat masih belum terbiasa menabung apalagi menabung di lembaga keuangan syariah mikro mayoritas masyarakat biasanya menyimpan dananya di bank-bank pada umumnya. mereka beranggapan bahwa hanya sebagai tempat meminjam uang saja. oleh karena itu perlunya edukasi untuk mendorong masyarakat agar mau untuk menyimpan dananya pada BMT.¹⁰

Tahap konsumsi berada pada tahap proses keputusan konsumen atau nasabah, disinilah seorang konsumen memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa atau tidak. Keputusan konsumen yang dilakukan dalam usaha perbankan adalah keputusan seseorang untuk menggunakan jasa pada perbankan tersebut. Keputusan yang diambil oleh nasabah pada prinsipnya merupakan keputusan nasabah dalam memilih perbankan sebagai tempat untuk menabung, yang secara garis besar dijelaskan dalam perilaku konsumen. Minat (Interest) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang

¹⁰ Shochrul Rohmatul dan Ahmad Hudaifah Dkk, *Koperasi BMT Teori, Aplikasi dan Inovasi*, (Jawa Tengah : CV Inti Media Komunika, 2018), 13-15.

menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.¹¹

Dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif berbagai upaya dirancang perusahaan sedemikian rupa untuk menarik minat nasabah agar mau menabung salah satunya ialah dengan melakukan promosi. karena promosi adalah memberikan penjelasan dan menawarkan seluruh produk dan jasa yang ada baik secara langsung maupun tidak langsung. Tujuannya adalah memberitahukan macam-macam produk yang ada di lembaga keuangan syariah mikro. untuk meyakinkan calon nasabah baru, tanpa adanya promosi jangan diharapkan nasabah akan mengetahui apalagi mengenal produk-produknya. Dengan melakukan promosi semenarik mungkin maka akan dapat menarik minat nasabah untuk menginvestasikan atau menyimpan dananya. karena promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.¹²

Sedangkan pengetahuan konsumen merupakan suatu kegiatan konsumen dalam mengambil informasi tentang produk dan jasa, baik dari segi fungsi maupun tujuan pembelian. Ada tiga jenis pengetahuan konsumen, yaitu pengetahuan tentang produk, pengetahuan tentang pembelian, dan pengetahuan tentang pemakaian.¹³ Semakin mendalam pengetahuan seseorang mengenai produk-produk yang mereka pahami akan mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih dan mempertimbangkan keputusan untuk menjadi nasabah di BMT. Hal tersebut disebabkan karena pengetahuan lebih memfokuskan pemahaman yang tepat agar seseorang dapat mengetahui faedah yang diperoleh.

Selain pengetahuan yaitu faktor lain yang menjadi pertimbangan adalah atribut produk sangatlah penting untuk dijadikan dasar oleh konsumen dalam pembelian sebuah

¹¹ Syahriyal, *Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh*, Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam 4, No. 1 (2018): 141.

¹² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2002), 168-169.

¹³ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : CAPS, 2013), 53.

produk. atribut produk menurut Kotler dan Amstrong (2012) adalah pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut. Maka, dalam hal ini perusahaan atau lembaga harus mampu membangun inovasi produk yang berkualitas agar perusahaan dapat meraih kepercayaan dari calon nasabah dan membuat nasabah merasa aman dan yakin apabila menyimpan dan menginvestasikan dananya. karena biasanya berbagai macam produk yang ditawarkan oleh lembaga masih kurang puas atau kurang lengkap, terkadang nasabah memilih menggunakan jasa perbankan lebih dari satu. dikarenakan adanya kebutuhan produk atau jasa yang tidak dapat terpenuhi maka dalam hal ini mengakibatkan persaingan antar lembaga keuangan dalam menghimpun dana dari masyarakat, sebagai suatu yang dapat memuaskan kebutuhan nasabahnya dan nasabah tentunya memiliki harapan akan memperoleh produk yang berkualitas sesuai dengan kebutuhannya.¹⁴

Desa Mlatinorowito adalah kelurahan di kecamatan kota, kabupaten kudus. Jawa Tengah, Indonesia. yang mayoritas penduduknya beragama islam. sebagian besar masyarakat di Desa Mlatinorowito bekerja sebagai pegawai negeri sipil (PNS), mulai dari guru hingga pegawai dinas. Selain sebagai PNS, juga bekerja sebagai pedagang di pasar Kliwon dan juga sebagian kecil sebagai petani dan peternak. Melihat masyarakat di Desa Mlatinorowito memiliki potensi dana, potensi dalam menyimpan atau menginvestasikan uangnya dalam lembaga keuangan syariah mikro (LKMS).

Dimana lembaga keuangan syariah secara umum memiliki fungsi sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa didalam lalu lintas pembayaran masyarakat tersebut. dari hasil survey yang dilakukan mayoritas masyarakat di Desa Mlatinorowito masih terbiasa dengan bank konvensional pada umumnya dibandingkan dengan perbankan atau lembaga keuangan syariah mikro, Artinya sosialisasi mengenai pengetahuan dan produk yang ada di lembaga keuangan syariah masih rendah, apalagi pada masyarakat kota biasanya mereka hanya menabung dan berinvestasi di bank yang banyak

¹⁴ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek Planning & Strategy*, (Jawa Timur : CV Penerbit Qiara Media, 2018), 12.

memberikan keuntungan bagi mereka. akibatnya masih sulit mengubah pola pikir masyarakat yang biasanya terbiasa dengan bank konvensional. Namun ada juga yang mengatakan lebih nyaman bermuamalah dengan lembaga keuangan syariah atau dengan BMT, selain bebas riba, aman karena di lembaga keuangan syariah ada pelayanan yang berbeda dengan bank konvensional yaitu jemput bola yang mana biasanya yang tidak sempat datang untuk menabung apalagi didesa mlatinorowito yang sebagian besar masyarakatnya sebagai pekerja kantor. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) Mitra Mualamat Kudus didirikan pada tanggal 1 juli 1999 yang merupakan lembaga keuangan syariah yang di yakini untuk menyimpan dana, dan meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya serta masyarakat pada umumnya melalui kegiatan dan kegiatan pendukung yang lainnya. BMT Mitra Muamalat mempunyai semboyan dalam menggalang usaha dunia akhirat serta memiliki keunggulan sebagai usaha yang beroperasi secara syariah dan mampu memberikan edukasi keuangan yang baik serta secara islami. sehingga akan mampu membujuk serta mendorong masyarakat dalam memiliki sikap yang produktif.

Dari hasil survey dengan masyarakat desa mlatinorowito minat masyarakat yang menabung pada lembaga keuangan syariah mikro terlihat cukup baik. Hal itu jelas tingkat masyarakat untuk menabung di desa mlatinorowit dengan beberapa faktor yang berpengaruh seperti halnya promosi, pengetahuan dan atribut produk. Dapat disimpulkan bahwa kurangnya ketertarikan masyarakat untuk menabung pada lembaga keuangan syariah dikarenakan promosi yang belum tepat, pemahaman dan pengetahuan masyarakat masih belum mendalam. Tugas penting yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat di desa mlatinorowito mengenai produk-produk yang ada diperbankan agar mereka tidak hanya berorientasi pada bank konvensional saja tetapi juga pada prinsip perbankan dan sesuai dengan AL-Qur'an dan hadist.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul : “**Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Atribut Produk Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Baitul Maal**

Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus (*Pada Masyarakat Desa Mlatinorowito*).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti bermaksud untuk menganalisis pengaruh promosi, pengetahuan dan atribut produk terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus. Adapun permasalahan pokok yang dirangkai dalam penelitian ini, dan dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus?
2. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus?
3. Apakah atribut produk berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus.
2. Untuk menjelaskan pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus.
3. Untuk menjelaskan pengaruh atribut produk terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian ini, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Sebagai wahana untuk mengembangkan wacana dan pemikiran dalam menerapkan teori dan keadaan yang

sebenarnya, serta meningkatkan ilmu pengetahuan di bidang keuangan syariah.

2. Bagi Pembaca

Sebagai saran dan informasi dalam menambah pengetahuan mengenai lembaga keuangan syariah.

3. Bagi Akademisi

Dalam penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang.

4. Bagi Masyarakat Desa Mlatinorowito

Sebagai sarana informasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi mengenai promosi, pengetahuan dan atribut produk terhadap minat masyarakat dalam menabung pada BMT atau Koperasi Syariah.

E Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami keseluruhan isi dari skripsi ini, maka sistematika penulisannya akan disusun sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman pengesahan skripsi, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel, dan daftar lampiran.

2. Bagian Isi

Bagian isi terdiri dari beberapa bab yaitu :

Bab I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu pengaruh promosi, pengetahuan dan atribut produk terhadap minat menabung, hasil penelitian terdahulu, kerangka berfikir, hipotesis.

Bab III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang Jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi

dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan.

Bab V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran, dan penutup.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan penulis dan lampiran-lampiran.

