

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi memiliki peranan yang penting untuk menjaga kestabilan kehidupan berbangsa dan bernegara. Tingkat pertumbuhan dan pembangunan suatu negara dapat dilihat dari indikator ekonomi. Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian dapat berasal dari para pelaku usaha, baik dari perusahaan besar, multinasional, maupun usaha kecil dan menengah. Meskipun banyak pelaku usaha di Indonesia, tidak semua usaha dapat bertahan pada saat terjadi krisis global. Dalam masa krisis ekonomi yang pernah melanda Indonesia, pengusaha dan pedagang kecil mampu menunjukkan kemampuan untuk bertahan. Hal tersebut karena pengusaha dan pedagang kecil tidak terikat dengan utang luar negeri. Saat terjadi krisis global, nilai rupiah melemah sehingga nilai tukar mata uang asing menjadi tinggi yang mengakibatkan naiknya nilai utang ke luar negeri.<sup>1</sup> Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia sektor riil digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional dan modern.

Kontribusi usaha mikro, kecil, dan menengah adalah dapat menyerap tenaga kerja. Kemampuan tersebut turut berperan dalam mengurangi pengangguran di Indonesia yang artinya dapat menaikkan

---

<sup>1</sup> Fitriani Prasetiawati dan Emile Setia Darma, *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, Vol. 17 No. 2.

pendapatan per kapita masyarakat di Indonesia. Naiknya pendapatan perkapita turut menyumbang pertumbuhan dan perkembangan perekonomian di Indonesia.<sup>2</sup>

Namun disisi lain kemampuan pengusaha kecil mempunyai berbagai permasalahan meliputi aspek pemasaran, aspek manajemen, aspek teknis dan aspek keuangan. Kendala yang sering mengemuka dalam setiap perbincangan usaha kecil adalah lemahnya bidang keuangan. Untuk meningkatkan produktivitas, salah satu faktor penunjang yang penting adalah ketersediaan modal yang cukup. Pengusaha mikro hampir tidak memiliki akses yang luas kepada sumber permodalan. Pada umumnya mereka tidak bankble, padahal bank akan selalu berpegang pada azas bankble untuk memutuskan kreditnya. Wal hasil, banyak usaha kecil yang mengalami kesulitan permodalan. Kondisi ini semakin memperlebar jarak antara usaha kecil dan sektor informal dengan industri perbankan formal.<sup>3</sup>

Operasional bank syariah belum dapat secara optimal menjangkau sektor usaha kecil. Hal demikian karena bank syariah dalam menjalankan fungsinya menyalurkan dana kepada masyarakat berupa memberikan pembiayaan masih mensyaratkan adanya jaminan yang tidak mudah dipenuhi oleh nasabah, khususnya nasabah kecil. Dengan demikian layanan yang diberikan oleh bank syariah belum dapat menjangkau sektor ekonomi riil secara optimal. Dalam kondisi yang demikian inilah BMT sebagai lembaga keuangan mikro berbasis syari'ah muncul dan mencoba menawarkan solusi bagi masyarakat kelas bawah.

---

<sup>2</sup> Ibid.,

<sup>3</sup> Muhammad Ridwan, *Maajemen Baitul Maal waa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press: 2004), hlm 25-26.

Seperti halnya Bank Syariah, kegiatan BMT adalah melakukan penghimpunan dana (wadiah dan mudharabah) dan penyaluran dana (prinsip bagi hasil, jual beli dan ijarah) kepada masyarakat.<sup>4</sup> Pengaturan yang digunakan BMT mengacu pada berbagai peraturan antara lain UU No.25 Tahun 1992 tentang Koperasi beserta Peraturan Pelaksanaannya, SK Menteri Negara Koperasi dan UKM, serta UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dan diperbaharui menjadi Undang-Undang Perkoperasian Nomor 17 tahun 2012 dan secara spesifik diatur dalam Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UKM RI Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasai Jasa Keuangan Syariah (KJKS).<sup>5</sup>

Objek penelitian ini adalah BMT Agritama Blitar, ialah Lembaga Keuangan Syariah yang telah berdiri sejak 2001 yang masih eksis di daerah Kabupaten Blitar, mengingat persaingan antar Lembaga Keuangan Syariah maupun Konvensional sangat ketat. Menurut wawancara yang dilakukan penulis kepada beberapa nasabah BMT Agritama Blitar mengatakan bahwa, mereka lebih memilih untuk melakukan pembiayaan di BMT Agritama Blitar karena prosenya cepat dibandingkan lembaga lain, pencairannya langsung bisa ditunggu tidak membutuhkan waktu sehari-hari. Serta yang menarik dari BMT Agritama Blitar ini bahwa seluruh pegawai harus memiliki usaha atau pekerjaan lain diluar mereka sebagai pengelola lembaga. Seperti halnya lembaga keuangan lainnya

---

<sup>4</sup> Asmi Kusmiyati, Nur Siwi, *Risiko Akad dalam Pembiayaan Murabahah pada BMT di Yogyakarta (dari Teori ke Terapan)*, (Yogyakarta:La Riba,2007), hlm 28.

<sup>5</sup> Euis Amalia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia* (Jakarta: Rajawali,2009), hlm 242.

BMT Agritama Blitar menawarkan berbagai jasa pembiayaan diantaranya *Murabahah, Mudharabah, Bai' Bitsaman 'Ajil (BBA)*, dan *Qardul Hasan*. Keunikan setiap pembiayaan di BMT Agritama Blitar ialah apabila sebelum jatuh tempo nasabah sudah mampu melunasi pembiayaannya maka nasabah hanya akan membayar margin pada saat melunasinya saja sedangkan menurut wawancara yang dilakukan penulis kepada direktur BMT Agritama Blitar bahwa di Lembaga BMT lain rata-rata apabila sebelum jatuh tempo nasabah sudah mampu melunasi pembiayaannya maka nasabah harus membayar dua sampai tiga kali margin yang disepakati sebelumnya.

**Tabel 1.1**

**Rincian Rekening Pembiayaan BMT Agritama Blitar**

No	Keterangan	2014	2015	2016	2017
1.	Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	-	-	-	-
2.	Pembiayaan <i>Murabahah</i>	Rp. 1.513.815. 000	Rp. 1.450.366. 000	Rp. 613.750. 000	Rp. 2.350.292. 000
3.	Pembiayaan BBA	Rp. 499.950.0 00	Rp. 795.130.0 00	Rp. 1.133.08 0	Rp. 780.150.0 0
4.	<i>Qardul Hasan</i>	-	-	-	-

*Sumber Data : BMT Agritama Blitar (diolah)*

Dari Tabel 1.1 tentang rincian rekening pembiayaan di BMT Agritama Blitar bahwa BBA merupakan pembiayaan dengan jumlah terbanyak nomor dua setelah pembiayaan *murabahah*. Untuk pembiayaan *Mudharabah* dan *qordul hasan* di BMT Agritama belum ada yang menggunakan. Dari data diatas diketahui bahwa jumlah nasabah pembiayaan mengalami kenaikan dan penurunan. Tentunya setiap lembaga menginginkan propek yang meningkat disetiap usahanya, begitu juga BMT Agritama Blitar. Dari rincian rekening pembiayaan dari tahun 2014 sampai 2017 mengalami ketidakstabilan pendapatan yaitu terdapat penyimpangan antara apa yang telah diharapkan dengan kenyataan yang ada. Disini penulis tertarik untuk mencari sebab ketidakstabilan pembiayaan di BMT Agritama Blitar.

**Tabel 1.2**

**Jumlah Nasabah di BMT Agritama Blitar Tahun 2017**

Jumlah Nasabah <i>Murabahah</i>	Jumlah Nasabah <i>Bai Bithaman Ajil</i>
344	187

*Sumber Data : BMT Agritama Blitar (diolah)*

Dari Tabel 1.2 tentang jumlah nasabah di BMT Agritama Blitar pada tahun 2017 adalah 531 nasabah, yaitu 344 dari pembiayaan *Murabahah* dan 187 dari pembiayaan *Bai Bithaman Ajil*.

Berikut ini merupakan data observasi awal terhadap 50 responden nasabah BMT Agritama Blitar:

**Tabel 1.3**  
**Alasan Pengambilan Keputusan menjadi Nasabah Pembiayaan di**  
**BMT Agritama Blitar**

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan		Jumlah Responden
Budaya	<i>Subculture</i> (Subbudaya)	0
	<i>Social class</i> (kelas sosial)	0
Sosial	<i>Grup</i> (Kelompok)	0
	<i>Roles</i> dan status (peran dan status)	0
Pribadi	<i>Economic situation</i> (keadaan ekonomi)	5
	<i>Lifestyle</i> (gaya hidup)	0
	<i>Personality and selft concept</i> (kepribadian dan konsep diri)	0
	<i>Age and life cycle stage</i> (umur dan tahap daur hidup)	0
	<i>Occupation</i> (pekerjaan)	5
Psikologis	<i>Motivation</i> (motivasi)	16
	<i>Perception</i> (persepsi)	12
	<i>Learning</i> (pembelajaran)	4
	<i>Beliefs dan attitude</i> (sikap dan kepercayaan)	8
Jumlah responden		50

*Sumber Data : BMT Agritama Blitar (diolah)*

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, dapat diketahui bahwa hasil observasi awal terhadap 50 responden nasabah BMT Agritama Blitar. Pada 5 responden memilih menjadi nasabah karena keadaan ekonomi. 4 responden memilih karena gaya hidup. Pada pekerjaan terdapat 5 nasabah yang memilih. Pada 16 responden memilih karena adanya motivasi atau dorongan. 12 responden memilih persepsi atau rangsangan yang diterima sesuai keinginan mereka. 4 nasabah memilih pembiayaan karena adanya informasi yang diperoleh sebelumnya. Dan pada 8 responden memilih karena sikap dan kepercayaan. Dari ulasan di atas masyarakat berkeputusan menjadi nasabah di BMT Agritama Blitar mayoritas karena motivasi dan persepsi.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2000) motivasi adalah kekuatan pendorong dalam diri seseorang yang memaksanya untuk melakukan suatu tindakan. Sedangkan Setiadi (2003) mendefinisikan motivasi konsumen adalah keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Dalam bidang pemasaran Sigit (1978) menjelaskan bahwa motif pembelian adalah pertimbangan-pertimbangan dan pengaruh yang mendorong orang untuk melakukan pembelian. Motivasi yang ada pada seseorang (konsumen) akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Jadi motivasi bukanlah sesuatu yang dapat diamati, tetapi adalah hal yang dapat disimpulkan. Tiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang itu didorong oleh sesuatu kekuatan dalam diri orang tersebut, kekuatan pendorong inilah yang kita sebut motivasi. Disamping motivasi mendasari seseorang untuk melakukan keputusan

pembelian akan dipengaruhi juga oleh persepsinya terhadap apa yang diinginkan. Konsumen akan menampakkan perilakunya setelah melakukan persepsi terhadap keputusan apa yang akan diambil dalam membeli suatu produk.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2000) persepsi merupakan suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya. Dapat disimpulkan bahwa dalam diri seseorang terdapat keadaan psikologis yang dapat menggerakkannya dalam melakukan atau memutuskan untuk bertindak yang dipengaruhi oleh dari dalam dirinya atau dari luar. Dengan perkataan lain bahwa pada diri setiap orang terdapat hal dalam dirinya yang mendorong atau mempengaruhi mereka dalam melakukan sesuatu. Mempengaruhi keinginan nasabah agar berkenan untuk melakukan pembiayaan merupakan hal yang sulit karena berkaitan langsung dengan perilaku, yang mana perilaku setiap orang dalam merespon setiap rangsangan selalu berbeda-beda.

Berdasarkan realitas yang sudah dipaparkan di atas inilah, penulis akan mengkaji lebih dalam dalam penelitian yang berjudul **“Pengaruh Motivasi dan Persepsi terhadap Pengambilan Keputusan Pembiayaan Di BMT Agritama Blitar”**.



## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang timbul dari latar belakang yang telah dibahas diatas ialah:

1. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap pengambilan keputusan pembiayaan pembiayaan di BMT Agridama Blitar?
2. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap pengambilan keputusan pembiayaan di BMT Agridama Blitar?
3. Bagaimana pengaruh motivasi dan persepsi terhadap pengambilan keputusan pembiayaan pembiayaan di BMT Agridama Blitar?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk penelitian yang akan saya teliti ini, memiliki beberapa tujuan yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap pengambilan keputusan pembiayaan di BMT Agridama Blitar.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap pengambilan keputusan pembiayaan di BMT Agridama Blitar.
3. Untuk mengetahui pengaruh motivasi dan persepsi terhadap pengambilan keputusan pembiayaan di BMT Agridama Blitar.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, referensi bersifat ilmiah, juga memberi informasi yang bermanfaat untuk memperkaya khasanah keilmuan terkait motivasi dan persepsi yang menjadi faktor pengambilan keputusan pembiayaan.

2. Secara Praktis

- a. Bagi BMT

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan jumlah pembiayaan. Serta penelitian ini dapat digunakan sebagai pembanding bagi perusahaan dalam mengatur dan mengimplementasikan program-program pembiayaan yang telah dijalankan.

- b. Bagi Anggota/Nasabah

Diharapkan anggota/nasabah dapat melihat dan memahami tentang penelitian ini sehingga mengetahui bagaimana keunggulan-keunggulan yang ditawarkan oleh BMT Agritama Blitar yang membedakan dengan Lembaga keuangan lain baik Syariah maupun konvensional, serta memiliki nilai tambah yang positif di mata anggota/nasabah.

c. Bagi Peneliti

Diharapkan peneliti mendapatkan tambahan pengetahuan yang selama ini hanya didapat penulis secara teoritis. Dan penulis mengharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan penelitian.

**E. Asumsi Penelitian**

Asumsi penelitian adalah anggapan-anggapan dasar tentang sesuatu hal yang dijadikan pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian. Mengacu hipotesis alternatif yang ada, maka asumsi sementara yang diajukan penulis adalah motivasi dan persepsi dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembiayaan di BMT Agritama Blitar.

**F. Telaah Pustaka**

Penelitian mengenai persepsi, motivasi dan pengampilan keputusan pembiayaan telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Diantaranya adalah penelitian oleh:

**Tabel 1.4**  
**Persamaan dan Perbedaan Dengan Penelitian Sebelumnya**

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Yuditia Dwi Pepriani (2016)	Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Pribadi	Persepsi konsumen (X), keputusan pembelian (Y)	Sama-sama menggunakan persepsi sebagai variabel independen dan pengambilan keputusan sebagai variabel dependen	Menggunakan motivasi sebagai variabel independen
Rina Isnaini (2015)	Pengaruh Motivasi, Kelompok Referensi, dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan	Motivasi ( $X_1$ ), kelompok referensi ( $X_2$ ), biaya pendidikan ( $X_3$ ), pengambilan keputusan (Y)	Sama-sama menggunakan motivasi sebagai variabel independen dan pengambilan	Menggunakan persepsi sebagai variabel independen

	Mahasiswa dalam Menenpuh Pendidikan Pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universtas Negeri Yogyakarta		keputusan sebagai variabel dependen	
Nurchahya Agung Sulistya Budi (2015)	Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Samsung	Motivasi ( $X_1$ ), persepsi kualitas ( $X_2$ ), sikap konsumen ( $X_3$ ), keputus an pembelian (Y)	Sama-sama menggunakan motivasi dan persepsi sebagai variabel independen dan pengambilan keputusan sebagai variabel	Menggunakan sikap konsumen sebagai variabel independen

			dependen	
Nur Latifah Isnaini (2016)	Pengaruh Persepsi, Sikap, dan Perspektif Pengambilan Keputusan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah	Persepsi ( $X_1$ ), sikap ( $X_2$ ), perspektif ( $X_3$ ), pengambilan keputusan (Y)	Sama-sama menggunakan persepsi sebagai variabel independen dan pengambilan keputusan sebagai variabel dependen	Menggunakan motivasi sebagai variabel independen
Muhamad Muhsiy Danial (2008)	Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian	Motivasi (X), keputusan pembelian (Y)	Sama-sama menggunakan motivasi sebagai variabel independent dan pengambilan keputusan sebagai variabel	Menggunakan persepsi sebagai variabel independen

			dependen	
Ika Putri Lestari (2016)	Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian <i>Notebook</i> <i>Acer</i>	Persepsi (X), keputusan pembelian (Y)	Sama-sama menggunakan persepsi sebagai variabel independen dan pengambilan keputusan sebagai variabel dependen	Menggunakan motivasi sebagai variabel independen
Drajat Muhammad Nur (2010)	Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Yamaha" di	Motivasi ( $X_1$ ), persepsi ( $X_2$ ), dan sikap konsumen ( $X_3$ ), keputusan pembelian (Y)	Sama-sama menggunakan motivasi dan persepsi sebagai variabel independen dan pengambilan keputusan sebagai	Menggunakan sikap konsumen sebagai variabel independen

	Surakarta		variabel dependen	
Adhes Esalya Afriska (2015)	Pengaruh Minat dan Motivasi Siswa Terhadap Keputusan Memilih Progam Lintas Minat Ekonomi SMAN 1 Binangun Kabupaten Cilacap	Minat ( $X_1$ ), dan motivasi ( $X_2$ ), pengambilan keputusan (Y)	Sama-sama menggunakan motivasi sebagai variabel independen dan pengambilan keputusan sebagai variabel dependen	Menggunakan persepsi sebagai variabel independen
Muslih (2014)	Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret	Persepsi Konsumen (X), pengambilan keputusan (Y)	Sama-sama menggunakan persepsi sebagai variabel independen dan pengambilan	Menggunakan motivasi sebagai variabel independen



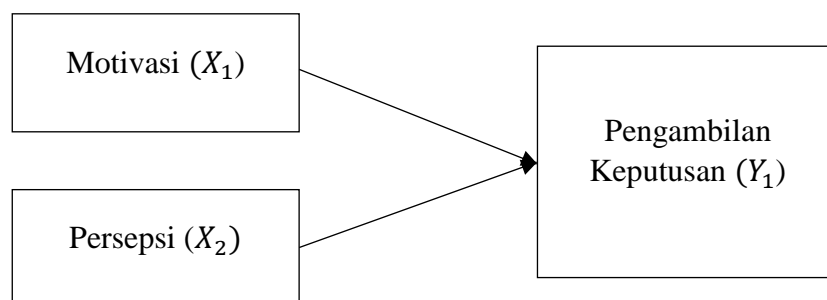
	Kecamatan Lowokwaru Malang		keputusan sebagai variabel dependen	
--	----------------------------------	--	--	--

### G. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah konseptual mengenai bagaimana satu teori berhubungan di antara berbagai faktor yang telah di identifikasikan penting terhadap masalah penelitian.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pikir yang dapat menjadi pedoman dalam penulisan yang pada akhirnya dapat diketahui variabel mana yang dominan untuk meningkatkan Pengaruh Motivasi dan Persepsi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembiayaan di BMT Agridama Blitar.

**Gambar 1.1**

#### **Kerangka Pemikiran**



<sup>6</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : Kencana, 2011), hlm 76.

## H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris.<sup>7</sup>

Pada penelitian ini penulis akan mengajukan hipotesis berikut:

1.  $H_a$  = Adanya pengaruh motivasi dan persepsi terhadap pengambilan keputusan pembiayaan di BMT Agridama Blitar.
2.  $H_0$  = Tidak ada pengaruh motivasi dan persepsi terhadap pengambilan keputusan pembiayaan di BMT Agridama Blitar.

---

<sup>7</sup> Sunardi Sukrabata, *Metode Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hlm 69.