

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Permasalahan Masyarakat saat ini tidak terlepas dari masalah perekonomian. Peran Lembaga keuangan seperti BMT sangat penting terlebih lagi untuk Masyarakat menengah ke bawah. BMT kini jumlahnya terus bertambah, menurut kepala dinas koperasi Trenggalek, terdapat 3 BMT yang paling banyak diminati masyarakat kota Trenggalek. Ketiga BMT tersebut memiliki perbandingan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Perbandingan 3 BMT di kabupaten Trenggalek

No.	BMT	Alamat	Deskripsi	Produk	Jumlah anggota	Jumlah karyawan
1.	BMT Berkah	Jl. Ronggo Warsito No. 12 Kec. Trenggalek, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur	1. Telah beroperasi sejak tahun 1997 2. Lokasi terletak pada pusat kota, dekat dengan pasar Pon yang merupakan pasar terbesar di Trenggalek dan menjadi ikon kota Trenggalek. Lokasi mudah dijangkau. Akses jalan mudah. 3. Tempat parkir yang luas	1. Penyaluran dana: pembiayaan masyarakat 2. Penghimpunan dana: simpanan wajib, simpanan pokok, simpanan sukarela	456	4

2.	KSPPS BMT PETA A	Jl. Raya Karangan, Desa Kedungsi git, Kec. Karangan, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur	1. Telah beroperasi sejak tahun 2013 2. Merupakan cabang dari BMT PETA pusat Tulungagung 3. Jarak lokasi 10 menit dari pusat kota, berada dipinggir jalan raya, akses menuju lokasi mudah. 4. Kantor sudah dilengkapi AC 5. Tempat parkir luas 6. Adanya aplikasi BMT PETA Mobile	Penyaluran dana: PETA MUSAHADA H, PETAJI, PETASAR, PETANIK, PETA MUSTANIUA H, PETA MASLAHAH, PETA PEMBEDA. Penghimpun dana: simpanan tabaruk, simpanan taburi, simpanan tafakur, simpanan tahalul, simpanan tahajud, simpanan berjangka	3.269	4
3.	BMT Ar- Ridho	RT. 01 RW. 01 desa Gondang, kec. Tugu, kabupaten Trenggalek.	1. Telah beroperasi sejak tanggal 18 November 1998. 2. Terletak di depan pasar gondang. 3. Akses jalan mudah dilalui. 4. Jarak lokasi sekitar 12 menit dari	1. produk simpanan: simpanan sukarela (sikala), simpanan berjangka (sijaka), simpanan hari tua (sihat), simpanan pendidikan (sipandi), simpanan hari raya (siriya), simpanan aqiqoh (sipaq).	448	6

			pusat kota. 5. Parkir kurang luas.	2. Produk pembiayaan: pembiayaan mudharabah, musyarakah, murabahah.		
--	--	--	--	--	--	--

Sumber data: Hasil observasi peneliti pada tahun 2022

Berdasarkan **tabel 1.1** diketahui bahwa BMT Berkah sudah lebih dahulu beroperasi dibandingkan dengan BMT yang lain. Lokasi dari ketiga BMT juga sangat strategis karena berada pada pusat kota. Produk-produk BMT Berkah masih kurang beragam dibandingkan dengan BMT PETA dan BMT Ar-Ridho. Fasilitas yang disediakan oleh BMT PETA lebih unggul daripada BMT Berkah dan BMT Ar-Ridho. Karena BMT PETA telah memiliki aplikasi mobile yang dapat memudahkan anggota melakukan transaksi dimana saja tanpa perlu pergi kantor. Aplikasi ini memiliki fasilitas transfer, pembayaran, maupun pembelian. Produk-produk dari BMT PETA ini beragam. Adanya produk yang beragam ini, diharapkan dapat membantu masyarakat khususnya disekitar BMT PETA Trenggalek ini untuk memudahkan memenuhi kebutuhan anggota.

KSPPS BMT PETA (Pesulukan Thoriqot Agung) termasuk lembaga keuangan yang berbasis atas dasar syariat Islam dan terletak di Trenggalek Jawa Timur. KSPPS BMT PETA mempunyai anggota yang terbilang cukup besar dan menyebar di berbagai wilayah kota. Awal berdirinya lembaga tersebut bertempat di Kabupaten Tulungagung dengan pusat kantornya. Untuk memperlus cabang BMT PETA agar dikenal masyarakat secara lebih luas, KSPPS BMT PETA telah membuka cabang di Trenggalek. Walaupun KSPPS BMT PETA cabang Trenggalek baru beroperasi pada tahun 2013, namun jumlah anggotanya sudah sangat banyak dari pada BMT Berkah yang sudah terlebih dahulu beroperasi pada tahun 1997 dan BMT Ar-Ridho yang telah beroperasi pada tahun 1998.

Tabel 1.2
Perbandingan Jumlah perkembangan anggota 3 BMT di
Trenggalek Tahun 2019-2022

No.	Tahun	KSPPS BMT PETA Trenggalek	BMT Berkah Trenggalek	BMT Ar-Ridho Trenggalek
1.	2019	2.933	447	441
2.	2020	3.111	445	439
3.	2021	3.185	451	442
4.	2022	3.269	456	448

Sumber: dokumen dan hasil wawancara tahun 2022¹

Dalam **tabel 1.2**, menunjukkan jumlah nasabah dari beberapa BMT di Trenggalek. Berdasarkan tabel tersebut jumlah anggota BMT Berkah mengalami penurunan dan peningkatan. Jumlah anggota nasabah di tahun 2020 mengalami penurunan sebanyak 2 orang nasabah. Kemudian di tahun 2021 mengalami kenaikan sejumlah 6 orang nasabah. Dan pada tahun 2022, jumlah nasabah mengalami kenaikan sejumlah 5 nasabah. Sedangkan jumlah anggota KSPPS BMT PETA Pada tahun 2019-2022 mengalami kenaikan yang signifikan. Pada tahun 2019 jumlah nasabah 2.933 anggota. Pada tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 3.111 anggota dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi 3.185 anggota. Dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebanyak 84 anggota sehingga saat ini jumlah anggota KSPPS BMT PETA berjumlah 3.269. Jumlah anggota BMT Ar-Ridho dari tahun 2019-2022 mengalami kenaikan, namun pada tahun 2020 sempat mengalami penurunan jumlah anggota sebanyak 2 orang anggota.

Dengan adanya jumlah anggota yang banyak dan kenaikan jumlah anggota secara signifikan ini menunjukkan masyarakat lebih menyukai menjadi anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Menurut Schiffman dan Kanuk, keputusan pembelian merupakan proses pemilihan terhadap 2 opsi alternatif atau lebih, dengan kata lain pilihan opsi harus ada disaat seseorang melakukan keputusan pembelian.²

¹ Dokumen RAT KSPPS BMT PETA, RAT BMT Berkah, RAT BMT Ar-Ridho, dan wawancara kepada kepala dinas koperasi kota Trenggalek pada tahun 2022.

² Schiffman Dan Kanuk, *Perilaku Konsumen Edisi 7* (Jakarta: Pt. Indeks, 2008), 485.

Keputusan konsumen adalah tahapan akhir dari proses serangkaian tahapan yang timbul dari pada perilaku konsumen.³ Menurut Kotler dan Armstrong dalam buku “Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen” karya Ratih Huriyati, perilaku konsumen merupakan perilaku diakhir waktu melakukan pembelian, baik perorangan ataupun rumah tangga yang melakukan pembelian produk untuk penggunaan pribadi.⁴

Menurut Kotler dan Armstrong dalam buku “Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen” karya Ratih Huriyati, keputusan pembelian barang atau jasa dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan pribadi, sosial dan psikologi dari pembeli.⁵ Faktor kebudayaan terdiri dari budaya, sub-budaya dan kelas sosial. Sedangkan faktor sosial terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran, dan status. Faktor pribadi terdiri dari pekerjaan, gaya hidup, umur, situasi ekonomi, dan tahap daur hidup serta konsep diri dan kepribadian. Dan selanjutnya faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, dan keyakinan sikap.⁶

Peneliti tertarik mengambil variabel persepsi, didukung dengan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti:

³ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 194.

⁴ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2010), 67.

⁵ Ibid., 94.

⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 10.

Tabel 1.3
Distribusi keputusan menjadi anggota KSPPS BMT PETA cabang
Trenggalek

No.	Faktor	Sub-Faktor	Responden
1.	Kebudayaan	Sub budaya	0
		Budaya	0
		Kelas sosial	0
2.	Sosial	Kelompok referensi	8
		Peran dan Status	0
		keluarga	0
3.	Pribadi	Pekerjaan	0
		Usia dan tahap siklus hidup	0
		Situasi ekonomi	6
		Gaya hidup	0
4.	Psikologis	Motivasi	2
		Persepsi	17
		Keyakinan dan sikap	2
		Pengetahuan	3
Jumlah			38

Sumber: data hasil kuisioner pada tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas, observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada 38 anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek diperoleh bahwa faktor yang paling banyak dipilih dalam keputusan menjadi anggota KSPPS BMT PETA yaitu faktor persepsi yang dipilih sebanyak 17 anggota. Yang mana, jumlah variabel persepsi ini merupakan variabel yang paling banyak dipilih oleh. Oleh karena itu, peneliti mengambil variabel persepsi untuk diteliti.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam buku “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan” karya Mulyadi Nitisusastro, persepsi dijelaskan dalam gambaran metode seorang individu memilah, mengelompokkan serta mengartikan stimulasi menjadi sebuah penjelasan

yang konsisten terhadap setiap kejadian dalam ini.⁷ Sebuah persepsi dapat ditulis sebagaimana kita dalam melihat isi dari dunia ini. BMT PETA berdiri dibawah naungan pondok PETA, sehingga mayoritas anggota BMT PETA merupakan jamaah thoriqot pondok PETA. Tidak hanya dari jamaahnya saja, kini anggota BMT PETA juga berasal dari masyarakat umum. Berdasarkan hasil wawancara penulis terhadap masyarakat anggota BMT PETA Trenggalek, dapat diketahui bahwa mayoritas persepsi masyarakat terhadap BMT PETA Trenggalek yaitu produknya beragam dan persyaratan yang harus dipenuhi nasabah juga mudah. Terlebih lagi saat ini BMT PETA Trenggalek telah menyediakan layanan transaksi berbasis digital, yaitu BMT PETA mobile, yang dapat digunakan untuk memudahkan bertransaksi secara online dan kapan saja, seperti transfer, pembayaran tagihan, maupun zakat. Lokasi BMT PETA Trenggalek juga sangat strategis. BMT PETA Trenggalek merupakan cabang BMT PETA pusat yang ada di Tulungagung dan telah memiliki banyak cabang di Jawa Timur, sehingga masyarakat lebih yakin apabila akan menjadi anggota KSPPS BMT PETA Trenggalek.

Sehubungan dengan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota KSPPS BMT PETA Cabang Trenggalek.”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi anggota KSPPS BMT PETA cabang Trenggalek?
2. Bagaimana keputusan anggota KSPPS BMT PETA cabang Trenggalek?
3. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap keputusan menjadi anggota KSPPS BMT PETA cabang Trenggalek?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi anggota KSPPS BMT PETA cabang Trenggalek.
2. Untuk mengetahui keputusan anggota KSPPS BMT PETA cabang Trenggalek.

⁷ Mulyadi Nitiusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, 66.

3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan menjadi anggota KSPPS BMT PETA cabang Trenggalek

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan dan kajian ekonomi islam, khususnya pada faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan menjadi anggota BMT.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi peneliti

Dapat menambah ilmu pengetahuan serta dapat menerapkan ilmu yang sudah diperoleh dari perkuliahan yang kemudian dapat dipraktekkan ke lembaga khususnya mengenai faktor yang menyebabkan nasabah menjadi anggota BMT.

- b. Bagi akademik

Sebagai sumber informasi dan literatur bagi mahasiswa yang tertarik di sektor perbankan syariah khususnya untuk mengetahui faktor nasabah menjadi anggota yang kemudian dapat dilakukan perbaikan pada bidang yang sama.

- c. Bagi lembaga

hasil penelitian diharap mampu memberkan masukan agar dapat meningkatkan kinerja sehingga dapat menarik lebih banyak lagi anggota yang bergabung kepada BMT

E. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban yang bersifat sementara atas suatu masalah penelitian yang dirumuskan dalam bentuk pertanyaan, tetapi jawabannya masih bersifat pendahuluan dan memerlukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan kebenarannya.⁸ Hipotesis pada penelitian ini didasarkan pada masalah yang dihadapi yaitu:

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 64.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh persepsi terhadap keputusan menjadi anggota KSPPS BMT PETA cabang Trenggalek.

H_a : Terdapat pengaruh persepsi terhadap keputusan menjadi anggota KSPPS BMT PETA cabang Trenggalek.

F. Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu yang digunakan penulis yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Nuriyani dengan judul *“Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Dhaha Kediri)”*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan antara persepsi nasabah terhadap keputusan pembelian produk pembiayaan murabahah KSSU Harum Dhaha Kediri. Dibuktikan dengan hasil uji hipotesis $\text{sig} (0.000) < 0,005$ kemudian untuk variabel persepsi konsumen (X) diperoleh $t_{\text{hitung}} (5,093) > t_{\text{tabel}} (1,967)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Persamaan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Nuriyani dengan penelitian ini ialah pada penggunaan metode penelitian yaitu kuantitatif serta sama-sama menggunakan variabel persepsi sebagai variabel bebas (X) dan variabel keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y). Perbedaannya adalah objek penelitiannya pada KSSU Harum Dhaha Kediri sedangkan peneliti memilih objek pada KSPPS BMT PETA cabang Trenggalek. Perbedaan selanjutnya yaitu terdapat respondennya. Peneliti sebelumnya menggunakan responden pembiayaan murabahah sedangkan responden penulis menggunakan responden anggota KSPPS BMT PETA cabang Trenggalek.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Pitaloka Kusumawardhani berjudul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota BMT Mardhatillah Berkah Purwakarta.”*

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan anggota. Religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota. Untuk lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota. Dibuktikan dengan pengujian secara simultan

diperoleh nilai F hitung sebesar 9,284 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,12 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan pada hal tersebut, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, religiusitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota.

Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dan menggunakan variabel keputusan menjadi anggota sebagai variabel Y. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sebelumnya menggunakan tiga variabel bebas, sedangkan penulis menggunakan satu variabel bebas yaitu persepsi.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Anis Ni'matul Laili yang berjudul *"Pengaruh Persepsi, Motivasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Blitar"*

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan terdapat pengaruh tidak signifikan secara statistik pada tingkat α 5% atau 0,05 antara persepsi. Pada variabel motivasi menunjukkan pengaruh positif dan signifikansi secara statistik pada tingkat α 5% atau 0,05. Variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikansi secara statistik pada tingkat α 5% atau 0,05 terhadap keputusan menjadi anggota nasabah. pengaruh persepsi, motivasi, dan promosi secara simultan memiliki pengaruh signifikan pada statistik pada tingkat α 5% atau 0,05 terhadap keputusan menjadi anggota. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig. 0.0005 lebih rendah dari nilai 0,05 yang artinya menolak H_0 . Persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan persepsi sebagai salah satu variabel X serta keputusan pembelian pada variabel Y. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek dimana penelitian tersebut pada Koperasi Syariah Podojoyo Blitar sedangkan objek yang peneliti pilih adalah KSPPS BMT PETA cabang Trenggalek. Selain itu, variabel X yang digunakan pada penelitian tersebut berjumlah 3, sedangkan peneliti menggunakan 1 variabel X.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Hermawati dengan judul *"Pengaruh Bagi Hasil dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di KSPPS Al-Ishlah Mitra Sejahtera Cabang Majalengka"*.

Hasil penelitian ini yaitu berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS AIMS Cabang Majalengka. Dibuktikan dengan (uji T) diketahui nilai *sig.* untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,004 > 0,05$ dan nilai *t* hitung $3.011 > 2.00958$. Pengetahuan produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di KSPPS AIMS Cabang Majalengka. Berdasarkan (uji T) diperoleh nilai *sig.* untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,685 > 0,05$ dan nilai *t* hitung $0.408 < 2.00958$. Berdasarkan uji secara simultan (uji F) nilai signifikan untuk pengaruh bagi hasil (X1) dan pengetahuan produk (X2) secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai F hitung $5.613 > F$ tabel 3,17. Persamaannya adalah kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif. Variabel Y sama-sama menggunakan variabel menjadi anggota KSPPS. Perbedaannya terletak pada variabel X yang diambil yaitu pada penelitian tersebut menggunakan variabel bagi hasil dan pengetahuan produk sebagai variabel X, sedangkan peneliti menggunakan variabel persepsi sebagai variabel X. Perbedaan selanjutnya yaitu letak objek dimana penelitian tersebut berada di KSPPS Majalengka sedangkan peneliti berada di KSPPS Trenggalek.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Melda Aulia dengan judul “*Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pada Koperasi Syariah Arrahmah Banjarmasin*”.

Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian peneliti adalah menggunakan variabel menjadi anggota sebagai variabel Y dengan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian yaitu pada penelitian tersebut pada Koperasi Syariah Arrahmah Banjarmasin, sedangkan peneliti memilih pada KSPPS BMT Peta Cabang Trenggalek. Perbedaan selanjutnya terletak pada variabel X yang diambil dari kedua penelitian yaitu satunya variabel religiusitas dan peneliti memilih persepsi sebagai variabel X.