

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Inklusi keuangan adalah elemen penting dalam sektor strategi pembangunan ekonomi yang bertujuan untuk menyediakan akses ke layanan keuangan bagi keseluruhan lapisan masyarakat. Inklusi keuangan juga menjadi salah satu pilar penting dalam mencapai kesejahteraan ekonomi yang berkelanjutan. Di Indonesia, salah satu instrumen utama dalam sektor inklusi keuangan adalah *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT). BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. BMT tidak hanya menyediakan layanan keuangan, namun juga berfungsi sebagai pemberdayaan ekonomi masyarakat dan peningkatan kesejahteraan sosial.¹

Di Indonesia terdapat banyak BMT yang tersebar di seluruh penjuru negeri yang salah satunya adalah BMT *Nahdlatul Ulama* (NU) yang sangat berpengaruh di Indonesia. BMT NU merupakan bagian dari jaringan besar *Nahdlatul Ulama* (NU), organisasi masyarakat Islam terbesar di Indonesia. Dengan basis keanggotaan yang luas dan akar sejarah yang mendalam, NU memiliki pengaruh yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan sosial, termasuk dalam sektor ekonomi dan keuangan. Adanya BMT NU di tengah-tengah masyarakat NU menciptakan sinergi yang kuat dalam upaya meningkatkan literasi dan inklusi keuangan, dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah.²

BMT NU memiliki misi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat

¹ Huda, Nurul & Rini, Nur Kholis. (2018). *Keuangan Mikro Syariah: Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS)*. Jakarta: Prenada Media.

² Ibid.

melalui berbagai layanan keuangan seperti tabungan, pembiayaan, dan investasi berbasis syariah. Sebagai bagian dari NU, BMT NU memiliki akses langsung ke komunitas besar yang sering kali sudah memiliki hubungan kepercayaan yang kuat dengan organisasi tersebut. Hal ini berdampak pada keuntungan tersendiri dalam meningkatkan minat menabung di kalangan anggotanya.³ BMT NU juga menyediakan berbagai program tabungan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang secara meluas lebih diterima oleh masyarakat yang notabene beragama islam, tidak hanya dari kalangan NU saja, yang dirancang dapat membantu dan memenuhi kebutuhan masyarakat setempat.⁴ Dalam hal ini, masyarakat sering kali saling bertukar informasi mengenai cara-cara menabung yang efektif dan manfaat dari menabung di lembaga keuangan tersebut.⁵

Organisasi masyarakat yang telah melekat kepada masyarakat sejak dahulu telah mencakup 4 (empat) faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, serta faktor psikologis yang membuat organisasi masyarakat terbilang cukup signifikan dalam mempengaruhi keputusan suatu individu.⁶ Organisasi masyarakat berkaitan erat dengan aspek sosial dikarenakan organisasi masyarakat menjadi wadah bagi bagi individu-individu yang bertujuan dan berkepentingan sama dalam berbagai hal.⁷ Adapun aspek budaya berkaitan dengan organisasi masyarakat dikarenakan budaya mencakup sistem nilai dan norma yang dipegang oleh

³ Ascarya. (2019). *The Development of Islamic Financial Institutions in Indonesia*. Journal of Islamic Economics, Banking and Finance.

⁴ Widiyanto, Imam & Ismail, Abdul Ghafar. (2018). *Improving the Effectiveness of Islamic Micro-Financing: Learning from BMT Experience*. Humanomics.

⁵ Wulandari, Puspita & Kassim, Salina H. (2015) Issues and Challenges in Financing the Poor: Case of Baitul Maal wat Tamwil in Indonesia. *International Journal of Bank Marketing*.

⁶ Sujatmiko, Budiman. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Budaya Lokal*. Jakarta: Penerbit Yayasan Obor Indonesia.

⁷ Subhan, Arif. (2017). Pengaruh Modal Sosial Terhadap Partisipasi Anggota dalam Organisasi Kemasyarakatan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*. Jakarta: Universitas Indonesia.

masyarakat, adapula kepercayaan serta tradisi turun – temurun yang menghasilkan respon serta perilaku dalam bersosial.⁸ Sedangkan aspek psikologis sangat berkaitan dengan organisasi masyarakat dikarenakan setiap individu memiliki motivasi yang mempengaruhi pribadinya untuk turut dalam organisasi masyarakat.⁹ Aspek yang terakhir adalah aspek pribadi, yang mana merupakan hasil dari ketiga aspek – aspek tersebut. Hal ini dapat terjadi dikarenakan suatu individu dapat beradaptasi dengan ketiga aspek tersebut sehingga mampu dikatakan sebagai bagian dari organisasi masyarakat tersebut.¹⁰

Berdasarkan hal yang telah dijabarkan, merupakan sebuah hal yang lumrah apabila suatu masyarakat lebih mempercayai keberadaan dari sebuah lembaga yang memiliki kesamaan latar belakang, khususnya pada BMT NU Kabupaten Kediri yang mayoritas dari nasabahnya merupakan masyarakat atau warga NU. Adapun nasabah yang memiliki latar belakang yang berbeda, akan tetapi masyarakat yang berlatar belakang dari organisasi masyarakat NU lebih mendominasi secara jumlah dikarenakan memang menjadi organisasi masyarakat terbesar di lingkungan BMT NU Kabupaten Kediri. Berbagai macam profesi seperti pengajar, pedagang, maupun pebisnis memiliki latar belakang dari organisasi masyarakat NU.

Sebagai data pendukung, penulis mencantumkan tabel perbandingan antara BMT NU Kabupaten Kediri dengan BMT Beringharjo Pare, BMT UGT Nusantara Pare, dan BMT PETA Kabupaten Kediri dengan alasan ialah perbedaan tingkat pertumbuhan nasabah, lokasi geografis, maupun kesamaan target pasar yaitu masyarakat yang bermukim pada radius 15-20km dari kantor BMT dengan data

⁸ Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

⁹ Ibid.

¹⁰ Ibid.

perbandingan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Perbandingan BMT NU Kabupaten Kediri dengan BMT Beringharjo Pare, BMT PETA Kabupaten Kediri, dan BMT UGT Nusantara Pare

Perbandingan		NAMA LEMBAGA			
		BMT NU Kabupaten Kediri	BMT Beringharjo Pare	BMT PETA Kabupaten Kediri	BMT UGT Nusantara Pare
Periode	2021	386	1975	716	190
Jumlah	2022	764	2283	942	200
Nasabah	2023	893	2460	1197	210

Sumber: Wawancara dengan masing-masing kepala cabang BMT

Berdasarkan tabel tersebut dengan melakukan wawancara dengan kepala cabang dari masing-masing BMT, diperoleh data bahwa BMT NU mengalami kenaikan yang signifikan pada tahun 2021-2022, akan tetapi jumlah dari keseluruhan nasabah masih terpaut jauh dari keseluruhan nasabah dari BMT Beringharjo Pare.¹¹ Hal ini sama dengan BMT PETA Kabupaten Kediri yang juga memiliki keunggulan dalam kuantitas nasabahnya. BMT NU Kabupaten Kediri memiliki jumlah nasabah yang lebih banyak apabila dibandingkan dengan BMT UGT Nusantara Pare. Setelah mengamati perbedaan dari jumlah, BMT NU Kabupaten Kediri memang tergolong memiliki jumlah yang tidak sebanyak BMT Beringharjo ataupun BMT PETA Kabupaten Kediri, akan tetapi BMT NU Kabupaten Kediri memiliki keunikannya tersendiri yaitu memiliki kesamaan latar belakang dengan mayoritas nasabah yang telah menjadi anggotanya. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk tetap melanjutkan penelitian mengenai faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah pada BMT NU Kabupaten Kediri.

¹¹ Wawancara dengan kepala cabang BMT NU Kabupaten Kediri, BMT Beringharjo Pare, BMT UGT Nusantara, dan BMT PETA Kabupaten Kediri. Dilakukan pada tanggal 9 September 2024.

Penulis juga menambahkan data pendukung berupa produk dari BMT NU Kabupaten Kediri beserta dengan jumlah nasabahnya baik dari produk *funding* maupun pembiayaan sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Nasabah Penghimpun dan Pembiayaan BMT NU Kabupaten Kediri
Periode 2021-2023

Periode	2021	2022	2023
Produk Simpanan (<i>Funding</i>)			
Simpanan Anggota	104	215	244
Simpanan Sukarela	79	114	126
Simpanan Berjangka	77	132	153
Simpanan Pendidikan	33	68	83
Simpanan Qurban	42	107	124
Simpanan Haji dan Umrah	51	111	146
Jumlah Nasabah Simpanan	396	764	893
Produk Pembiayaan (<i>Lending</i>)			
Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	31	39	57
Pembiayaan <i>Musyarakah</i>	21	34	43
Pembiayaan <i>Murabahah</i>	12	30	41
Pembiayaan <i>Ba'i Bitsaman Ajil</i>	26	37	44
Pembiayaan <i>Al-Qardhul Hasan</i>	19	35	45
Pembiayaan <i>Al-Ijarah</i>	7	12	17
Jumlah Nasabah Pembiayaan	118	189	247

Sumber: BMT NU Kabupaten Kediri

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai jumlah nasabah penabung dan pembiayaan diperoleh data seperti yang telah dicantumkan pada tabel 2, dapat diketahui bahwa dari nasabah dari produk Simpanan Anggota memiliki jumlah terbanyak dibandingkan dengan produk simpanan yang lain. Sedangkan dari pembiayaan terdapat bahwa Pembiayaan Mudharabah lebih banyak diminati daripada produk pembiayaan yang lainnya.¹²

Jumlah nasabah yang telah mengambil keputusan untuk menabung pada

¹² BMT NU Kabupaten Kediri. (2024). Data diperoleh dari kepala cabang BMT NU Kabupaten Kediri. 9 September 2024.

BMT NU juga mengalami pertumbuhan dalam saldo simpanannya yang menunjukkan bahwa nasabah tersebut tidak menyesali keputusan yang telah diambil.

Seperti halnya yang telah diketahui, nasabah yang telah menjadi anggota di BMT NU Kabupaten Kediri mayoritas merupakan masyarakat dari organisasi masyarakat NU, hal ini juga berkaitan dengan pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi suatu individu dalam berorganisasi masyarakat. BMT NU Kabupaten Kediri dirasa lebih dekat dan mudah diterima dibandingkan bank atau koperasi konvensional karena dianggap lebih memahami kebutuhan organisasi masyarakat tersebut.¹³ Akan tetapi terdapat faktor-faktor tertentu yang dapat menentukan keputusan menjadi nasabah yang didasarkan pada pertimbangan rasional individu itu sendiri. Maka dari itu, peneliti juga mencantumkan data pendukung yang berupa klasifikasi dari latar belakang nasabah yang telah menjadi anggota pada BMT NU Kabupaten Kediri.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada BMT NU Kabupaten Kediri diperoleh data latar belakang dari 100 nasabah sebagai landasan awal untuk penelitian dengan data sebagai berikut ini¹⁴:

Tabel 1.3
Data Nasabah BMT NU Kabupaten Kediri

Kriteria Nasabah	Jumlah	Frekuensi (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	56	56%
Perempuan	44	44%
Latar Belakang Organisasi Masyarakat		
Nahdlatul Ulama	90	90%
Organisasi Lain	8	8%
Non-Muslim	2	2%

¹³ Sujatmiko, Budiman. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Budaya Lokal*. Jakarta: Penerbit Yayasan Obor Indonesia.

¹⁴ Wawancara dengan kepala cabang BMT NU Kabupaten Kediri. Dilakukan pada tanggal 9 September 2024, pukul 14:30.

Berdasarkan tabel tersebut, didapatkan data bahwa dari 100 nasabah BMT NU Kabupaten Kediri lebih banyak dari kalangan laki-laki yang berjumlah 56 orang. Sedangkan dilihat dari latar belakang nasabah tersebut, dapat dilihat bahwa mayoritas berlatar belakang dari organisasi masyarakat NU sebanyak 90 orang. Sedang 8 orang diisi oleh organisasi masyarakat yang lainnya dan 2 orang diisi oleh masyarakat yang non-muslim.¹⁵

Secara garis besar, organisasi masyarakat memiliki pengaruh terhadap suatu individu dalam menentukan keputusannya terlepas dari besar atau kecil dampak dari pengaruh tersebut. Dengan demikian, hal ini selaras dengan pernyataan dari Kotler dan Keller dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran*, dalam konteks perilaku konsumen, terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.¹⁶ Prinsip-prinsip yang telah dijabarkan dapat diaplikasikan pada keputusan menabung. Diantara teori-teori dari Philip Kotler dan Kevin Lane Keller adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4
Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Faktor	Sub-Faktor
Budaya	Budaya
	Sub-Budaya
	Kelas Sosial
Sosial	Kelompok Referensi
	Keluarga
	Peran dan Status
Pribadi	Usia dan Tahap Siklus Hidup
	Pekerjaan
	Situasi Ekonomi
	Gaya Hidup

¹⁵ BMT NU Kabupaten Kediri. (2024). Data diperoleh dari kepala cabang BMT NU Kabupaten Kediri. 9 September 2024.

¹⁶ Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

	Kepribadian dan Konsep Diri
Psikologis	Motivasi
	Persepsi
	Pembelajaran
	Keyakinan dan Sikap

Sumber: Kotler & Keller (2016).

Dengan ini peneliti melakukan survey dengan lebih mendalam mengenai motif nasabah untuk menjadi nasabah pada BMT NU Kabupaten Kediri dengan menggunakan teori Kotler & Keller karena adanya keterkaitan dengan teori yang dirumuskannya sebagai berikut:

Tabel 1.5
Hasil Survey Lapangan pada Nasabah BMT NU Kabupaten Kediri

Faktor	Sub-Faktor	Hasil Survey
Budaya	Budaya	9 Orang
	Sub-Budaya	0 Orang
	Kelas Sosial	2 Orang
Sosial	Kelompok Referensi	7 Orang
	Keluarga	2 Orang
	Peran dan Status	0 Orang
Pribadi	Usia dan Tahap Siklus Hidup	0 Orang
	Pekerjaan	0 Orang
	Situasi Ekonomi	4 Orang
	Gaya Hidup	0 Orang
	Kepribadian dan Konsep Diri	0 Orang
Psikologis	Motivasi	3 Orang
	Persepsi	5 Orang
	Pembelajaran	0 Orang
	Keyakinan dan Sikap	0 Orang
Jumlah Total		30 Orang

Sumber: Data diperoleh melalui survey.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan menyatakan bahwa sebagian besar nasabah mengambil keputusan terhadap menjadi nasabah pada BMT NU Kabupaten Kediri ialah dari faktor budaya, kemudian dilanjutkan dengan kelompok referensi yang menjadi pilihan terbanyak kedua, kemudian persepsi, situasi ekonomi, dan

motivasi, kemudian beberapa sebagian menunjukkan hasil yang sama, yaitu sebanyak 2 (dua) orang dan sebagian lainnya tidak ada pemilih, atau bisa dikatakan bahwa tidak ada pengaruh dari faktor yang tidak dipilih.¹⁷

Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana pengaruh kelompok referensi, keyakinan dan sikap terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT NU Kabupaten Kediri.¹⁸ Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika tersebut dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di BMT NU Kabupaten Kediri. Dengan memahami hal ini, diharapkan akan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai pengaruh budaya dan sosial maupun lembaga keuangan yang berlatar belakang dari organisasi masyarakat tersebut dalam meningkatkan inklusi keuangan dan kesejahteraan ekonomi masyarakat, serta memberikan rekomendasi kebijakan yang mendukung dengan mengambil judul **“PENGARUH BUDAYA DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN PADA BMT NU KABUPATEN KEDIRI”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran yang telah dipaparkan diatas maka fokus penelitian yang akan diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana budaya nasabah tabungan BMT NU Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana kelompok referensi nasabah tabungan BMT NU Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana keputusan nasabah tabungan BMT NU Kabupaten Kediri?
4. Bagaimanakah pengaruh budaya terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan pada BMT NU Kabupaten Kediri?

¹⁷ BMT NU Kabupaten Kediri. (2024). Survey kecenderungan nasabah. 10 September 2024.

¹⁸ Rivai, Veithzal. (2017). *Manajemen Keuangan Koperasi dan UMKM*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

5. Bagaimanakah pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan untuk menjadi nasabah tabungan pada BMT NU Kabupaten Kediri?
6. Bagaimanakah pengaruh budaya dan kelompok referensi terhadap keputusan untuk menjadi nasabah tabungan pada BMT NU Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui budaya nasabah tabungan BMT NU Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui kelompok referensi BMT NU Kabupaten Kediri.
3. Untuk mengetahui keputusan nasabah tabungan BMT NU Kabupaten Kediri.
4. Untuk mengetahui pengaruh budaya terhadap keputusan untuk menjadi nasabah tabungan pada BMT NU Kabupaten Kediri.
5. Untuk mengetahui pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan untuk menjadi nasabah tabungan pada BMT NU Kabupaten Kediri.
6. Untuk mengetahui budaya dan kelompok referensi terhadap keputusan untuk menjadi nasabah tabungan pada BMT NU Kabupaten Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memiliki harapan agar hasil penelitian yang telah dilakukan dapat memberikan manfaat. Diantaranya kegunaan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat membawa manfaat guna mengembangkan keilmuan khususnya pada sektor lembaga keuangan syariah, juga menjadi bahan referensi maupun rujukan, serta menjadi tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Kediri.

2. Kegunaan Praktis

Berikut ini manfaat praktis yang dapat diberikan dari penelitian ini antara lain:

a) Bagi Nasabah

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan beberapa masukan terhadap pengetahuan nasabah pada lembaga keuangan syariah, serta dapat memperluas wawasan masyarakat sebagai bacaan ilmiah.

b) Bagi Lembaga

Penelitian yang telah dilakukan diharapkan memberikan kontribusi yang positif dan signifikan khususnya kepada BMT NU Kabupaten Kediri dalam memperluas sektor nasabahnya.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai lembaga keuangan syariah yang khususnya tentang pengaruh organisasi masyarakat atau latar belakang dari lembaga keuangan syariah tersebut, sehingga dapat dilakukan pengkajian yang lebih dalam mengenai cara mengkaji pengaruh-pengaruh lainnya.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu dugaan sementara terhadap suatu fenomena yang penelitian secara teoritis yang memiliki tingkat kemungkinan positif paling tinggi.

Dalam penelitian yang dilakukan akan dijabarkan sebagai berikut¹⁹:

¹⁹ Tim Penyusun Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. (2021). Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. Kediri: IAIN Kediri.

Hipotesis 1

H₀: “Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara Budaya dengan Keputusan Menjadi Nasabah pada BMT NU Kabupaten Kediri.”

H_a: “Terdapat pengaruh secara signifikan antara Budaya dengan Keputusan Menjadi Nasabah pada BMT NU Kabupaten Kediri.”

Hipotesis 2

H₀: “Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara Kelompok Referensi dengan Keputusan Menjadi Nasabah pada BMT NU Kabupaten Kediri.”

H_a: “Terdapat pengaruh secara signifikan antara Kelompok Referensi dengan Keputusan Menjadi Nasabah pada BMT NU Kabupaten Kediri.”

Hipotesis 3

H₀: “Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara Budaya dan Kelompok Referensi dengan Keputusan Menjadi Nasabah pada BMT NU Kabupaten Kediri.”

H_a: “Terdapat pengaruh secara signifikan antara Budaya dan Kelompok Referensi dengan Keputusan Menjadi Nasabah pada BMT NU Kabupaten Kediri.”

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian merupakan dasar pemikiran yang digunakan dalam proses penelitian untuk memberikan landasan teoritis terhadap variabel yang diteliti.²⁰ Dalam penelitian ini, asumsi yang diajukan adalah adanya pengaruh signifikan antara budaya dan kelompok referensi terhadap keputusan menjadi nasabah simpanan pada BMT NU Kabupaten Kediri. Pengukuran dilakukan menggunakan 3 (tiga) skala,

²⁰ Ibid.

yaitu skala budaya, kelompok referensi, dan keputusan menjadi nasabah BMT NU Kabupaten Kediri. Skala budaya merujuk pada teori Kotler & Keller, yang mencakup aspek etnis dan ras, gaya hidup, kelompok sosial, nilai dan keyakinan, serta adat dan tradisi. Sementara itu, skala kelompok referensi terdiri dari aspek pemimpin keputusan, kelompok disosiatif, kelompok aspirasi, kelompok sekunder, dan kelompok primer. Skala keputusan menjadi nasabah simpanan terdiri dari aspek budaya, sosial, pribadi, psikologi, dan situasional.

Penelitian ini berasumsi bahwa terdapat hubungan positif antara budaya dan kelompok referensi dengan keputusan menjadi nasabah simpanan. Dengan kata lain, semakin tinggi pengaruh simultan budaya dan kelompok referensi, maka semakin tinggi tingkat keputusan menjadi nasabah simpanan BMT NU Kabupaten Kediri. Sebaliknya, jika pengaruh simultan budaya dan kelompok referensi semakin rendah, maka keputusan menjadi nasabah simpanan BMT NU Kabupaten Kediri cenderung menurun.

G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah merupakan upaya untuk memberikan definisi operasional terhadap istilah-istilah yang berkaitan langsung dengan konsep utama dalam suatu penelitian.²¹ Tujuan dari penegasan ini adalah agar istilah-istilah tersebut dapat dipahami secara tepat sesuai konteks penelitian, sehingga tidak menimbulkan penafsiran ganda dalam proses analisis maupun interpretasi data. Definisi pada penelitian ini adalah:

²¹ Ibid.

1. Dalam konteks penelitian ini, budaya dipahami sebagai keseluruhan sistem nilai, norma, kepercayaan, pengetahuan, serta kebiasaan yang diwariskan secara sosial dan menjadi pedoman hidup bagi anggota masyarakat. Budaya mencakup cara berpikir, cara berperilaku, serta cara berinteraksi yang terbentuk dan berkembang dalam suatu kelompok sosial tertentu. Unsur-unsur yang terkandung dalam budaya meliputi nilai-nilai yang dijunjung tinggi, simbol dan bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi, norma sosial yang mengatur perilaku, serta tradisi dan adat istiadat yang diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya juga tercermin dalam gaya hidup masyarakat dan menjadi acuan dalam mengambil keputusan serta membentuk identitas kelompok.
2. Dalam penelitian ini, kelompok referensi dipahami sebagai sekelompok individu atau komunitas yang secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi sikap, persepsi, nilai, dan perilaku seseorang. Kelompok referensi berperan sebagai tolok ukur sosial bagi individu dalam mengambil keputusan, termasuk dalam hal berpikir, bersikap, dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh kelompok referensi dapat bersifat normatif, yakni mendorong individu untuk menyesuaikan diri dengan harapan kelompok, atau bersifat komparatif, yakni sebagai acuan untuk menilai dan membandingkan diri. Kelompok referensi dapat terdiri dari keluarga, teman dekat, komunitas sosial, tokoh panutan, hingga figur publik yang dikagumi.

H. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini berpatokan pada penelitian yang sudah dilakukan terdahulu. Untuk mempermudah dalam pengambilan sampel data, serta metode analisis yang akan digunakan, maka peneliti akan mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai sumber referensi. Pencantuman ini dilakukan guna mendapatkan beberapa gambaran mengenai langkah-langkah penyusunan kerangka penelitian, dengan harapan penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat, tepat, serta akurat dalam penyajiannya bagi para pembaca. Untuk menghindari kesamaan penelitian dan pembahasan yang akan dilakukan oleh penulis, maka penulis menyuguhkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dimuat dalam berbagai media sebagai berikut ini:

1. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Anggota Dalam Memilih Pembiayaan Modal Usaha Barokah (Studi Kasus BMT UGT Nusantara Cab.Pare Kediri). Skripsi ini disusun oleh Afina Ratna Hidayati, mahasiswa jurusan Perbankan Syariah di IAIN Kediri. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa 44,5% keputusan anggota menggunakan pembiayaan Modal Usaha Barokah dipengaruhi oleh promosi dan harga, sedangkan 55,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dalam cakupan peneliti. Hal ini juga diperkuat dengan persamaan regresi yang terbentuk ialah $Y = (-1,242) + 0.194X_1 + 0.803X_2 + e$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan modal usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Perbedaan yang terlihat antara penelitian ini dengan penelitian penulis adalah variabel penelitian sebelumnya yang merupakan promosi dan harga, sedangkan

pada penelitian ini akan menggunakan variabel budaya dan kelompok referensi. Adapun populasi dari penelitian sebelumnya adalah nasabah yang melakukan pembiayaan modal usaha, sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan adalah nasabah simpanan.²²

2. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Menjadi Anggota (Studi Kasus Pada Baitul Maal wat Tamwil (BMT) UGT Nusantara Kota Kediri). Penelitian ini ditulis oleh Nurfitriana Indah Pertiwi, mahasiswa jurusan Perbankan Syariah pada IAIN Kediri. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa promosi dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menjadi anggota, dibuktikan dengan Uji F yang menunjukkan F-hitung sebesar 66,214 dengan signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Hal ini membuktikan bahwa promosi dan harga secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah untuk bergabung dengan BMT UGT Nusantara Kota Kediri. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah adanya persamaan variabel keputusan menjadi nasabah. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel penelitian sebelumnya yang menggunakan promosi dan harga, sedangkan pada penelitian ini adalah budaya dan kelompok referensi.²³
3. Pengaruh Layanan *Cash Pick Up and Delivery* Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Beringharjo Nganjuk. Skripsi ini ditulis oleh Muhammad Zidane Massheva Putra Wijaksana, mahasiswa jurusan Perbankan Syariah pada IAIN Kediri. Hasil dari penelitian ini menunjukkan

²²Hidayati, Afina Ratna. (2024). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih Pembiayaan Modal Usaha Barokah (Studi Kasus BMT UGT Nusantara Cab. Pare Kediri). *Skripsi*. Kediri: IAIN Kediri.

²³ Pertiwi, Nurfitriana Indah. (2024). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Menjadi Anggota (Studi Kasus Pada Baitul Maal wat Tamwil (BMT) UGT Nusantara Kota Kediri). *Skripsi*. Kediri: IAIN Kediri.

bahwa menunjukkan nilai sebesar 0,544 atau 54,4% yang berarti terdapat pengaruh layanan *cash pick up and delivery* terhadap keputusan nasabah. Sedangkan sisanya 45,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Persamaan penelitian yang dilakukan sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah keputusan pembelian, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel penelitian sebelumnya yang menggunakan *cash pick up and delivery* sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel budaya dan kelompok referensi. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah nasabah pembiayaan sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah nasabah simpanan.²⁴

4. Pengaruh Persepsi, Pembelajaran, Keluarga dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung). Skripsi ini disusun oleh Herlina Yuanita Putri, mahasiswa jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa persepsi, pembelajaran, keluarga, serta kelompok acuan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah. Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah seputar keputusan pembelian, akan tetapi ada perbedaan krusial yaitu objek penelitian dalam penelitian ini yang merupakan bank syariah dan populasi penelitian yang merupakan mahasiswa, bukan nasabah dari lokasi di sekitar bank syariah.²⁵

²⁴ Wijaksana, Muhammad Zidane Massheva Putra. (2024). Pengaruh Layanan Cash Pick Up And Delivery Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Musyarakah Pada BMT Beringharjo Nganjuk. *Skripsi*. Kediri: IAIN Kediri.

²⁵ Putri, Herlina Yuanita. (2020). Pengaruh Persepsi, Pembelajaran, Keluarga dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung). *Skripsi*. Tulungagung: IAIN Tulungagung.

5. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih BMT MADANI Sebagai Media Pembiayaan. Skripsi ini disusun oleh Ni'matur Rochmah, mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk memilih BMT MADANI sebagai media pembiayaan, dikarenakan meningkatnya jumlah pembiayaan dikarenakan pengaruh dari kelompok referensi, yang merupakan bagian dari faktor sosial. Persamaan dari penelitian ini adalah variabel independen yaitu kelompok referensi, akan tetapi perbedaan yang signifikan terdapat pada faktor sosial yang mana mencakup ruang lingkup yang lebih luas daripada hanya kelompok referensi.²⁶

²⁶ Rochmah, Ni'matur. (2018). Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih BMT MADANI Sebagai Media Pembiayaan. *Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel.