

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan pada saat ini, khususnya Bank umum merupakan inti sistem keuangan setiap negara. Bank memiliki usaha pokok berupa menghimpun dana dari pihak yang berlebihan dana untuk kemudian menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat yang kekurangan dana dalam jangka waktu tertentu (Fitria, 2015).

Baitul mal wat tamwil (BMT) adalah terdiri dari dua istilah, yaitu baitul maal dan baitul tamwil. Baitul maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dana yang non profit, seperti: zakat, infaq dan sodakoh sedangkan baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah (Tyas & Setiawan, 2012)

BMT menurut Aziz dalam Yuli (2015) adalah “Balai usaha Mandiri Terpadu yang dikembangkan dari konsep Baitul Maal wat tamwil. Dari segi Baitul Maal, BMT menerima titipan BAZIS dari dana zakat, Infaq, dan shadaqah memanfaatkannya untuk kesejahteraan masyarakat kecil, faqir, dan miskin. Pada aspek Baitul Tamwil, BMT mengembangkan usaha-usaha produktif untuk meningkatkan pendapatan pengusaha kecil dan anggota.”

BMT bertujuan untuk meningkatkan kualitas ekonomi demi kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Sehingga sistem

perekonomian yang dianut pun menggunakan sistem syariah yang menjalankan bisnis berlandaskan pada prinsip bagi hasil dan jual beli yang biasa disebut dengan Musyarakah, Mudharabah, Bai'u Bitsaman Ajil, al-Qardhul Hasan dan lain-lain. Tanpa mengadakan sistem bunga atau riba sedikitpun (Sudjana, 2020)

Perkembangan BMT di Indonesia sampai saat ini telah mencapai jumlah jaringan yang tersebar di seluruh Indonesia dan tampil sebagai pendorong intermediasi usaha riil-mikro. Hal ini dibuktikan dengan jumlah BMT atau koperasi jasa keuangan syariah yang telah dikembangkan sampai ke pelosok Indonesia (Fakultas Hukum UNIBA, 2017)

Peran umum BMT yang dilakukan adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syariah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil yang serba cukup, ilmu pengetahuan ataupun materi.

Berlandaskan sistem perekonomian Islam, Sistem Ekonomi Islam atau syariah sekarang ini sedang banyak diperbincangkan di Indonesia. Banyak kalangan masyarakat yang mendesak agar Pemerintah Indonesia segera mengimplementasikan sistem Ekonomi Islam dalam sistem Perekonomian Indonesia seiring dengan hancurnya sistem Ekonomi Kapitalisme (Fitria, 2015).

Sejak awal kelahirannya sampai dengan saat ini, legalitas BMT belum ada, hanya saja banyak BMT memilih badan hukum koperasi. Oleh karena itu BMT tunduk pada aturan perkoperasian, yaitu Undang-Undang No.25 Tahun 1992 tentang Koperasi yang telah diubah menjadi Undang-Undang No 17 Tahun 2012

tentang Koperasi. KEPMEN Nomor 91/KEP/M.KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) (Masyithoh, 2014).

Emas merupakan salah satu jenis logam mulia yang banyak diminati oleh masyarakat, hal itu dikarenakan emas adalah salah satu alternative investasi jangka panjang. Investasi emas tergolong sederhana dan minim resiko. Masyarakat Indonesia juga tertarik untuk berinvestasi emas sejak orde baru yang berupa perhiasan emas, koin emas, dan emas batangan disebabkan oleh hasil yang lebih menguntungkan dibandingkan investasi valuta asing dan saham (Tabrani et al., 2022)

Cicilan emas merupakan salah satu investasi yang menguntungkan terutama untuk jangka panjang. Sekarang ini banyak penggadaian yang menyediakan layanan dan menjual produk cicilan emas. Persaingan semakin ketat dipasaran, harus ada strategi tersendiri agar mampu bersaing dipasaran. Strategi pemasaran memiliki kekuatan besar terhadap konsumen dan masyarakat luas. Untuk menciptakan suatu organisasi pemasaran yang kuat, pemasaran yang harus berfikir seperti eksekutif didepartemen-departemen lain harus berfikir seperti pemasar (Yaqin, 2019)

Harga cicil emas adalah harga emas yang dibayar secara angsuran atau cicilan dalam periode waktu tertentu, bukan dalam satu pembayaran penuh. Ada beberapa teori yang menjelaskan bagaimana harga ini dapat ditentukan berikut beberapa teori yang relevan (Tyas & Setiawan, 2012) :

1. Harga Emas Pasar Dunia, harga cicil emas dapat dipengaruhi oleh harga pasar

emas dunia. Jika harga emas dunia naik, maka harga cicil emas juga cenderung naik.

2. Suku Bunga, suku bunga merupakan faktor penting dalam menentukan harga cicil emas. Jika suku bunga naik, maka biaya pinjaman untuk membeli emas cicilan juga akan naik, yang dapat mendorong peningkatan harga cicil emas. Sebaliknya, jika suku bunga turun maka harga cicil emas semakin rendah.

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa harga cicil emas di KSPPS BMT Dana Insani sudah sesuai dengan harga emas dipasar dunia akan tetapi untuk membedakan dengan bank yang lain KSPPS BMT Dana Insani memberikan harga cicil emas yang lebih murah dibandingkan harga pasaran hal tersebut membuat nasabah lebih tertarik cicil emas di KSPPS BMT Dana Insani.

Produk baru yang dimiliki oleh KSPPS BMT Dana Insani adalah Cicil Emas. Cicil Emas adalah fasilitas pendanaan kepemilikan emas dengan pembayaran secara angsuran dan emas tersebut dijadikan sebagai jaminan yang diambil sesudah berakhirnya jangka waktu pendanaan.

Sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia No.: 77/DSN-MUI/V/2010 tentang Jual Beli Emas Non Tunai, emas dapat dibeli dalam bentuk non tunai baik melalui pembelian secara biasa maupun pembelian secara Murabahah. Jual beli non tunai atau jual beli Murabahah adalah sah kecuali emas adalah alat tukar (uang) resmi (Muba, Jaiz). (Ramadhan et al., 2022)

Produk cicil emas memberikan kesempatan masyarakat untuk memiliki emas batangan dengan cara mencicil menggunakan akad murabahah dengan berat minimal 10 gram hingga 250 gram dengan jangka waktu` cicil mulai dari 2 tahun

hingga 5 tahun. Salah satu produk bank syariah yang diminati saat ini adalah produk cicil emas yang dalam pelaksanaannya menggunakan akad murabahah atau jual beli.

Memahami minat konsumen tidaklah mudah, agar tujuan pemasaran tercapai kita harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi serta perilaku dan minat sasaran mereka. Perkembangan nasabah di KSPPS BMT Dana Insani terus berkembang hingga saat ini terutama untuk produk cicil emas. Nasabah produk Cicil Emas terus meningkat setiap tahunnya. Sehingga peneliti ingin mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap produk cicil emas sehingga tumbuh menjadi pesat dan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa tersebut (Haryanti, 2021)

Menurut Sarwita (2018), Promosi memiliki peran yang penting dalam menginformasikan suatu hal yang nasabah perlu tahu, jadi semakin promosi tersebar luas, semakin tahu pulak nasabah akan suatu produk yang mereka pilih. Semakin sering dan efektif suatu perusahaan melakukan kegiatan promosi, maka nasabah akan semakin mengenal suatu produk yang dipromosikan. Dengan kata lain, jika promosi yang dilakukan perusahaan efektif maka akan mempengaruhi minat nasabah untuk mencicil.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) menyatakan bahwa place (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Secara umum tujuan lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi tersebut. Lokasi menjadi salah satu yang mempengaruhi nasabah dikarenakan oleh

kedekatan antar rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung sehingga membuat nasabah merasa nyaman.

Menurut Audun J. (2007) menjelaskan bahwa reputasi merupakan keseluruhan kualitas atau karakter yang terlihat dan juga dinilai oleh individu secara umum. Bagi suatu perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan upaya pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, terutama merujuk adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merek (brand image), citra perusahaan (company image), nama yang terbaik (the best name), pelayanan prima (service excellent), dan semua yang berhubungan dengan kepuasan nasabah mendapatkan prioritas. Reputasi perusahaan (corporate reputation) adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas yang dihubungkan dengan nama perusahaan. Ini berarti nama perusahaan memberi pengaruh positif pada respon pelanggan terhadap produk atau jasa yang dihasilkan tetapi sering dihubungkan dengan reputasi perusahaan secara keseluruhan.

Hingga saat ini produk cicil emas dinilai masih memiliki peluang dan memiliki perspektif yang baik bagi pendapatan BMT Dana Insani. Berikut ini adalah data perkembangan produk cicil emas BMT Dana Insani sejak tahun 2018 s/d 2023:

Tabel 1. 1 Data Perkembangan Produk Cicil Emas KSPPS BMT Dana Insani Tahun 2018-2023

Tahun	Jumlah Nasabah	Berat Logam Mulia (gr)	Nilai Logam Mulia	Plafon Pembiayaan
2018	30	2 gr	1,291,000	1,492,000
2019	10	2 gr	1,591,000	1,792,000
2023	65	5 gr	5,185,000	5,386,000

Sumber : Data dari Pegawai bagian Cicil Emas KSPP Syariah BMT Dana Insani

Dapat dilihat dari tabel diatas, bahwa setiap tahunnya produk cicil emas di BMT Dana Insani mulai beroperasi secara efektif pada tahun 2018. Jumlah nasabah mengalami penurunan yang sangat drastis pada tahun 2019. Lalu ditahun 2020-2022 cicil emas di BMT Dana Insani berhenti beroperasi karena disebabkan oleh Covid-19. Di tahun 2023 jumlah nasabah mengalami peningkatan, total jumlah nilai logam mulia, nilai plafon pembiayaan, dan berat logam mulia mengalami peningkatan dari pada ditahun sebelumnya. Hal itu disebabkan oleh promosi dari KSPPS BMT Dana Insani yang dilakukan pertemuan secara langsung kepada masyarakat dan juga membagikan brosur tentang cicil emas agar masyarakat lebih faham dengan produk tersebut. Berdasarkan tabel diatas, dapat dibuktikan bahwa produk cicil emas BMT Dana Insani mampu untuk melakukan peningkatan dan produk pembiayaan ini sebagai alternatif dalam meningkatkan emas sehingga pada akhirnya mendatangkan keuntungan pada bank.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan

penelitian terhadap keputusan nasabah untuk mencicil emas di BMT Dana Insani dan melakukan riset dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk cicil emas di KSPPS BMT Dana Insani”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka muncul permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu:

1. Apakah promosi, lokasi, reputasi berpengaruh secara persial terhadap keputusan nasabah dalam produk cicil emas?
2. Apakah promosi, lokasi, reputasi berpengaruh secara simoltan terhadap keputusan nasabah dalam produk cicil emas?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah promosi, lokasi, reputasi sangat berpengaruh secara persial terhadap keputusan nasabah
2. Untuk mengetahui apakah promosi, lokasi, reputasi sangat berpengaruh secara simoltan terhadap keputusan nasabah

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap produk cicil emas di BMT Dana Insani. Dan dapat menambah wawasan dan pengetahuan sebagai aplikasi ilmu yang telah diperoleh

selama perkuliahan dan penerapan teori yang berkaitan dengan manajemen pembiayaan dari produk-produk cicil emas diperbankan syariah

2. Bagi Lembaga Keuangan

Bagi BMT Dana Insani, penelitian ini diharapkan bisa sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam Faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap produk cicil emas di BMT Dana Insani.

3. Bagi Masyarakat

Bagi Masyarakat, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan informasi dalam menambah ilmu pengetahuan tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap produk cicil emas di BMT Dana Insani.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika yang sedemikian rupa sehingga dapat menunjukan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Maka penulis akan mendeskripsikan sistematika penulisan sebagai berikut.

BAB 1 PENDAHULUAN

Merupakan bagian pendahuluan yang di dalamnya berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat tentang kajian pustaka yang di dalamnya berisi kerangka teori, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan atau sampel penelitian, variable penelitian, teknik dan instrumen pengumpulan data, validas dan reabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dan pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi penutup yang berisi kesimpulan dan saran.