

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk diperhatikan, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka<sup>1</sup>.

Perusahaan yang ingin *survive* harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali. Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik

---

<sup>1</sup> Kuart Ismanto, *Manajemen Syari'ah Implementasi TQM dalam lembaga keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, hlm. 294

sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Perilaku konsumen adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.<sup>2</sup>

BMT adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Tabungan, deposito, kredit atau pinjaman, dan fasilitas BMT yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan staf atau karyawan BMT dalam melayani nasabahnya. Kotler dan Amstrong mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.<sup>3</sup>

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha BMT, salah satunya adalah bagaimana pihak BMT dapat menarik nasabah dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para nasabah puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi

---

<sup>2</sup> Saeed Abdullah, *Menyoal Bank Syari'ah*, Jakarta : Paramedina, 2004, hlm16

<sup>3</sup> Kotler dan Garry Armstrong, *Principles Of Marketing 7e*, Alexander Sindoro "Dasar-dasar Pemasaran", Jakarta : Prenhallindo.1997, hlm 160. Jilid 1

perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Layanan yang baik akan menyelamatkan makanan yang tak enak. Sebaliknya hidangan utama yang lezat tidak menjamin dan dapat menyelamatkan layanan yang buruk. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan.

Selain kualitas pelayanan yang harus diutamakan dalam membangun sebuah usaha juga diperlukan sebuah tempat dimana sebuah perusahaan tersebut akan berlokasi. Letak atau lokasi perusahaan sering disebut sebagai tempat kegiatan melakukan kegiatan sehari-hari. Lokasi yang strategis akan memudahkan nasabah untuk mendapatkan akses terhadap BMT tersebut. Kedekatan bank dengan beberapa tempat atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan. Lokasi mempunyai kekuatan untuk mensukseskan ataupun menghancurkan strategi perusahaan. Oleh karena itu, penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang. Kondisi masyarakat seperti ini memerlukan alternatif untuk memenuhi kebutuhan mereka, itu dengan adanya Lembaga Keuangan Mikro (LKM). Lembaga Keuangan Mikro (LKM) dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan modal yang dibutuhkan oleh usaha kecil yang kebanyakan merupakan masyarakat berpenghasilan rendah. Salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang

memberikan pembiayaan kepada usaha mikro dan kecil adalah *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT)<sup>4</sup>.

*Baitul Maal Wattamwil* (BMT) sesuai dengan namanya terdiri dari dua fungsi utama, yaitu: *Baitul Maal* (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Sedangkan *Baitut Tamwil* (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. lembaga keuangan mikro syariah dalam hal ini BMT memiliki potensi pengembangan cukup besar dengan adanya kebutuhan masyarakat dan dukungan kebijakan pengembangan yang kuat.<sup>5</sup>

BMT sebagai lembaga keuangan dengan fungsinya sebagai lembaga intermediasi yaitu tempat keluar masuknya uang dari para nasabah atau anggota. Keberadaan BMT yang masih relatif baru jika dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional dan semakin berkembangnya masalah ekonomi masyarakat, maka berbagai kendala tidak mungkin dilepaskan dari keberadaan BMT. Dengan demikian, BMT membutuhkan strategi yang jitu guna mempertahankan eksistensi BMT tersebut dalam upaya mewujudkan hubungan kerja antara BMT dengan nasabah agar terjalin secara kontinyu.

---

<sup>4</sup> Muhammad, *Bank Syariah Problem dan prospek perkembangan di Indonesia*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005, hlm75

<sup>5</sup> M.Ridwan, *Manajemen Baitul Wal Tamwil (BMT)*, Yogyakarta : UII Press, 2004, hlm 126.

Salah satu BMT yang mempunyai mutu pelayanan bagus dan lokasi yang strategis adalah BMT Insan Sejahtera yang beralamat di jln. Soekarno Hatta, Cepiring Kendal. Dapat dilihat dari pelayanan yang mengutamakan keramah-tamahan, lokasi yang sangat setrategis dekat dengan jalan raya, yang memudahkan bagi para calon nasabah yang akan melakukan transaksi di BMT Insan Sejahtera Cepiring. Terlihat dari perkembangan jumlah nasabah makin tahun makin naik dan mutu pelayanannya meningkat adalah sebagai berikut :

NO	TAHUN	JUMLAH NASABAH
1	2009-2010	128
2	2010-2011	165
3	2011-2012	230

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menabung di BMT. Dalam penelitian ini dipilih variabel kualitas layanan dan lokasi sebagai fokus dari penelitian. Dalam penambahan jumlah nasabah tiap tahunnya mengalami perkembangan itu menunjukkan adanya pengaruh dari *service quality* dan lokasi. Penelitian difokuskan pada tiga variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul : “ **PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN LOKASI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG DI BMT INSAN SEJAHTERA CEPIRING** ”

## 1.2. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat peneliti rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Insan Sajahtera?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Insan Sejahtera?
3. Apakah *service quality* dan lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah untuk menabung di BMT Insan Sejahtera?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Insan Sejahtera.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Insan Sejahtera.
3. Untuk mengetahui apakah *service quality* dan lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Insan Sejahtera.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### 1. Kegunaan teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami ilmu ekonomi Syari'ah, khususnya bagi pihak Lembaga Keuangan Syari'ah Kabupaten Kendal dalam memperhatikan terutama dalam hal pengambilan keputusan untuk menabung di BMT yang meliputi faktor *service quality* dan lokasi.

##### 2. Kegunaan praktis.

Bagi BMT Insan Sejahtera penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan BMT, terutama yang berhubungan dengan kualitas layanan dan pemilihan lokasi sehingga bisa mempertahankan jumlah pelanggan dan bila perlu meningkatkan jumlah pengguna jasa BMT tersebut.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

##### Bab I : Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisannya.

## Bab II : Landasan Teori

Bab ini merupakan tinjauan pustaka yang menguraikan tentang pengertian BMT, *service quality*, pengambilan keputusan, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.

## Bab III : Metodologi Penelitian

Bab ini meliputi jenis penelitian, sumber data, sampel dan populasi, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel penelitian, metode penelitian dan metode analisis data.

## Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang gambaran umum BMT Insan Sejahtera dan karakteristik responden, diskripsi data hasil penelitian, analisis data, pembahasan hasil penelitian, keterbatasan penelitian .

## Bab V : Penutup

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari analisis data pada bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.