

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Baitul Maal wa Tamwil atau yang sering disebut dengan BMT sempat mengalami masa – masa kejayaan. Banyak masyarakat menabung di BMT. Bahkan ada juga yang memindahkan tabungannya dari bank konvensional ke BMT. Hal ini dikarenakan kemudahan yang diberikan oleh BMT kepada masyarakat dalam proses simpan pinjam. Tidak adanya sistem bunga pada BMT, merupakan salah satu minat masyarakat untuk melakukan simpan pinjam di sana. Kemudahan yang diberikan oleh BMT di antaranya adalah tidak adanya sistem bunga, kemudahan syarat membuka rekening baru, prinsip yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, yaitu prinsip bagi hasil, prinsip jual beli, prinsip sewa, dan prinsip jasa. Hal – hal tersebut seolah sudah menjadi promosi tersendiri bagi BMT. Sasaran pasar BMT adalah masyarakat menengah ke bawah. Di mana masyarakat tersebut membutuhkan dana untuk berbagai pembiayaan, seperti UMKM, pertanian, perdagangan maupun pembiayaan yang sifatnya berskala kecil. Dari sinilah bermunculan lembaga keuangan syariah yang serupa. BMT satu dengan BMT lainnya mulai gencar melakukan promosi, dituntut lebih kreatif dan inovatif. Karena semakin ketat tingkat persaingan bisnis maka dibutuhkan pemasaran yang baik.

Masyarakat belum paham mengenai produk – produk yang diberikan oleh BMT. Nasabah belum mengerti dan masih asing dengan istilah – istilah produk tersebut. Maka dari itu, promosi harus sering dilakukan untuk memberikan pemahaman dan pengenalan produk kepada nasabah. Lembaga keuangan lain yang sudah berdiri akan terus memasarkan produknya hingga bisa bersaing dengan lembaga keuangan lain. Persaingan pemasaran produk ini akan memiliki dampak terhadap kepercayaan nasabah, maka dari itu perlu digunakan pemasaran agar produk diminati oleh masyarakat.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sulastri (2017) berpendapat bahwa di sisi lain kondisi geografis Indonesia, kesenjangan tingkat pengetahuan masyarakat menyebabkan edukasi nasabah menjadi suatu tantangan yang perlu ditindak lanjuti. Edukasi yang dilakukan pada intinya merupakan pemberian

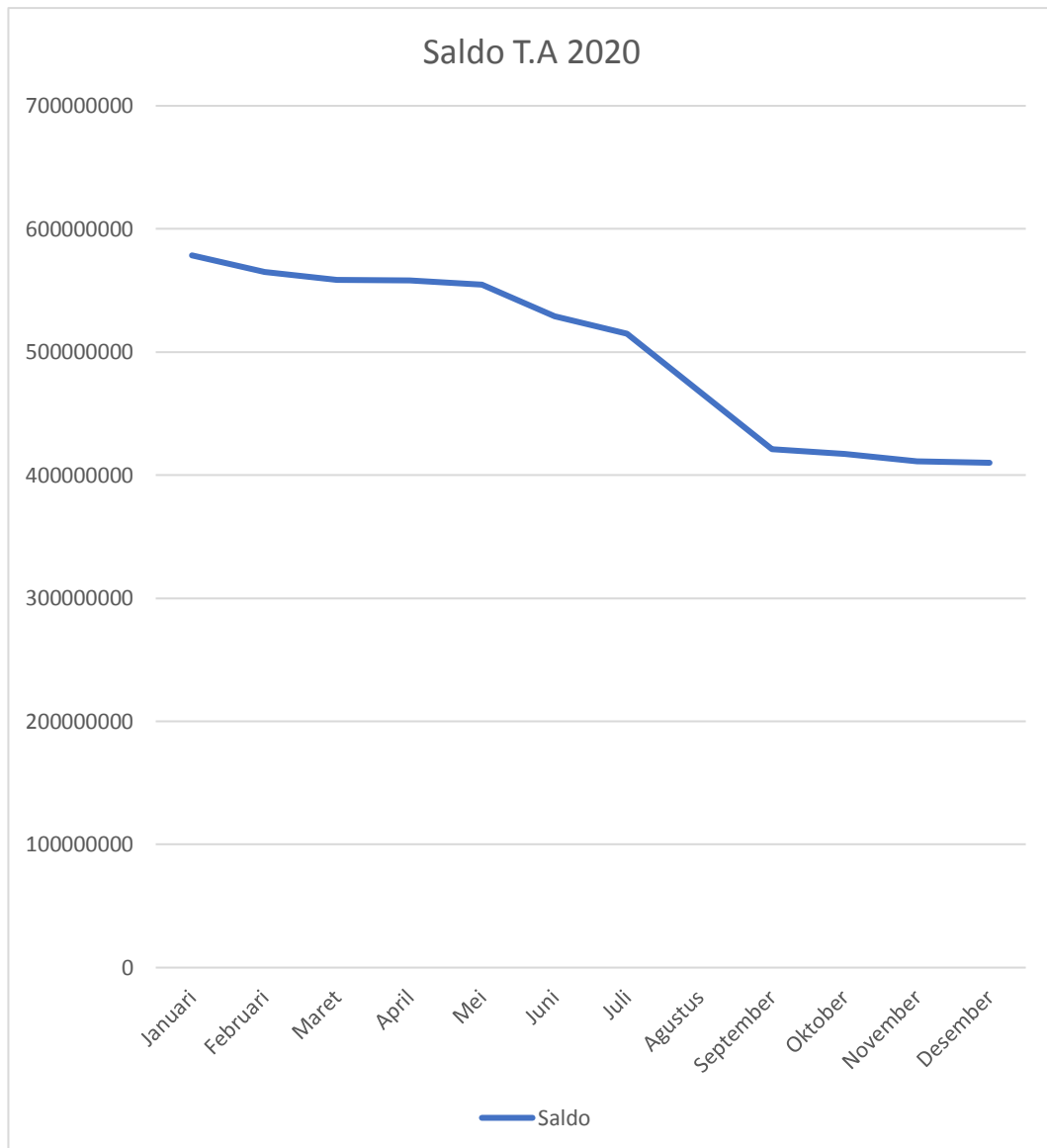
informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha, serta produk dan jasa yang ditawarkan bank. Edukasi dalam hal ini diharapkan dapat memfasilitasi pemberian informasi yang cukup kepada masyarakat karena edukasi menjadi peran yang sangat penting terhadap pertimbangan seseorang untuk menjadi nasabah.

Pelayanan merupakan penilaian, terhadap tingkat layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Turunnya kepercayaan nasabah terhadap BMT tidak menutup kemungkinan hal tersebut disebabkan karena pelayanan yang kurang baik. Hal ini berdampak pada nasabah memindahkan simpanannya ke lembaga keuangan lain yang menurutnya lebih baik dalam segi pelayanan. Menurut penelitian terdahulu yang diteliti oleh I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini (2016) kepercayaan nasabah merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya. Demikian pula apabila nasabah mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya nasabah tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka nasabah tersebut dapatlah dikatakan puas. Sebaliknya, bila pelayanan yang diterima lebih rendah dari pelayanan yang diharapkan, maka nasabah tersebut akan dikatakan sebagai nasabah yang tidak puas, sehingga nasabah tersebut tidak akan percaya terhadap suatu pelayanan atau dengan kata lain kecewa.

Ketidakpercayaan nasabah dapat diselesaikan oleh pengelola lembaga keuangan dengan nasabah itu sendiri, apabila terjadi komitmen diantara kedua belah pihak dan hal tersebut menjadi syarat utama dalam menunjang berhasilnya usaha. Berhasilnya suatu produksi jasa, akan sangat bergantung dari bagaimana nasabah menilainya tentang pelayanan yang diberikan. Jika kepercayaan dari nasabah telah dibentuk, maka selanjutnya tugas dari pihak perusahaan adalah mendapatkan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah dapat dibentuk dari rasa percaya yang telah diciptakan dari diri nasabah. Jika nasabah sudah menaruh kepercayaan pada suatu perusahaan, maka nasabah tersebut tidak akan

memindahkan simpanannya ke lembaga keuangan lain, sehingga saling menguntungkan kedua belah pihak, yaitu lembaga keuangan dengan nasabahnya. Jumlah nasabah KJKS AI – Falah mengalami penurunan. Saldo simpanan koperasi mengalami penurunan. Berikut adalah grafik penurunan saldo simpanan :

Gambar 1.1 Data penurunan saldo simpanan KJKS AI – Falah Batanghari



Sumber : KJKS AI – Falah Batanghari Tahun 2020

Dari data gambar 1. 1 menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah menurun. Mendapat kepercayaan nasabah bukanlah perkara yang mudah. Edukasi, promosi, dan pelayanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa keuangan

syariah khususnya KJKS AI – Falah Batanghari perlu adanya peningkatan dengan berbagai inovasi, hingga dapat meningkatkan kepercayaan nasabahnya. Dan kesediaan nasabah untuk tetap berinvestasi di lembaganya dan tidak berpindah pada lembaga keuangan lain. Karena hal – hal yang sudah terpapar di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian,“ Pengaruh Edukasi Masyarakat, Promosi Produk BMT, dan Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Untuk Menabung di BMT (KJKS) AI – Falah Batanghari”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kesenjangan tingkat pengetahuan masyarakat menyebabkan edukasi nasabah menjadi suatu tantangan yang perlu ditindak lanjuti.
2. Masyarakat belum paham mengenai produk – produk yang diberikan oleh BMT.
3. Pelayanan yang kurang baik berdampak pada nasabah memindahkan simpanannya ke lembaga keuangan lain.
4. Tingkat kepercayaan nasabah yang kurang baik dapat memperlambat perkembangan jumlah nasabah, stagnan bahkan menurun.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan masalah :

1. Apakah edukasi memberikan pengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung di BMT KJKS AI – Falah Batanghari ?
2. Apakah promosi produk memberikan pengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung di BMT KJKS AI – Falah Batanghari ?
3. Apakah pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung di BMT KJKS AI – Falah Batanghari ?

4. Apakah edukasi masyarakat, promosi produk BMT, dan pelayanan secara bersama – sama berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung di BMT KJKS AI – Falah Batanghari ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini dilakukan untuk :

1. Mengetahui apakah edukasi masyarakat berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung di BMT KJKS AI – Falah Batanghari.
2. Mengetahui apakah promosi produk berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung di BMT KJKS AI – Falah Batanghari.
3. Mengetahui apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung di BMT KJKS AI – Falah Batanghari.
4. Mengetahui apakah edukasi masyarakat, promosi produk, dan pelayanan secara bersama – sama berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk menabung di BMT KJKS AI – Falah Batanghari.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mudah – mudahan dapat bermanfaat dan memiliki kegunaan bagi berbagai pihak, di antaranya :

1. Bagi Peneliti
Penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri karena menambah ilmu pengetahuan tentang judul penelitian serta dapat mengaplikasikan materi ini dalam aktifitas sehari – hari.
2. Bagi pihak BMT KJKS AI – Falah Batanghari
Penelitian ini diharapkan memberikan informasi bagi KJKS AI – Falah Batanghari dalam mengelola usahanya dan dapat menjadikan masukan sekaligus bahan pertimbangan dalam penentuan kebijakan KJKS AI – Falah Batanghari, serta penentuan langkah – langkah yang akan dilaksanakan dimasa yang akan datang.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi untuk meningkatkan ilmu pengetahuan yang kaitannya dengan BMT. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian yang akan datang.

4. Bagi masyarakat umum, atau nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai gambaran kepada masyarakat tentang lembaga keuangan non bank, dan dapat menjadi masukan yang positif atau sebagai sumber informasi.

F. Sistematika Penulisan

Penulis memberikan sistematika penulisan beserta penjelasannya untuk memudahkan dalam penyusunan skripsi ini, secara garis besar yaitu :

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

2. Bab II Kajian Literatur

Bab ini berisi kajian literatur yang mendukung variabel terikat dan bebas, penelitian relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

3. Bab III Metodologi Penelitian

Dalam bab ini akan dibahas tentang desain penelitian tahapan penelitian, definisi operasional variable, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini penulis akan menganalisis dan membahas masalah penelitian.

5. Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi tentang simpulan dari pembahasan yang telah diteliti oleh peneliti dan saran bertujuan untuk membangun penelitian ini agar menjadi lebih baik.