

**ANALISIS MOTIVASI NASABAH NON PEGAWAI PETROKIMIA GRESIK
MEMILIH MELAKUKAN PEMBIAYAAN DI BMT NURUL JANNAH
PETROKIMIA GRESIK**

SKRIPSI

Oleh:

MOCH. ARIEF NOR A W

NIM : C74213124



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SURABAYA**

2018



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MOCH ARIEF NOR AJI WIJAKSONO
NIM : C74213124
Fakultas/Jurusan : FEBI/EKONOMI SYARIAH
E-mail address : sogrep.ariief@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☐ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Motivasi Nasabah Non Pegawai Petrokimia Gresik Memilih Melakukan Pembiayaan Di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik

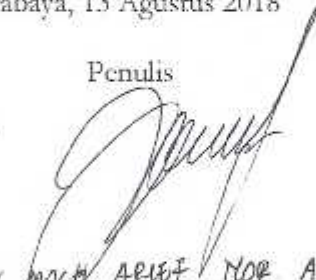
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 Agustus 2018

Pcnulis


(MOCH ARIEF NOR A.W)
Nama terang dan londa tangan

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Moch Arief Nor A W

NIM : C74213124

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi
Syariah

Judul Skripsi : Analisis Motivasi Nasabah Non
Pegawai Petrokimia Gresik Memilh
Melakukan Pembiayaan di BMT
Nurul Jannah Petrokimia Gresik.

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 09 Agustus 2018

Saya yang menyatakan,



Moch. Arief Nor A W

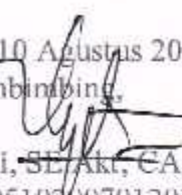
NIM. C74213124

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Moch. Arief Nor A W NIM. C74213124 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 10 Agustus 2018

Pembimbing,


R.A Vidia Gati, SE, Akt, CA, M.El
NIP.197605102007012030

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Moch. Arief Nor A W NIM. C74213124 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, tanggal 10 Juli 2018, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I



R.A Vidia Gati, SE.Akt, CA, M.EI
NIP. 197605102007012030

Penguji II,



Dr. H. Hammis Syafaq, M.Fil.I
NIP. 197510162002121001

Penguji III,



Deasy Tantriana, M.M
NIP. 198312282011012009

Penguji IV,



Nurul Lathifah, S.A., M.A
NIP. 198905282018012001

Surabaya, 10 Agustus 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Nekan,



Prof. Akh. M. Nur Hidayat, Grad. Dip.SEA, M.Phil, Ph.D
NIP. 197402091998031002

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
3.1	Definisi Operasional.....	31
3.2	Hasil output KR dan KS menggunakan <i>Ms.excel</i>	34
4.1	Kelembagaan.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual.....	24
4.1 Struktur Organisasi BMT Nurul Jannah.....	59

Sebagai institusi bisnis, lembaga keuangan ini tidak lepas dari motif laba. Operasional institusi ini senantiasa berusaha mencapai tingkat efisiensi maksimum, sehingga pertumbuhan organisasi dan modalnya dapat mencapai tingkat yang lebih baik. Hal ini mutlak dilakukan karena lembaga keuangan harus memperhatikan kepentingan pemegang saham dan anggota disamping kepentingan nasabah dan masyarakat.

Sementara itu, lembaga keuangan terbagi menjadi dua ada lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan itu juga dibagi menjadi dua berdasarkan prinsipnya, ada lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah yakni lembaga keuangan yang mengikuti dasar-dasar hukum Islam dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

Lembaga keuangan konvensional salah satunya ditandai dengan menggunakan sistem bunga. Sistem kebijakan bunga inilah yang menjadi cara supaya lembaga keuangan konvensional mencapai tujuan dalam memaksimalkan laba. Padahal dengan kebijakan bunga, para pengusaha harus memikul beban bunga yang tinggi yang terkadang juga diatas keuntungan usaha yang dibiayai. Sementara para manajer lembaga keuangan tidak pernah berpikir tentang nasib usaha yang dibiayainya. Para pengusaha dengan keterampilan yang dimilikinya serta kerja keras

yang dilakukan, sangat mungkin hanya memperoleh keuntungan sedikit bahkan mungkin merugi, namun para investor dijamin tetap laba oleh lembaga keuangan. Hubungan antara investor dan pengusaha tidak pernah berjalan seimbang.

Memang benar bahwa b

unga pinjaman akan diperhitungkan sebagai biaya tetap dalam memproduksi barang dan jasa. Namun pengusaha tidak akan pernah mengetahui tentang kondisi produksi di masa yang akan datang. Dengan menetapkan bunga sebagai bagian dari biaya produksi, maka harga jualpun akan turut berpengaruh. Pada akhirnya konsumen akan menjadi pihak yang dirugikan oleh sistem bunga, karena harus menanggung biaya produk yang lebih tinggi.

Tidak diragukan lagi bahwa lembaga keuangan baik bank maupun non bank telah memberikan peranan yang sangat besar dalam pengembangan ekonomi. Maka dari itu tidak mungkin perluasan produksi dengan kebutuhan modal yang besar mampu dipenuhi oleh pengusaha. Namun Islam memberikan penekanan tersendiri tentang mekanisme keuangan ini, yakni melalui sistem bagi hasil.

Sistem bagi hasil yang diterapkan oleh lembaga keuangan syariah diharapkan bisa membantu menyelesaikan masalah tanpa masalah.

Khusus tentang urusan ekonomi, Alquran memberikan aturan dasar, supaya transaksi ekonomi tidak sampai melanggar norma/etika. Lebih jauh dari itu, transaksi ekonomi dan keuangan lebih berorientasi pada keadilan dan kemakmuran umat. Istilah *suq* (pasar) misalnya menunjukkan tentang aspek pasar harus menjadi fokus bisnis yang penting. Organisasi keuangan dikenal dengan istilah *Amil*.¹ Badan ini tidak hanya berfungsi untuk urusan zakat semata, tetapi memiliki peran yang lebih luas dalam pembangunan ekonomi. Pembagian *ghanimah*, misalnya menunjukkan adanya mekanisme distribusi yang merata dan adil.

Sebagai lembaga yang terstruktur dan organisasi yang jelas, Islam juga menekankan pentingnya akhlak/etika. Merujuk pada ciri-ciri organisasi modern seperti; transparansi dan akuntabilitas, keterbukaan, profesionalisme dan pertanggungjawaban, juga mendapat perhatian yang serius. Alquran sejak lama memberikan aturan dan prinsip-prinsip dasar yang menjadi landasan bagi pembentukan organisasi modern.

[illegible]

Prinsip akuntabilitas dan transparansi, memberikan arahan bahwa lembaga bisnis harus dapat menunjukkan prinsip keterbukaan dan bebas dari manipulasi. Konsep pencatatan (akuntansi dalam istilah ekonomi modern) baik laporan keuangan secara jelas diatur dalam Alquran. Sebagaimana yang ditegaskan dalam surat Al Baqarah ayat 282 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا

282. Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya.

Dilihat dari beberapa ciri diatas, jelaslah bahwa Islam menekankan pentingnya pengaturan bisnis secara benar. Untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan, jalan mengorganisasi diri dalam sebuah wadah menjadi tuntutan. Lembaga bisnis dalam Islam sesungguhnya bukan saja berfungsi sebagai pengumpul modal dan mengakumulasi laba, tetapi juga berperan dalam pembentukan sistem ekonomi yang lebih adil dan terbebas dari perilaku ekonomi yang zalim. Penjelasan ini dapat kita jumpai dalam surat Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

104. Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung

Mengajak kepada kebajikan dapat berarti menuju pada peningkatan kehidupan dan kesejahteraan ekonomi. Berbuat baik dan mencegah kemungkaran berarti juga menciptakan iklim dan sistem bisnis yang Islami jauh dari sistem yang anarkis dan eksploitatif.

Terdapat beberapa jenis lembaga keuangan non bank yang lain, lembaga tersebut meliputi: Asuransi syariah, Reksadana syariah serta baitulmal *wa at tamwīl*. Diantara lembaga tersebut yang terkait langsung dengan upaya pengentasan kemiskinan adalah baitulmal *wa at tamwīl*.²

Kehadiran Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992, telah memberikan inspirasi untuk membangun kembali sistem keuangan yang lebih dapat menyentuh kalangan bawah. Semula harapan ini hanya bertumpu pada BMI. Namun harapan ini terhambat oleh undang-undang perbankan, karena usaha kecil/mikro tidak mampu memenuhi prosedur perbankan yang telah dibakukan oleh UU. BMI sebagai bank umum terkendala dengan prosedur ini. Meskipun misi keumatannya cukup

² Ibid, 72.

tinggi, namun realitas di lapangannya mengalami banyak hambatan, baik dari sisi prosedur, plafon pembiayaan maupun lingkungan bisnisnya.³

Untuk memberikan pelayanan yang lebih luas kepada masyarakat bawah, dibentuklah Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Nama perkreditan sebenarnya tidak tepat, karena bank Islam tidak melayani perkreditan namun pembiayaan, sehingga penggunaan nama perlu dipertimbangkan. Istilah perkreditan menjadikan makna pembiayaan kabur. Harapan kepada BPRS menjadi sangat besar mengingat cakupan bisnis bankini lebih kecil. Namun sungguhpun demikian, dalam realitasnya sistem bisnis BPRS juga terjebak pada pemusatan kekayaan hanya pada segelintir orang, yakni para pemilik modal. Komiten untuk membantu meningkatkan derajat hidup masyarakat bawah mengalami kendala baik dari sisi hukum, prosedur peminjaman bank umum dengan BPRS sama, begitu juga dari sisi teknis. Padahal inilah kendala utama pengusaha kecil, sehingga harapan besar pada BPRS menjadi idealita.⁴

Dari persoalan diatas mendorong munculnya lembaga keuangan syariah alternatif. Yakni sebuah lembaga yang tidak saja berorientasi pada bisnis tapi juga sosial. Juga lembaga yang tidak melakukan pemusatan kekayaan pada sebagian kecil orang pemilik modal dengan

³ Ibid, 72.

⁴ Ibid, 73.

memanfaatkan pada mayoritas orang, tetapi lembaga yang kekayaannya terdistribusikan secara merata dan adil. Lembaga yang terlahir dari kesadaran umat dan diharapkan bisa menolong kelompok mayoritas yakni pengusaha kecil/mikro. Lembaga yang tidak terjebak pada pemikiran pragmatis tetapi memiliki idealis yang istiqomah. Lembaga tersebut adalah baitulmal *wa at tamwīl* (BMT).

BMT sebagai lembaga keuangan yang ditumbuhkan dari peran masyarakat secara luas, tidak ada batasan ekonomi, sosial, bahkan agama. Semua komponen masyarakat dapat berperan aktif dalam membangun sebuah sistem keuangan yang lebih adil dan yang lebih penting mampu menjangkau lapisan pengusaha yang terkecil sekalipun.

Peran BMT dalam menumbuhkan kembangkan usaha mikro dan kecil di lingkungannya merupakan sumbangan yang sangat berarti bagi pembangunan nasional. Bank yang diharapkan mampu menjadi perantara keuangan ternyata hanya mampu bermain pada level menengah atas. Sementara lembaga keuangan non formal yang notabene mampu menjangkau pengusaha mikro, tidak mampu meningkatkan kapitalisasi usaha kecil.⁵ Maka BMT diharapkan tidak terjebak pada dua kutub sistem ekonomi yang berlawanan tersebut.

⁵ Ibid, 74.

BMT sendiri penyebarannya sudah sangat banyak terutama di Jawa Timur. Di Gresik tepatnya Jl. A. Yani PT. Petrokimia Gresik terdapat BMT Nurul Jannah. BMT Nurul Jannah merupakan BMT yang dibawah naungan PT. Petrokimia Gresik. Nama Nurul Jannah sendiri diambil dari nama masjid PT. Petrokimia dikarenakan dahulunya BMT Nurul Jannah adalah Lembaga Amil Zakat milik Masjid Nurul Jannah, kemudian pada tahun 1998 tepatnya pada tanggal 17 Juli menjadi BMT Nurul Jannah. Ketika menjadi BMT maka pengelolaan zakat, infaq dan shodaqah akan masih berjalan (pada divisi *Bait Al Ma'*) serta bisa menjalankan sistem koperasi syariah (pada divisi *Tamwi'*).

[illegible]

Perlu diketahui bahwa nasabah pada BMT Nurul Jannah terdapat dua macam nasabah, yaitu nasabah pegawai PT. Petrokimia dan nasabah non pegawai PT. Petrokimia. Awalnya BMT Nurul Jannah didirikan khusus untuk para pegawai PT. Petrokimia Gresik ataupun anak perusahaannya. Seiring berjalannya waktu ternyata banyak masyarakat sekitar yang mengusulkan agar BMT Nurul Jannah dibuka untuk umum. Karena permintaan yang sangat banyak dari masyarakat akhirnya dibukalah BMT Nurul Jannah untuk umum tidak lagi dikhususkan untuk pegawai PT. Petrokimia Gresik.⁶

Diketahui jumlah keseluruhan nasabah pembiayaan di BMT Nurul Jannah yang berjumlah 3.666 maka yang 2.566 adalah nasabah pembiayaan dari golongan nasabah non pegawai PT. Petrokimia sisanya adalah nasabah pegawai PT. Petrokimia.⁷ Banyaknya nasabah yang berasal dari non pegawai PT. Petrokimia bukan tidak mungkin lepas dari motivasi-motivasi tertentu, juga untuk menjadi nasabah suatu lembaga keuangan syariah pastinya ada motivasi-motivasi tersendiri untuk memilih satu dari beberapa lembaga keuangan syariah yang ada. Apa itu

⁶ Arief Rahman, Manajer BMT Nurul Jannah

⁷ Arief Rahman, Dokumen BMT Nurul Jannah 14 Juni 2016

Berdasarkan latar belakang diatas diketahui bahwa ada sesuatu yang mendorong para nasabah non pegawai turut memilih melakukan pembiayaan di BMT Nurul Jannah yang jumlahnya juga lebih banyak daripada jumlah nasabah pegawai PT. Petrokimia sendiri. Maka dari itu peneliti akan mencoba melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Motivasi Nasabah Non Pegawai Petrokimia Gresik Memilih Melakukan Pembiayaan Di Bmt Nurul Jannah Petrokimia Gresik “**.

B. Rumusan Masalah

1. Apa motivasi yang mendorong nasabah non pegawai PT.Petrokimia Gresik memilih melakukan pembiayaan di BMT Nurul Jannah ?
2. Bagaimana motivasi nasabah non pegawai PT.Petrokimia Gresik jika ditinjau dengan teori motivasi konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui motivasi apa yang dimiliki oleh masyarakat nonpegawai PT.Petrokimia Gresik dalam memilih melakukan pembiayaan di BMT Nurul Jannah Gresik, serta
2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauannya dari teori perilaku konsumen.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Secara teoritis

Harapan dari hasil penelitian ini berguna sebagai bahan refrensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Serta dapat menguatkan dan menyempurnakan teori yang sudah ada.
2. Secara praktis
 - a. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Sebagai sumber informasi untuk pengembangan strategi yang diterapkan BMT dan sebagai bahan evaluasi kinerja BMT dalam menghadapi kompetisi di dunia lembaga keuangan syariah nasional.

- b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya, khususnya yang

A. Landasan Teori

Menurut Setiadi, motivasi sebagai inisiasi dan pengarahan tingkah laku dan pelajaran motivasi sebenarnya merupakan pelajaran mengenai tingkah laku.¹¹ Menurutny konsumen selalu dihadapkan pada persoalan biaya atau pengorbanan yang akan dikeluarkan dan seberapa penting produk yang dibutuhkan dan diinginkan. Oleh karena itu, konsumen akan dihadapkan pada persoalan motivasi atau pendorong. Jadi motivasi konsumen adalah keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan guna mencapai suatu tujuan.¹²

¹¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Kharisma Putra, 2013), 26.

[illegible]

pribadi yang mendorong keinginan individu untuk melakukan keinginan tertentu guna mencapai tujuan.¹³

Motivasi muncul karena kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan (*state of tension*) antara yang seharusnya dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan.¹⁴

Dilihat dari beberapa definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi konsumen adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan dalam hal konsumsi.

2. Jenis-jenis motivasi

Secara garis besar Motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan atau memilih sesuatu dapat datang dari diri sendiri yang dikenal dengan motivasi intrinsik serta ada juga yang datang dari lingkungan atau biasa disebut motivasi ekstrinsik.

Motivasi Intrinsik merupakan dorongan atau kehendak yang kuat yang berasal dari diri seseorang. Adapun faktor-faktor yang

¹³ theses.uin-malang.ac.id diakses pada 14 Juni 2017

¹⁴ Sumarwan. Ujang, “*Tori Perilaku Konsumen dan Penerapannya dalam Pemasaran*” hal.34. Ghalia Indonesia, Jakarta 2002

Sementara itu, yang dimaksud dengan motivasi ekstrinsik adalah segala sesuatu yang di peroleh melalui pengamatan sendiri, ataupun melalui saran, anjuran, atau dorongan dari orang lain. Faktor yang mempengaruhi motivasi ekstrinsik adalah dorongan keluarga, lingkungan, dan media.¹⁶

a. Motivasi rasional adalah pembelian yang didasarkan kepada kenyataan-kenyataan yang ditunjukkan oleh produk kepada konsumen dan merupakan atribut produk yang fungsional serta objektif keadaananya misalnya kualitas produk, harga produk, ketersediaan barang, efisiensi kegunaan barang tersebut dapat diterima.

¹⁵ Repositori.usu.ac.id, *faktor yang mempengaruhi motivasi intrinsik dan ekstrinsik*, Di akses pada 09 April 2017

¹⁶ Ibid

¹⁷ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Kencana, 2003), 31.

b. Motivasi emosional dalam pembelian berkaitan dengan perasaan, kesenangan yang dapat ditangkap oleh pancaindera misalnya dengan memiliki suatu barang tertentu dapat meningkatkan status sosial, peranan merek menjadikan pembeli menunjukkan status ekonominya dan pada umumnya bersifat subyektif dan simbolik.

Pada saat seseorang akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tentunya akan dipengaruhi oleh kedua jenis motivasi tersebut yaitu motivasi rasional dan emosional.

Ketika dalam diri seseorang muncul dorongan untuk melakukan suatu hal, tentunya tidak lepas dari opsi untuk memilih sesuatu yang terbaik atau yang cocok sesuai dengan keinginan yang dikehendaki. Maka

dari itu akan dibahas bagaimana seseorang ketika dalam keadaan memilih sesuatu.

Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan memilih dan perilaku setelah memilih yang dilalui konsumen.¹⁸

Dewasa ini, persaingan antar lembaga keuangan sangat ketat, sehingga perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini harus memahami nasabah ataupun calon nasabahnya dengan baik. Oleh karena itu pihak manajemen harus mengetahui tentang proses penilaian informasi terhadap pemilihan suatu lembaga keuangan dari calon nasabahnya. Untuk itu, keputusan pemilihan bank didasarkan kepada :¹⁹

- a. Karakteristik lembaga keuangan,
- b. Pemberian bobot pada kepentingan pada ciri-ciri yang relevan
dimana banyak calon nasabah lebih mementingkan pada tingkat kesehatan suatu lembaga keuangan,
- c. Kepercayaan akan merk lembaga keuangan,

¹⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, (Jakarta: Prehallindo, 2002), 212.

¹⁹ Ghazali Maski, *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang*, vol 4, (Malang : Unibraw press, 2010), 46.

- d. Fungsi utilitas, dan
- e. Prosedur evaluasi.

Ada lima determinan kualitas jasa yang dapat dijadikan pijakan dalam memilih penyedia jasa, meliputi :

- a. Kehandalan, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat,
- b. Daya tanggap, yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang cepat,
- c. Kepastian, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan,
- d. Empati, yaitu kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan, dan
- e. Berwujud, yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan personal dan materi komunikasi.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa informasi suatu bank sangat diperlukan oleh calon nasabah, baik

berasal dari bank itu sendiri maupun dari pengalaman orang lain sebelum memutuskan untuk memilih suatu lembaga keuangan.

4. Pengambilan Keputusan

George R. Terry menjelaskan dasar-dasar dari pengambilan keputusan yang berlaku, antara lain:²⁰

a. Intuisi

Keputusan yang diambil berdasarkan intuisi atau perasaan lebih bersifat subjektif yaitu mudah terkena sugesti, pengaruh luar, dan factor kejiwaan lain. Sifat subjektif dari keputusan intuitif ini terdapat beberapa keuntungan, yaitu:

- 1) Pengambilan keputusan oleh satu pihak sehingga mudah untuk memutuskan.
- 2) Keputusan intuitif tepat untuk masalah yang bersifat kemanusiaan.

Pengambilan keputusan yang berdasarkan intuisi membutuhkan waktu yang singkat. Untuk masalah-masalah yang dampaknya terbatas, pada umumnya pengambilan keputusan yang bersifat intuitif akan memberikan kepuasan. Akan tetapi, pengambilan

²⁰ Syamsi, Ibnu 2000. *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*. (Jakarta: Bumi Aksara), hlm.16

keputusan ini sulit diukur kebenarannya karena kesulitan mencari pembandingnya dengan kata lain hal ini diakibatkan pengambilan keputusan intuitif yang hanya diambil satu pihak saja sehingga hal-hal yang lain sering diabaikan.

b. Pengalaman

Dalam hal ini pengalaman memang dapat dijadikan pedoman dalam menyelesaikan masalah. Keputusan yang berdasarkan pengalaman sangat bermanfaat bagi pengetahuan praktis. Pengalaman dan kemampuan untuk memperkirakan apa yang menjadi latar belakang masalah dan bagaimana arah penyelesaiannya sangat membantu dalam memudahkan pemecahan masalah.

c. Fakta

Keputusan yang berdasarkan sejumlah fakta, data atau informasi yang cukup memang merupakan keputusan yang baik dan solid, namun untuk mendapatkan informasi yang cukup itu sangat sulit.

d. Wewenang

Keputusan yang berdasarkan pada wewenang semata maka akan menimbulkan sifat rutin dan mengasosiasikan dengan praktik

dictatorial. Keputusan berdasarkan wewenang kadangkala oleh pembuat keputusan sering melewati permasalahan yang seharusnya dipecahkan justru menjadi kabur atau kurang jelas.

e. Racional

Keputusan yang berkaitan dengan rasional berkaitan dengan daya guna. Masalah-masalah yang dihadapi merupakan masalah yang memerlukan pemecahan rasional. Keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional bersifat lebih objektif, dalam masyarakat, keputusan yang rasional dapat diukur apabila kepuasan optimal masyarakat dapat terlaksana dalam batas-batas nilai masyarakat yang diakui saat itu.

5. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan

a. Informasi yang diketahui perihal masalah yang dihadapi

Informasi sangat besar pengaruhnya terhadap seseorang untuk melakukan sebuah tindakan. Biasanya sebelum melakukan tindakan seseorang akan terlebih dulu mengumpulkan informasi dan informasi yang didapatkan tak jauh dari lingkungan yang disekitarnya, seperti lingkungan kerja, lingkungan keluarga, dan sebagainya.

b. Tingkat pendidikan

Sedangkan orang yang berpendidikan tinggi ia tidak akan mudah dipengaruhi oleh orang lain, apalagi jika yang mempengaruhinya adalah pendidikannya setara dengannya. Dalam

hal pengambilan keputusanpun orang yang berpendidikan tinggi akan mempertimbangkan banyak hal sebelum bertindak.

c. *Personality*

Biasanya seseorang yang mengedepankan sikap *personality* akan lebih cenderung bersikap bergegas, tak mudah terpengaruh, dan cepat dalam mengambil keputusan.

d. *Copy*, dalam hal ini dapat berupa pengalaman hidup yang terkait dengan pengalaman (proses adaptasi).

e. *Culture*²¹

Sedangkan menurut Kotler, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan antara lain:²²

- a. Faktor budaya, yang meliputi peran budaya, sub budaya dan kelas sosial
- b. Faktor sosial, yang meliputi kelompok acuan, peran keluarga dan status
- c. Faktor pribadi, yang termasuk usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri
- d. Faktor psikologis, yang meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan pendirian.

²¹ Arroba, T.1998. *Decision Making by Chinese-US. Journal of Sosial Psychology*. 38. Hlm 102-116

²² Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT.Indeks hlm 98

Engel, Blackwell, dan Miniard menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan seseorang dipengaruhi oleh faktor lingkungan, faktor perbedaan individu dan proses psikologi.²³

a. Faktor lingkungan tersebut, antara lain:

1) Lingkungan Sosial

Dalam lingkungan sosial, pada dasarnya masyarakat memiliki strata sosial yang berbeda-beda. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial, pendidikan, pekerjaan, penghasilan dan sebagainya.

Keberadaan lingkungan sosial memegang peranan kuat terhadap proses pengambilan keputusan seseorang untuk melakukan perilaku baik yang positif ataupun negatif. Karena dalam lingkungan sosial tersebut individu berinteraksi antara satu dengan yang lainnya.

2) Lingkungan Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri atas dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan, adopsi serta tinggal bersama. Lingkungan keluarga sangat berperan penting pada bagaimana keputusan untuk melakukan perilaku negatif seperti seks pranikah, minum-minuman keras,

²³ JF Engel, RD Blackwell, dan Miniard, P.W. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa

balap motor dan sebagainya itu dibuat karena keluarga adalah lingkungan terdekat individu sebelum lingkungan sosialnya.

Bila dalam suatu keluarga tidak harmonis, atau seorang anak mengalami *broken home* dan kurangnya pengetahuan agama dan pendidikan, maka tidak menutup kemungkinan seorang anak akan melakukan perilaku yang beresiko.

Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil dan juga berpengaruh dalam pengambilan keputusan.²⁴ Sedangkan menurut Muidah keluarga merupakan bagian terkecil dari masyarakat, namun memiliki peranan yang sangat penting.²⁵ Dalam keluarga, seseorang mulai berinteraksi dengan orang lain. Keluarga merupakan tempat belajar pertama yang nantinya mempengaruhi kepribadian seseorang.

b. Faktor perbedaan individu, antara lain:

1) Status sosial

Menurut Kotler, status sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan tetap dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarkis dan anggotanya memiliki nilai, minat

²⁴ Kotler P, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta Andi

²⁵ Muidah.2008. *Psikologi Keluarga Islam Berwawasan Gender*. Malang: UIN Malang Press

dan perilaku yang mirip.²⁶ Status sosial akan menunjukkan bagaimana seseorang tersebut berperilaku dalam kehidupan sosialnya.

2) Kebiasaan

Kebiasaan adalah respon yang sama cenderung berulang-ulang untuk stimulus yang sama. Kebiasaan merupakan perilaku yang telah menetap dalam keseharian baik pada diri sendiri maupun lingkungan sosialnya.

3) Tuntutan

Adanya pengaruh dominan dalam keluarganya, baik itu lingkungan keluarga, pergaulan maupun lingkungan sosialnya, maka dengan kesadaran diri maupun dengan terpaksa seseorang akan melakukan tindakan beresiko.

6. Faktor-faktor yang mempengaruhi calon nasabah untuk melakukan pembiayaan

Meliput 2 hal yaitu, faktor internal (faktor pribadi dan faktor psikologis) dan faktor eksternal (faktor sosial dan faktor lokasi). Adapun penjabaran nya sebagai berikut.

a. Faktor Internal

1) Faktor Pribadi²⁷

²⁶ Kotler P, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta Andi

2) Faktor Psikologis²⁸

Variabel psikologis dibagi menjadi 5 yaitu: motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Motivasi diartikan suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Motif sendiri berarti suatu kebutuhan yang cukup mendesak dan menekan seseorang untuk mengejar kepuasan. Persepsi adalah proses yang digunakan seseorang individu untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan yang diterimanya. Kondisi psikologis seseorang akan dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil sebuah keputusan seperti halnya mengambil sebuah pembiayaan di Bank atau Lembaga keuangan lainnya.

²⁷ Kotler, Philip. 2005 *Manajemen Pemasaran* Jilid I dan II. Jakarta. PT. Indeks hal 211

2) Faktor Lokasi :

Adalah faktor lingkungan sekitar nasabah yang terdiri dari kelompok rujukan dan keluarga. Rekan kerja, teman dan tetangga dapat dikategorikan menjadi kelompok rujukan yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil sebuah keputusan untuk mengambil pembiayaan yang ditawarkan oleh suatu Bank atau Lembaga keuangan lainnya. Keluarga merupakan organisasi nasabah atau konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.

Pelayanan dan prosedur pembiayaan dari Bank atau Lembaga keuangan lainnya yang menawarkan pembiayaan bagi nasabah. Lokasi merupakan tempat di mana Bank melakukan kegiatan sehari-hari terutama kegiatan transaksi dengan nasabahnya.²⁹ Lokasi yang tepat akan berpengaruh terhadap jumlah nasabah sebuah Bank, misal lokasi yang mudah dijangkau akan mendorong nasabah untuk datang melakukan transaksi seperti mengambil pembiayaan. Menurut Boediono, yang dimaksud dengan pelayanan pelanggan (customer service) adalah upaya atau proses secara sadar dan terencana dilakukan organisasi atau badan usaha dalam persaingan melalui

pemberian/perjanjian pelayanan kepada nasabah , sehingga tercapai kepuasan optimal bagi nasabah.³⁰ Pelayanan yang baik dan prima disertai dengan sarana dan prasarana yang mendukung akan menarik nasabah untuk terus datang guna melaksanakan transaksi serta akan menjadi salah satu faktor yang akan mendorong calon nasabah lainnya. Menurut Malayu Hasibuan, prosedur pembiayaan adalah suatu tahapan-tahapan yang harus dipenuhi oleh nasabah dalam penyaluran pembiayaan prosedur pembiayaan yang mudah akan mendorong nasabah untuk mengambil pembiayaan yang ditawarkan oleh bank atau atau lembaga keuangan lainnya.³¹

Berdasarkan uraian diatas terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan di Bank atau Lembaga keuangan lainnya. Seseorang dapat memiliki beberapa alasan untuk mengambil pembiayaan ataupun tidak, baik itu berasal dari internal ataupun eksternal seseorang. Karena setiap pribadi memiliki kendala dan kebutuhannya masing-masing dalam kehidupannya.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
penelitian terdahulu

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil penelitian
1	Analisis Motivasi Konsumen Terhadap	Saefudin Zuhdi dan Mardinah	Sikap konsumen terhadap penggunaan tisu Tessa

³⁰ Boediono,1999. *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Yogyakarta:BPFE hal:11

³¹ Malayu S.P Hasibuan.2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Edisi Revisi Bumi Aksara

	Keputusan Pembelian Studi Kasus Penggunaan Tisu Tessa pada Graha Kerindo Utama Cabang Bogor		adalah baik dan positif, sehingga mendorong konsumen untuk memutuskan pembelian produk tisu Tessa.
2	Motivasi Dan Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Industri Kerajinan Kulit Di Yogyakarta	Eny Sulistyowati	Hasil analisisnya perilaku konsumen yang menunjukkan informasi dari teman paling dominan.
3	Analisis Motivasi Ekstrinsik Petani Dalam Menabung Di Bank Rakyat Indonesia (Bri) Unit Ukui Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan	Rizal, Evy Maharani, Eliza	Motivasi ekstrinsik yang paling dominan dimiliki para petani adalah motivasi ekstrinsik yang berdasarkan dari pelayanan.
4	Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang	Ghozali Maski	Keputusan nasabah dalam memilih atau tidak memilih bank syariah dalam menabung dipengaruhi oleh variabel karakteristik bank syariah, variabel pelayanan dan kepercayaan pada bank, variabel pengetahuan dan variabel obyek fisik bank
5	Analisis Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Di PT. Bprs Puduarta Insani)	Nurul Inayah	Pengetahuan nasabah, karakteristik bank, kualitas pelayanan, dan objek fisik bank secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang nyata terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Sumber : Diolah dari berbagai sumber

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya yang sudah disebutkan pada tabel 2.1, penulis ingin meneliti apa motivasi nasabah

non pegawai dari PT.Petrokimia Gresik turut melakukan pembiayaan di BMT Nurul Jannah. Penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian-penelitian yang disebutkan pada tabel 2.1 tentunya memiliki perbedaan.

Penelitian *pertama*, berjudul Analisis Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Penggunaan Tisu Tessa Pada Graha Kerindo Utama Cabang Bogor, perbedaannya ialah pada lokasi penelitian. Penulis meneliti pada BMT Nurul Jannah Gresik serta penulis hanya ingin mencari tahu motivasi apa yang dimiliki oleh nasabah sedangkan penelitian milik Saefudin Zuhdi dan Mardinah meneliti pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian.

Penelitian *kedua*, Motivasi Dan Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Industri Kerajinan Kulit Di Yogyakarta, perbedaannya pada lokasi penelitian sedangkan penulis meneliti di BMT Nurul Jannah serta penelitian yang dilakukan oleh Eny Sulistyowati meneliti motivasi dan perilaku konsumen yang dikaitkan dengan keputusan pembelian suatu produk. Sedangkan penulis hanya mencari tahu motivasi apa yang mendorong suatu nasabah untuk melakukan pembiayaan.

Penelitian *keempat*, berjudul Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang perbedaannya adalah lokasi penelitian, penulis sendiri meneliti di BMT Nurul Jannah serta penelitian yang dilakukan oleh Ghozali Maski menganalisa keputusan nasabah untuk menabung dengan pendekatan tertentu. Sedangkan penulis hanya mencari tahu motivasi nasabah yang ingin melakukan pembiayaan secara umum.

[illegible]

mendorong nasabah memilih melakukan pembiayaan di lembaga keuangan syariah tertentu yaitu BMT Nurul Jannah Gresik.

C. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1
kerangka konseptual

Kerangka konseptual:

→ : Hubungan secara parsial

D. Hipotesis

Hipotesis secara etimologis dibentuk dari dua kata, yaitu kata *hypo* dan kata *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* adalah pendapat.

Kemudian kedua kata ini digabung menjadi hypothesis dan di Indonesia

kan menjadi hipotesis dengan arti suatu kesimpulan yang masih kurang dan belum sempurna. Pengertian ini kemudian diperluas dengan maksud sebagai kesimpulan yang belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan

Hipotesis sesungguhnya adalah jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan. Dengan hipotesis, penelitian menjadi tidak *ngambang* karena dibimbing oleh hipotesis tersebut. Disamping hipotesis berfungsi sebagai guide penelitian, ekstensi penelitian itu sendiri yang terpenting adalah menguji hipotesis. Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka konseptual, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :³³

- ³² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial (Format-format Kuantitatif dan Kualitatif)*, (Surabaya: Airlangga University Prees, 2001), 90.
- ³³ Ibid

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif eksploratif yang bertujuan untuk menggali informasi yang masih belum diketahui oleh banyak orang.³⁴ Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode survey, yaitu metode pengumpulan data dengan mengambil sampel dan populasi dan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data utama yang disebarakan peneliti.³⁵

Waktu penelitian dilakukan pada 10 Juni 2016 sampai dengan selesai. Sedangkan tempat penelitian diadakan di BMT Nurul Jannah PT.Petrokimia Gresik Jl. Ahmad Yani No.7, Peerumahan Petrokimia Gresik.

Populasi berasal dari kata bahasa inggris “*population*”, yang berarti jumlah penduduk. Oleh karena itu, apabila disebutkan kata populasi,

³⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial (Format-format Kuantitatif dan Kualitatif)*, (Surabaya: Airlangga University Prees, 2001), 48

orang kebanyakan menghubungkannya dengan masalah-masalah kependudukan. Kemudian pada perkembangan selanjutnya kata populasi menjadi amat populer, dan digunakan diberbagai disiplin ilmu.³⁶ Pada penelitian ini populasi yang dimiliki oleh penulis adalah sebanyak 2.566 orang yang memiliki kriteria sebagai nasabah non pegawai BMT Nurul Jannah.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Cara sampel adalah pengembalian subjek penelitian dengan cara menggunakan sebagian dari populasi yang ada.³⁷

Berdasarkan keterangan diatas maka dalam menentukan sampel peneliti menggunakan rumus Slovin dengan nilai kritis sebesar 10% atau 0,10 maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{((1 + Ne^2))}$$

$$n = \frac{2566}{(1 + (2566 \times 0,10^2))}$$

$$n = \frac{2566}{(1 + (2566 \times 0,01))}$$

$$n = \frac{2566}{(1 + 25,66)}$$

$$n = \frac{2566}{26,66}$$

³⁶ Ibid, 101.

³⁷ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 93.

$$n = 96,24$$

n : besaran sampel

N : besaran populasi

e : nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel)

Jika dilihat dari hasil perhitungan diatas diperoleh besaran sampel sebesar 96,24 maka dibulatkan menjadi 96. Jadi jumlah sampel yang harus di ambil oleh penulis adalah sebesar 96 responden.

D. Variabel Penelitian

Variabel berasal dari kata bahasa Inggris *variable* yang berarti faktor tak tetap atau berubah-ubah. Dalam bahasa Indonesia variabel diartikan sebagai lebih tepat disebut bervariasi berarti variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, kuantitas, mutu standar dan sebagainya.³⁸

Secara sederhana, istilah variabel ini dimaknai sebagai konsep atau objek yang sedang diteliti, yang memiliki variasi ukuran, kualitas yang ditetapkan oleh peneliti berdasarkan pada ciri-ciri yang dimiliki konsep (variabel) itu sendiri.³⁹

³⁸ Ibid, 76.

³⁹ Ibid, 77.

Pada penelitian ini terdapat satu variabel bebasnya (*independent variable*) adalah karakteristik BMT Nurul Jannah (x_1), kualitas pelayanan (x_2), objek fisik BMT Nurul Jannah (x_3), lingkungan sosial dan lingkungan keluarga (x_4) serta variabel terikatnya (*dependent variable*) adalah memilih melakukan pembiayaan di BMT Nurul Jannah (y).

Variabel bebas atau *independent variable* (x) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat).⁴⁰ Sedangkan variabel terikat atau *dependent variable* (y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi berupa cara mengukur variabel-variabel yang ada agar dapat dioperasionalkan dimana variabel independent (x) memiliki hubungan dengan variabel dependent (y).

1. *Variable independent* (x)

Variable independent dalam penelitian ini adalah :

a. Karakteristik BMT Nurul Jannah (x_1)

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan R&D*, (Bandung :Alfabeta, 2008), 60.

b. Kualitas pelayanan (x_2)

c. Objek fisik BMT Nurul Jannah (x_3)

⁴¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2011), 506.

1. Uji validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas atau keshahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur.⁴³ Uji validitas dipakai untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu kuesioner yang valid berarti memiliki validitas tinggi, sebaliknya kuesioner yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Jika menggunakan skala guttman maka untuk rumus uji validitasnya menggunakan koefisien reproduibilitas dan koefisien skalabilitas.

Rumus koefisien reproduibilitas :

$$K_r = 1 - (e/n)$$

Keterangan :

e : jumlah kesalahan/nilai error

⁴³ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 46.

V_t = varians total

Syarat nilai reliabilitas yang diterima jika nilainya $> 0,8$

G. Data dan Sumber Data

1. Jenis data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari responden atau sampel untuk menjawab masalah dalam penelitian dengan menggunakan metode berupa survey atau observasi.⁴⁵ Dalam penelitian ini data primer yang digunakan penulis adalah data yang didapat dari isian kuesioner yang dibagikan kepada responden.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari media perantara atau literature yang berhubungan dengan pokok pembahasan. Misalnya data sekunder ini berasal ini berasal dari buku literature, laporan perusahaan, jurnal, internet, dan sebagainya.⁴⁶ Data sekunder yang dimiliki oleh penulis adalah berupa sejarah BMT Nurul Jannah, visi dan misi, serta struktur organisasi di BMT Nurul Jannah.

2. Sumber data

⁴⁵ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Metode Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2005), 167.

⁴⁶ Dermawan Wibisono, *Riset Bisnis Bagi Praktisi dan Akademisi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), 37.

- a. Sumber primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.⁴⁷ Sumber data primer yang didapat oleh penulis adalah sumber data dari sebaran kuesioner kepada para responden.
- b. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga cara yaitu:

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.⁴⁸

Bila penelitian dilakukan pada lingkup yang terlalu luas, sehingga kuesioner dapat diantarkan langsung dalam waktu tidak

⁴⁷ Syofian Siregar, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 16.

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 142.

terlalu lama. Dengan adanya kontak langsung antara peneliti dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data objektif dan cepat.⁴⁹

Kuesioner untuk penelitian ini disebarakan kepada 96 responden yang berstatus sebagai nasabah non pegawai BMT Nurul Jannah. Untuk menilai jawaban dari seluruh responden penulis menggunakan skala Guttman yang berdasarkan pada jawaban ya atau tidak.

2. Metode dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan dan mempelajari informasi data-data yang diperoleh melalui kearsipan, buku, jurnal, artikel maupun situs internet yang menjadi referensi pendukung penelitian.

Dokumentasi diperlukan untuk mengetahui teori-teori dari penelitian ini, struktur organisasi dan sejarah berdirinya BMT Nurul Jannah.

I. Teknik Analisis Data

⁴⁹ Ibid.

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif.

Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi gambaran dari karakteristik responden atau karyawan (jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir) serta variabel penelitian yang mencakup variabel bebas yaitu adalah karakteristik BMT Nurul Jannah (x_1), kualitas pelayanan (x_2), objek fisik BMT Nurul Jannah (x_3), lingkungan sosial dan lingkungan keluarga (x_4).

1. Sejarah BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Nurul Jannah didirikan dengan 2 (dua) tugas pokok, pertama Pengelolaan dana zakat, infaq dan shodaqoh *kedua* pemberdayaan dan pengembangan ekonomi masyarakat dengan konsep syariah. BMT Nurul Jannah tersebut diresmikan pada tanggal 1 Januari 1997 di Masjid Nurul Jannah oleh Bapak Ir. Rauf Purnama (Mantan Direktur Utama PT Petrokimia Gresik).

[illegible]

Sebagai lembaga usaha, BMT Nurul Jannah dirasakan kurang sempurna, bila dasar hukum operasionalnya hanya didasarkan pada sertifikasi dari Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) saja, hal itu disebabkan PINBUK bukan lembaga formal yang menurut undang-undang dapat memberikan legalitas hukum sebuah usaha, maka diajukanlah permohonan kepada Dinas Koperasi dan PKM Kabupaten Gresik pada tahun 1998 untuk mendapatkan legalitas hukum dengan bentuk Koperasi. Hal tersebut dilakukan dengan pertimbangan mudah pengurusannya, permodalan yang dibutuhkan kecil dan mudah persyaratan kualifikasi pengelolanya.

Seiring dengan dikeluarkannya Undang-undang Pengelolaan Zakat No 38 Tahun 1999 dan Peraturan Pelaksanaannya dengan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No 581 Tahun 1999, maka Koperasi BMT Nurul Jannah telah mendapatkan Surat Keputusan dari Bupati Gresik No 450/3436/HK/403.14/2002 Tentang

Pengukuhan Koperasi BMT Nurul Jannah sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ).

Lembaga Amil Zakat (LAZ) akan dijadikan dasar hukum oleh Divisi Maal untuk Pengelolaan Zakat dan Infaq Shodaqoh sesuai dengan tugas pokok dan tanggung jawab menurut agama dan undang-undang yang berlaku, dengan dikelola secara baik dan profesional. Pengelolaan dana Zakat dan Infaq Shodaqoh tersebut diharapkan akan dapat membantu menciptakan dan memberdayakan masyarakat untuk dapat menjadi muslim yang kreatif dan produktif.⁵⁰

2. Visi dan Misi

a. Visi

1) Divisi mā

Menjadi Lembaga Amil Zakat yang amanah dan professional.

2) Divisi Tamwīl

Mengembangkan konsep ekonomi syariah untuk dikelola secara baik dan professional.

b. Misi

1) Divisi mā

⁵⁰ Dokumen File by Arief Rachman, "Profil 2016 Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik, Tbk.", 20 Juli 2016

b. Produk tabungan

Ada beberapa produk tabungan yang ditawarkan oleh BMT Nurul Jannah diantaranya ialah:

- 1) Tabungan Mudarabah adalah tabungan dengan sistem bagi hasil yang setiap saat dapat dilakukan penambahan dan penarikan.
- 2) Tabungan Pendidikan adalah tabungan dengan sistem bagi hasil yang penarikannya pada saat kebutuhan anak sekolah.
- 3) Tabungan Qurban adalah tabungan dengan sistem bagi hasil yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat Idul Qurban.
- 4) Tabungan Haji adalah tabungan dengan sistem bagi hasil yang penarikannya pada saat akan melaksanakan ibadah haji.⁵¹

B. Struktur Organisasi Personalia dan Deskripsi Tugas

Struktur organisasi Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik,
Tbk terdiri dari:

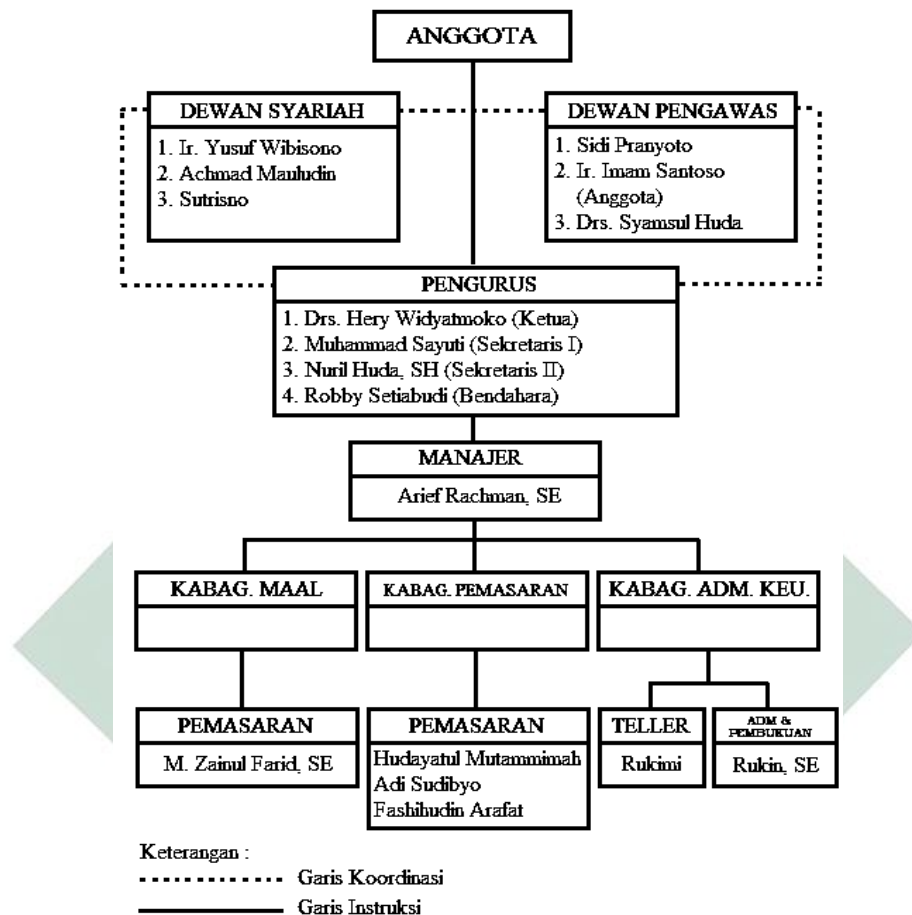
- a. Rapat anggota, seperti hal-nya pada koperasi pada umumnya rapat anggota merupakan lembaga tertinggi dalam Koperasi BMT Nurul

⁵¹ Dokumen File, “Profil 2016 Koperasi BMT Nurul Jannah PT Petrokimia Gresik, Tbk.”, 20 Juli 2016.

- g. Teller*

- 1) Membuatkan Nomer Rekening Tabungan
- 2) Realisasi pembiayaan
- 3) Bertanggung jawab dalam bidang keuangan dan pencatatannya
- 4) Melayani penyeteroran dan penarikan produk tabungan
- 5) Melayani setoran angsuran pembiayaan
- 6) Mencatat setiap transaksi pemasukan dan pengeluaran BMT
- 7) Menyusun dan menyerahkan laporan keuangan kepada pimpinannya.

Untuk lebih jelasnya tentang struktur organisasi koperasi BMT Nurul Jannah PT. Petrokimia Gresik bisa dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4.1

Struktur Organisasi BMT Nurul Jannah

C. Kelembagaan⁵³

Tabel 4.1

Kelembagaan

Nama Koperasi	Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Nurul Jannah
Alamat	
Provinsi	Jawa timur
Kabupaten/Kota	Gresik
Alamat	Jl Jend. A. Yani 07 Perumahan PT Petrokimia Gresik Kode pos 61119 Telepon (031) 3982200,3982100 ext 1412

⁵³ Ibid.,

	(031)3973959fax. bmtnj.Petrogresik@gmail.com	(031)3973959	e-Mail:
Jenis Usaha	Simpan Pinjam Syariah dan Kegiatan Maal		
Tahun berdiri Koperasi	1997		
No. dan tgl. Badan Hukum	489/BH/KWK.13/VII/98 tgl. 17 Juli 98		
NPWP	01.860.859.6-612		
Pengurus Periode 2015-2018			
Ketua	Hery Widyatmoko		
Sekertaris 1	Muhammad Sayuti		
Sekertaris 2	Nuril Huda		
Bendahara	Robby Setiabudi Madjid		
Pengawas Periode 2015-2018			
Ketua	Sidi Pranyoto		
Anggota	Imam Santoso		
Anggota	M. Syamsul Huda		
Dewan Syariah Periode 2015-2018			
Ketua	Yusuf Wibisono		
Anggota	Achmad Mauluddin		
Anggota	Sutrisno		
Jumlah tenaga kerja ⁵⁴			
No	Uraian	Jumlah (orang)	Pendidikan
1	Manager	1	S1
2	Adm & Keu	1	S1
3	Marketing	3	1 SMA / 2 S1
4	Maal	1	S1
5	Kasir	1	SMA
5	Kebersihan	1	SLTP
Jumlah		8	5 (S1), 2 SLTA, 1 SLTP

⁵⁴ Ibid.,

20	Singgih	4
21	Ayu	2
22	Narsih	6
23	Nizar	3
24	Gito	4
25	Warsinah	6
26	Sila	4
27	Sutini	3
28	Susiawati	3
29	Erna	6
30	Fiki	4
31	Jaka	4
32	Mujahid	5
33	Fitri	1
34	Dwi	5
35	Wahyu	1
36	Ari	1
37	Andi	4
38	Aslam	9
39	Lutfi	2
40	Elnah	7
41	Daus	2
42	Reza	4
43	Riki	1

44	Nopri	3
45	Galih	1
46	Bagas	3
47	Bagus	3
48	Syukri	2
49	Rouf	2
50	Suratman	3
51	Zul	3
52	Minarti	3
53	Eka	5
54	Srihatin	6
55	Handoko	6
56	Lilis	6
57	Anis	3
58	Fifah	2
59	Ummah	1
60	Mina	3
61	Lisa	5
62	Hima	4
63	Rinda	4
64	Bisri	33
65	Kurtubi	4
66	Kas	2
67	Nata	5

68	Fikri	4
69	Wawan	4
70	Eko	6
71	Ihwan	3
72	Zein	2
73	Likha	5
74	Puguh	3
75	Suliono	4
76	Mastoh	2
77	Marni	2
78	Ahmad	7
79	Rudi	2
80	Desi	2
81	Karjo	2
82	Taufik	1
83	Imah	2
84	Aziz	4
85	Fikri	2
86	Herman	6
87	Sella	4
88	Aminah	2
89	Khusnul	5
90	Syafik	2
91	Dodi	5

92	Juned	4
93	Mirza	5
94	Zahra	3
95	Rohimah	4
96	Ana	4

Tabel 4.2
Data responden

Kode soal	pertanyaan	ya	Tidak
A.1	Pertimbangan prinsip syariah	48	47
A.2	Pertimbangan jasa yang islami	53	43
A.3	Pertimbangan cicilan yang ringan	48	47
A.4	Syarat mudah, pencairan dana cepat	62	34
B.1	Pelayanan yang mampu memberi kepercayaan	56	40
B.2	Pelayanan cepat, tepat, terpercaya	70	26
B.3	Perilaku sopan, ramah, dan nyaman	56	40
C.1	Ketertarikan karena lokasi yang terjangkau	37	59
C.2	Ketertarikan pada eksterior dan interior	32	64
C.3	Fasilitas komputer, telephone plus, dan printer yang memuaskan	75	21
D.1	Rekomendasi teman	63	36
D.2	Rekomendasi keluarga	27	69
D.3	Pertimbangan status sosial	14	82

Tabel 4.3
Respon responden

Berdasarkan data diatas diketahui yang mendominasi adalah para nasabah non pegawai memilih melakukan pembiayaan di BMT Nurul Jannah karena dorongan rekomendasi dari teman sebanyak 63 responden menjawab “ya”. Menunjukkan bahwa secara teori memang nasabah non pegawai memiliki motivasi ekstrinsik, yaitu motivasi yang muncul bukan

dari keinginan responden melainkan dipengaruhi oleh informasi dari kerabat-kerabat mereka.

Jika kita teliti sejatinya mereka yang memilih melakukan pembiayaan di BMT Nurul Jannah karena keinginan yang kuat dari diri mereka sendiri juga masih dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Faktor tersebut adalah syarat mudah dan penairan dana yang cepat dimana dari hasil diatas didapat sebanyak 62 responden mengakui hal tersebut menjadi karakteristik dari BMT Nurul Jannah. sedangkan jika ditinjau secara teori alasan yang mereka ungkapkan adalah alasan yang rasional, yaitu mereka cenderung memilih melakukan pembiayaan di BMT Nurul Jannah karena merasa tidak terbebani oleh pemikiran syarat-syarat yang sulit.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan data dari hasil pengolahan data dengan analisis motivasi dan perilaku konsumen, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa;

Berdasarkan dari hasil pengolahan data dengan analisis motivasi dan perilaku konsumen, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa;

1. Motivasi yang mendorong nasabah non pegawai PT. Petrokimia Gresik memilih melakukan pembiayaan di BMT Nurul Jannah Gresik. Berdasarkan sumber informasi yang didapatkan diperoleh hasil dengan datang sendiri menuju BMT, dari teman, dari Marketing BMT, dan dari keluarga.

Hasil dari olah data berdasarkan pertimbangan-pertimbangan pelayanan diperoleh motivasi merek muncul karena persyaratan mudah dan dana cepat cair, karena berdasarkan ketanggapan pegawai dalam melayani nasabah, dan karena kemudahan dalam pelayanan. Ada juga yang muncul disebabkan perbandingan terhadap lembaga keuangan yang lain.

2. Motivasi nasabah non pegawai PT.Ptrokimia Gresik jika ditinjau dengan teori perilaku konsumen. Secara umum akan terbagi menjadi dua faktor besar yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal yaitu mereka yang berangkat atas kemauan sendiri yang besar kaitannya dengan jenjang pendidikan.

Sedangkan jika dirinci lagi, dari umum ke khusus, maka mereka yang datang atas dasar kemauan sendiri juga dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menarik minat mereka seperti, pelayanan yang memuaskan dan memudahkan, rekomendasi dari orang lain, atau akses yang mudah ketika akan menuju BMT Nurul Jannah.

B. SARAN :

1. Untuk perusahaan

Diharapkan pihak BMT Nrul Jannah untuk tetap menjaga komunikasi yang baik dengan pihak eksternal. Jika terjalin hubungan baik akan timbul motivasi-motivasi yang mewujudkan sifat loyalitas dari nasabah non pegawai.

2. Untuk penelitian selanjutnya

Diharapkan penelitian selanjutnya untuk lebih fokus dalam faktor-faktor yang lebih khusu serta memperluas cakupan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

-----*Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik dalam*
 Repositori.usu.ac.id, Diakses pada 09 April 2017.

Adam Muhammad. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial (Format-format Kuantitatif dan Kualitatif)*. Surabaya: Airlangga University Press, 2001.

Hermawan, Asep. *Penelitian Bisnis Metode Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grasindo, 2005

Idrus Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga, 2009.

Ihalauw, John J.O.I Ihalauw, Ristiyanti Prasetyo. *Perilaku Konsumen*,
Ed.1.Yogyakarta: Andi.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Prehallindo, 2002.

Maski, Ghozali. *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang*, vol 4. Malang: Unibraw press, 2010.

Nasional, Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2011.

Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2016.

Rahman, Arief. Dokumen BMT Nurul Jannah pada 14 Juni 2016

Ridwan Muhammad. *Manajemen Baitul maal wa Tamwil*. Yogyakarta: UII press.

Setiadi Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Kharisma Putra, 2013.

Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.

Sobur, Alex. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia, 2011

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.

