

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi Indonesia saat ini sedang digalakkan oleh pemerintah untuk lebih maju, agar dapat meningkatkan taraf hidup dan pembangunan dalam sektor ekonomi yang sedang berkembang untuk memajukan ekonomi umat dimana pemenuhan akan lembaga keuangan mulai bermunculan dimana-mana. Kemunculan industri keuangan syariah bermula dari perbincangan mencari alternatif pemecah masalah mengenai sistem kelembagaan keuangan di Indonesia yang sesuai dengan syariat islam.

Begitu juga perkembangan perbankan syariah, di Indonesia diiringi dengan perkembangan industri keuangan syariah yang diawali dari inspirasi masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang islami. Karakteristik bank konvensional dan bank syariah dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dan

menentukan sikap mereka terhadap pemilihan antara kedua tipe bank.

Bank Indonesia telah menetapkan visi dan misi perbankan syariah dan merencanakan strategis untuk mencapai pengembangan secara objektif dengan membentuk kerangka dasar perbankan syariah. Salah satu perbankan yang memberi pelayanan syariah yaitu bank BTPN Syariah.¹

Produk-produk yang terdapat di Bank BTPN syariah terdiri dari produk pendanaan dan produk pembiayaan. Produk pendanaan terdiri dari tabungan Citra iB, tabungan Teseto iB, deposito iB, Giro iB, sedangkan produk pembiayaannya adalah program Paket Masa Depan.²

Dari sekian banyak lembaga keuangan yang dipercaya mampu membantu mewujudkan pemberdayaan masyarakat khususnya perempuan dipedesaan yaitu Bank Tabungan Pensiunan Nasional atau BTPN Syariah.³ Dalam menjalankan

¹ Zainudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 130.

² <https://www.btpnsyariah.com/produk/pembiayaan/paket-masa-depan.html>

³ <https://www.btpnsyariah.com/produk/pembiayaan/paket-masa-depan.html>

kegiatan penyaluran dana Bank BTPN Syariah berinovasi mendesain sebuah model bisnis disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat bukan hanya menitik beratkan pada akses keuangan akan tetapi juga adanya pelatihan serta pendampingan untuk meningkatkan kapasitas sehingga usahanya tumbuh secara berkelanjutan. Salah satu program penyaluran pendanaan di BTPN Syariah adalah Paket Masa Depan (PMD). BTPN Syariah beroperasi berdasarkan prinsip inklusi keuangan dengan menyediakan produk dan jasa keuangan kepada masyarakat terpencil yang belum terjangkau serta segmen masyarakat pra-sejahtera.⁴

Selain menyediakan akses layanan keuangan kepada masyarakat tersebut, BTPN Syariah juga menyediakan pelatihan keuangan sederhana untuk membantu mata pencaharian nasabahnya agar dapat terus berlanjut serta membina masyarakat yang lebih sehat melalui program dayanya. Melalui produk, memanfaatkan produk, layanan jasa

⁴ Ainul Ikhsan dan Rahmani Timorita Yulianti. “Efektifitas Program Pembiayaan Paket Masa Depan di BTPN Syariah Dalam Memberdayakan Perempuan Untuk Mengembangkan Ekonomi Keluarga”. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam Vol.3, No.1*, (2018), hal 2.

Bank (*finclusion*), memberikan informasi, serta kegiatan pemberdayaan yang berkelanjutan dan terukur. Bukan tanpa alasan perseroan ini fokus menyalurkan pembiayaan ke debitur perempuan. Menurut analisa perusahaan, debitur perempuan khususnya ibu rumah tangga punya tanggung jawab dan kemampuan mengelola keuangan yang prima.

Produk Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) adalah program terpadu Bank BTPN Syariah yang diberikan kepada sekelompok wanita di pedesaan yang ingin memiliki usaha dan memiliki impian untuk merubah hidup, tetapi tidak memiliki akses layanan perbankan. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan solusi keuangan, perencanaan keuangan sederhana dan partisipasi kelompok.⁵ Bank BTPN Syariah hadir untuk memberikan kemudahan pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat, karena bank tidak meminta jaminan, sasarannya pun adalah masyarakat *unbankable* (nasabah tanpa jaminan). Dan syarat untuk menjadi calon

⁵ Zainul Arif Andalusi. "Produk Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) dengan Akad Murabahah Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Bank BTPN Syariah)". (Tesis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), hal.1.

nasabah PMD yaitu photo copy KTP dan sudah berkeluarga. Nasabah diwajibkan hadir dalam setiap pertemuan dengan karyawan Bank BTPN Syariah yang disebut sebagai “Melati Putih Bangsa”, yaitu pembina sentra yang bertindak sebagai fasilitator dan mendampingi para nasabah dalam bertransaksi (menabung, membayarkan cicilan dan pencairan pembiayaan) maupun memberi edukasi serta menjadi teladan bagi nasabah Bank BTPN Syariah. Pertemuan antara nasabah dengan pembina sentra dilaksanakan setiap dua minggu sekali selama satu tahun.

Pembiayaan ini diperuntukkan kepada masyarakat super mikro atau masyarakat prasejahtera. Pembiayaan yang diberikan ditahun pertama adalah Rp. 1.000.000,00- Rp.3.000.000/orang. Jika nasabah selalu aktif membayar cicilan dan hadir setiap dua minggu sekali dalam pertemuan tersebut selama satu tahun maka nasabah diperbolehkan mengajukan kenaikan plafon maksimal 3-4 juta di tahun selanjutnya dan seterusnya. Selain memberikan pembiayaan nasabah juga akan dibukakan tabungan tanpa adanya biaya

administrasi oleh pembina serta dikarenakan nasabah diwajibkan untuk menabung.

BTPN Syariah MMS Kecamatan Cileles Lebak merupakan Mobile Marketing Syariah atau dapat dikatakan sebagai kantor pendukung cabang dari BTPN Syariah yang penempatannya berada di kecamatan dan memegang kendali atas nasabah yang ada pada kecamatan tersebut. BTPN Syariah MMS Kecamatan Cileles Lebak ini dikhususkan untuk melayani pengajuan pembiayaan bagi masyarakat.

Berdasarkan perkembangan pembiayaan PMD BTPN Syariah di Desa Pasindangan Kecamatan Cileles Periode 2017 – 2020, diketahui mengalami kenaikan tetapi tidak sesuai target pembiayaan dan realisasi. Pada tahun 2017 target pembiayaan sebanyak 40 orang tetapi yang terealisasi hanya ada 13 nasabah, selanjutnya pada tahun 2018 target pembiayaan sebanyak 35 orang tetapi yang terealisasi hanya ada 15 orang, kemudian pada tahun 2019 target pembiayaan sebanyak 30 orang dan terealisasi hanya ada 18 orang dan pada tahun 2020 target pembiayaan dari 25

orang hanya terealisasikan 23 orang. Dilihat dari data tersebut menunjukkan pembiayaan PMD selama 4 tahun ialah berfluktuasi.

Ibu Ida parida, sebagai pembina sentra mengatakan bahwa target perkembangan PMD yang ingin dicapai setiap tahunnya meningkat diatas 50% tetapi tidak sesuai dengan target, perkembangan pembiayaan ini hanya berkembang beberapa saja, dan sampai sekarang minat masyarakat masih minim melakukan keputusan pembiayaan PMD di Bank BTPN Syariah MMS Cileles.

Dalam menumbuhkan minat beli hingga akhirnya melakukan keputusan pembelian tidaklah mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi tersebut, baik dari internal atau dalam diri konsumen maupun pengaruh dari eksternal yaitu rangsangan yang diberikan oleh perusahaan. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, promosi/sosialisasi, pengetahuan, kepercayaan, politik, budaya, harga, people dan process sehingga membentuk suatu

sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa *reponse* produk apa yang dibeli.⁶

Dana bagi sebuah bank merupakan sesuatu yang vital, karena tanpa dana bank tidak berbuat sesuatu. Menurut Dahlan Siamat dalam buku dasar-dasar perbankan, dana bank adalah uang tunai yang di miliki bank ataupun aktiva lancar yang dikuasai bank dan setiap waktu dapat diungkapkan.⁷

Berdasarkan peran bank sebagai perantara dari modal sendiri ataupun sumber lain di luar bank. Informasi atau pengetahuan yang lebih tentang lembaga keuangan syariah sangat dibutuhkan untuk meningkatkan animo masyarakat terhadap Bank Syariah. Apabila seorang pegawai sentra tidak menginformasikan kepada masyarakat pembiayaan PMD dengan baik, maka masyarakat ragu untuk menggunakan jasa tersebut.

⁶ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, (Bandung: Alfabeth, 2011), hal. 96

⁷ Mia Lasmi Wardiah, *Dasar-dasar Perbankan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013,) hal. 343

Memahami pengetahuan konsumen sangat penting bagi pemasar. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian bahkan pembelian ulang. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, lebih efisien, lebih tepat dalam mengolah informasi dan mampu mengingat kembali informasi dengan lebih baik.⁸ Semakin tinggi pengetahuan produk yang di miliki nasabah maka semakin tinggi pula keputusan yang diambil nasabah.⁹

Kepercayaan menjadi faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam melakukan keputusan pembiayaan PMD. Menurut Prasaranphanich, ketika konsumen mempercayai sebuah perusahaan, mereka akan lebih suka melakukan pembelian ulang dan membagi informasi pribadi yang berharga kepada perusahaan tersebut. Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah

⁸Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hal. 147.

⁹ Ayun Sekar Widowati. “Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, Dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah”. *Jurnal Nominal Vol. VII No.2* (2018), hal. 148

komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti.¹⁰

Kepercayaan ada jika para konsumen percaya bahwa penyedia layanan jasa tersebut dapat dipercaya dan juga mempunyai derajat integritas yang tinggi.¹¹

Masyarakat Desa pasindangan 100% beragama muslim, Sebagian masyarakat mengetahui prinsip pembiayaan PMD secara syariah, akan tetapi hanya sedikit yang melakukan pembiayaan di Bank BTPN Syariah MMS dan masyarakat lebih memilih melakukan pembiayaan di Bank Konvensional dan Koperasi Simpan Pinjam.

Apabila kepercayaan nasabah tinggi kepada Bank Syariah, maka keputusan nasabah juga akan tinggi. Sebaliknya, apabila kepercayaan nasabah rendah kepada bank syariah, maka keputusan nasabah juga akan rendah.¹² BTPN Syariah dituntut untuk lebih memasyarakatkan lagi mengenai

¹⁰ Prasaranphanich, *Perilaku Konsumen, Analisis Model Keputusan*, (Penerbitan Universitas Atma Jaya: Yogyakarta, 2013), hal.5

¹¹ Karsono, *Pemikiran-Pemikiran dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial*. (Jakarta: Lembaga Penerbit FE-UI, 2006), hal 124

¹² Pratiwi dan Seminari. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah", *e-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 5 (2015).

produk-produknya agar pengetahuan masyarakat menambah dan menumbuhkan minat nasabah dalam melakukan pembiayaan di Bank tersebut. Kepercayaan anggota merupakan rasa aman sehingga kurangnya kepercayaan masyarakat kepada Bank BPTN Syariah akan menurunkan minat masyarakat melakukan pembiayaan.

Sosialisasi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Sehingga secara individual sosialisasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi sosialisasi maka semakin besar konsumen dalam keputusan pembelian. Dengan ini berarti bahwa sosialisasi mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam pembelian produk/jasa.¹³ Pegawai sentra BTPN Syariah melakukan sosialisasi merata kepada masyarakat dengan menggunakan bahasa yang baik dan logis serta informasi yang disampaikan mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat. Adapun sosialisasi dilakukan

¹³ Nanang Susanto. "Pengaruh Harga, Produk, Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Laptop Merek HP di Kota Semarang", *Jurnal B11* (2016)

dengan berbagai cara, seperti adanya pertemuan yang diselenggarakan di Kantor Desa, mengunjungi rumah warga dan membagi brosur, tetapi minat masyarakat masih minim melakukan keputusan pembiayaan.

Dari latar belakang masalah di atas peneliti merasa tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang kenapa minat masyarakat minim melakukan pembiayaan PMD di Bank Syariah. Sehingga peneliti memilih judul sebagai penelitian yaitu **“Pengaruh Pengetahuan Produk, Kepercayaan dan Sosialisasi Terhadap Keputusan Melakukan Pembiayaan Paket Masa Depan (PMD) di BTPN Syariah MMS Cileles”**.

B. Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyak masyarakat yang mengetahui produk pembiayaan PMD yang telah beroperasi di Desa pasindangan dan pembiayaan tersebut sudah berjalan 4 tahun lebih tetapi

minat masyarakat masih minim melakukan keputusan pembiayaan.

2. Masyarakat Desa pasindangan 100% beragama muslim dan mengetahui prinsip pembiayaan PMD secara syariah tetapi tidak tertarik melakukan pembiayaan PMD.
3. Masyarakat mengetahui prinsip pembiayaan PMD secara syariah tetapi masyarakat lebih memilih melakukan pembiayaan di Bank Konvensional dan Koperasi Simpan Pinjam.
4. Pegawai sentra BTPN Syariah melakukan sosialisasi merata kepada masyarakat dengan menggunakan bahasa yang baik dan logis serta informasi yang disampaikan mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat. Adapun sosialisasi dilakukan dengan berbagai cara, seperti adanya pertemuan yang diselenggarakan di Kantor Desa, mengunjungi rumah warga dan membagi brosur, tetapi minat masyarakat masih minim melakukan keputusan pembiayaan.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, agar penelitian ini dapat terarah dan dipahami maka perlu dibatasi permasalahannya untuk menghindari kekeliruan dalam

menafsirkan judul penelitian tersebut, maka penelitian ini di batasi pada keputusan melakukan pembiayaan PMD yang dilihat dari pengetahuan produk, kepercayaan dan sosialisasi terhadap keputusan melakukan pembiayaan (PMD) di BTPN Syariah MMS Cileles dan peneliti membahas tentang pembiayaan PMD yang mengambil sampel nasabah BTPN Syariah MMS di Desa Pasindangan Kecamatan Cileles.

D. Rumusan Masalah.

Bedasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan masyarakat melakukan pembiayaan PMD di BTPN Syariah MMS Cileles?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan pembiayaan PMD di Bank BPTN Syariah MMS Cileles?
3. Bagaimana pengaruh sosialisasi terhadap keputusan masyarakat dalam melakukan pembiayaan PMD di Bank BTPN Syariah MMS Cileles?

4. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk, kepercayaan dan sosialisasi secara simultan terhadap melakukan keputusan pembiayaan di Bank BTPN Syariah MMS Cileles?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap keputusan masyarakat melakukan pembiayaan PMD di Bank BTPN Syariah MMS Cileles.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan masyarakat melakukan pembiayaan PMD di Bank BTPN Syariah MMS Cileles.
3. Untuk mengetahui sosialisasi terhadap keputusan masyarakat melakukan pembiayaan PMD di Bank BTPN Syariah MMS Cileles.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk, kepercayaan dan sosialisasi secara simultan terhadap keputusan masyarakat melakukan pembiayaan PMD di Bank BTPN Syariah MMS Cileles.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang yang mempengaruhi masyarakat terhadap melakukan keputusan pembiayaan paket masa depan di BTPN Syariah MMS Cileles.

2. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi pembaca dan tambahan informasi bagi pihak lain yang ingin mempelajari tentang faktor yang mempengaruhi masyarakat terhadap melakukan keputusan pembiayaan paket masa depan di BTPN Syariah MMS.

3. Bagi pihak yang terikat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, umumnya bagi instansi yang bersangkutan dan lembaga-lembaga yang berkecimpung dalam dunia ekonomi dan bisnis Islam serta pembiayaan dalam perbankan. Penelitian ini juga

diharapkan menjadi bahan acuan atau masukan bagi kebijakan dan dapat meningkatkan kinerja Bank terutama dalam hal perbaikan mekanisme pembiayaan PMD. Sehingga pembiayaan tersebut efektif dan dapat meningkatkan peran Bank sebagai lembaga intermediasi.

G. Sitematika Penulisan

Sistem penulisan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka. Teori yang didapat menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang diteliti oleh penulis, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, sumber data dan definisi operasional, teknik pengumpulan data dan pengolahan data, teknik analisis data dan uji hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dan berdasarkan kesimpulan tersebut akan diberikan saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan yang diteliti.