

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) bank maupun non bank saat ini banyak yang bermunculan di Indonesia. Sistem perbankan Islam ditegakkan atas kemutlakan larangan dari pembayaran atau penerimaan setiap yang ditentukan atas pinjaman atau kredit yang biasa kita kenal riba yang diterapkan di bank-bank konvensional. Dengan demikian konsep bunga atas hutang secara tegas yang sering kita bahas sangat dilarang. Sistem perbankan Islam ini lebih condong pada upaya penerapan *sharing* risiko, mempromosikan kewirausahaan, melemahkan perilaku spekulatif, dan menekankan kesucian akad. Maka dari itu lembaga keuangan syariah merupakan alternatif cara untuk menyelesaikan persoalan tentang riba.

Lembaga Keuangan Syariah diawali oleh berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI). Pada tanggal 1 November 1991, tim perbankan MUI berhasil mendirikan BMI yang mulai beroperasi pada September 1992. Pada awalnya kehadiran BMI belum mendapatkan perhatian baik dari pemerintah maupun industri perbankan. Namun dalam perkembangannya, ketika BMI dapat tetap eksis ketika terjadi krisis ekonomi tahun 1997, telah mengilhami pemerintah untuk memberikan perhatian dan mengatur secara luas dalam undang – undang, serta memacu segera berdirinya bank-bank syariah lain baik dalam bentuk Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) maupun *windows*

syariah untuk bank umum (Ridwan, 2004: 71). Selain BPRS dan *windows syariah* untuk bank umum, BMI juga mempelopori beridinya Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS).

Munculnya BMT sebagai lembaga mikro keuangan syariah yang bergerak pada sektor riil masyarakat bawah dan menengah, karena BMI sendiri secara operasional tidak dapat menyentuh masyarakat kecil ini, maka BMT menjadi salah satu lembaga mikro keuangan syariah yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

Dari sekian banyak lembaga keuangan syariah, BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang jumlahnya terbanyak. Pertumbuhan Baitul Mall Wa Tamwil (BMT) yang dari tahun ke tahun terus meningkat. Pada tahun 2005 masih beranggotakan sebanyak 96 BMT, namun pada bulan Maret 2014 sudah ada sekitar 4.567 BMT. *Asset* yang dikelola sekitar 3,7 triliun rupiah. Hal ini disampaikan oleh wakil ketua BMT Center, Agus Wawah Hermawan.

Bank dan Lembaga Keuangan Syariah merupakan organisasi ekonomi yang berdasar pada syari`ah Islam dan didirikan oleh umat Islam (Sudarsono, 2006). Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul mal* dan *baitul tamwil*. *Baitul mal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti zakat, infaq dan shodaqoh. Sedangkan *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial (Djazuli, 2002).

Eksistensi Lembaga Keuangan Syariah seperti BMT ini jelas memiliki arti penting bagi pembangunan ekonomi berwawasan syariah. Hal ini didasarkan

kepada alasan berikut: *pertama* secara filosofis, BMT merupakan lembaga keuangan yang secara teoritis dan praktis mengacu kepada prinsip-prinsip ekonomi syariah dengan tetap berpedoman kepada Al Quran dan Sunnah. *Kedua*, secara institusional, BMT merupakan lembaga keuangan yang mampu memberikan solusi bagi pemberdayaan usaha kecil dan menengah serta menjadi inti kekuatan ekonomi yang berbasis kerakyatan dan sekaligus menjadi penyangga utama sistem perekonomian yang berbasis nasional. *Ketiga*, secara yuridis, kedudukan BMT memiliki landasan hukum yang cukup kuat, yang mengacu kepada UU no.7/1997 tentang perbankan (Kini UU no.10/1998), dimana BMT dapat menyelenggarakan usaha pelayanan dan jasa keuangan dalam skala kecil dan menengah (Suhendi dkk., 2004)

Indonesia merupakan Negara berpenduduk muslim terbesar di dunia. Ada sekitar 85,2% atau 199.959.285 jiwa dari total 234.693.997 jiwa penduduk, dengan adanya penduduk yang mayoritas beragama Islam dan adanya pertentangan dan persoalan tentang riba, hal tersebut merupakan salah satu modal bagi BMT untuk melakukan strategi-strategi yang dapat menarik minat anggota.

Pengambilan keputusan juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor dari luar strategi perusahaan, dimana faktor tersebut dibagi mejadi faktor eksternal dan faktor internal. Kedua faktor ini sama-sama memiliki pengaruh yang besar terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan produk, tetapi faktor eksternal memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan faktor internal, karena banyak konsumen akan melakukan

pertimbangan yang diperoleh dari pihak lain yang berada di lingkungan terdekatnya. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lengkap tentang kelebihan dan kekurangan produk tersebut dibandingkan hanya mengetahui kelebihan yang diberikan oleh pihak perusahaan, sehingga konsumen dapat dengan mantap mengambil keputusan terhadap produk tersebut.

Salah satu faktor yang memengaruhi dalam pengambilan keputusan adalah *reference group* atau kelompok referensi atau kelompok acuan. Kelompok referensi adalah kelompok yang melibatkan satu atau lebih orang yang dijadikan sebagai dasar pembandingan atau titik referensi dalam membentuk tanggapan *afeksi* dan *kognisi* serta menyatakan perilaku sosial, kelompok referensi dapat berasal dari kelas sosial, subbudaya, bahkan budaya yang sama atau berbeda. Kelompok referensi adalah kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang (Kotler and Keller, 2000).

Jadi dapat disimpulkan bahwa orang akan yakin dalam memilih suatu produk ketika sudah melihat dan mendengar dari orang lain atau kelompok referensi tersebut tentang manfaat dari produk. *Reference group* ini dapat dijelaskan sebagai seseorang yang telah mengalami sebuah fase dimana mereka mampu memberikan sebuah pendapat baik secara langsung atau tidak kepada individual bahkan kepada kelompok lain yang membutuhkan sebuah informasi mengenai apa yang berhubungan dengan sebuah produk atau fasilitas yang dikeluarkan oleh produsen terhadap konsumen.

Pengaruh yang diberikan berasal dari *reference group* ini baik sedikit atau banyak pasti mampu memberikan sebuah pengaruh pemikiran yang baru dari pihak yang diberikan informasi tersebut. *Reference group* ini dapat dikelompokkan sebagai bagian dari norma subyektif internal, dimana bisa dijelaskan bahwasanya norma subyektif adalah sebuah pengaruh yang muncul dari pihak luar bukan dari diri sendiri namun berasal dari orang-orang terdekat yang mampu memberikan sebuah pengaruh bagi yang membutuhkan sebuah informasi, terkadang norma subyektif ini sangat mampu membuat seseorang mempercayai apa yang dikatakan atau disarankan dari orang terdekat sehingga peminta informasi menyakini apa yang disampaikan oleh pemberi informasi.

Saat ini BMT mengalami perkembangan yang pesat dari jumlahnya, namun dari segi sosialisasi sistem ekonomi syariah mengenai wawasan dan pengetahuan tentang ekonomi syariah kurang. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang BMT ini maka perlu adanya promosi, kegiatan promosi yang dilakukan menjadi sarana untuk memperkenalkan produk-produk yang dimiliki oleh BMT kepada anggota, sehingga anggota mengenal lebih jauh produk-produk yang ditawarkan oleh pihak BMT.

Promosi merupakan kegiatan penting bagi setiap perusahaan termasuk BMT karena sebaik apapun produk yang dihasilkan jika tidak dikenal oleh calon anggota maka produk tersebut tidak akan berhasil di pasaran (Indriyo, 2000). Promosi juga dapat digambarkan sebagai bagian dari norma subyektif eksternal, dimana norma ini adalah sebuah informasi yang bisa didapatkan melalui sebuah media, seperti media cetak, media elektronik dan media yang

lainnya. Sebuah sumber terpercaya yang dapat didapatkan dari pihak luar yang mampu memberikan sebuah keputusan bagi pencari informasi.

Bentuk promosi ini digunakan sebagai acuan sebuah perusahaan mampu atau tidak menarik massa untuk dapat bergabung pada perusahaan yang dipromosikan tersebut. Dalam segala bentuk strategi dan penjualan produk semenarik mungkin yang dimiliki perusahaan, diharapkan melalui promosi tersebut perusahaan mampu menarik para masyarakat yang mau bergabung atau menggunakan produk yang dihasilkan dari perusahaan tersebut.

Faktor selanjutnya yang dapat memengaruhi calon anggota dalam mengambil keputusan adalah informasi keuangan, informasi keuangan merupakan salah satu faktor internal perusahaan yang perlu diperhatikan, karena munculnya berbagai lembaga syariah ini memerlukan informasi keuangan yang juga berkarakter syariah, yang tunduk pada ketentuan syariah, baik secara konsep maupun praktiknya. BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang berbentuk koperasi, maka akuntansinya juga harus mengacu kepada standar operasional prosedur (SOP) Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi (UJKS). Akuntansi KJKS dan UJKS Koperasi ini mengacu kepada Pedoman Umum Akuntansi Koperasi yang diterbitkan oleh Kantor Menegkop dan UKM Republik Indonesia pada tahun 2001.

Kualitas informasi keuangan yang baik, pada akhirnya akan memberikan input yang penting bagi manajemen dan menumbuhkan kepercayaan yang besar kepada BMT, maka kondisi tersebut akan menentukan pencapaian

kinerja keuangan yang diharapkan. Dapat dipastikan informasi keuangan ini sangat penting bagi seorang manager untuk melihat sebuah perusahaan baik atau tidak kinerjanya. Melalui informasi keuangan seseorang mampu melihat seberapa besar sebuah perusahaan mampu menjalankan perusahaannya dengan sebaik mungkin.

Laporan keuangan merupakan gambaran sebuah informasi keuangan yang biasanya digunakan seseorang untuk menganalisis sebuah perusahaan, karena melalui laporan keuangan perusahaan maka segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan perusahaan dipaparkan melalui laporan keuangan perusahaan tersebut, dalam konteks pembahasan latar belakang ini bisa dijelaskan BMT mampu memberikan sebuah laporan keuangan yang mampu memengaruhi calon anggota BMT bergabung atau tidak di BMT tersebut. Seperti halnya informasi keuangan yang seorang butuhkan di sebuah perusahaan, sangat mudah seseorang akses keberadaannya melalui fasilitas yang canggih saat ini, sehingga seseorang juga mampu dengan mudah menganalisis sebuah perusahaan atau BMT melalui laporannya.

Selain beberapa faktor-faktor yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai minat seseorang untuk menjadi anggota BMT, pengetahuan dan religiusitas seseorang terhadap BMT ini juga sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut. Pengetahuan merupakan suatu informasi yang diketahui melalui proses pembelajaran yang dilakukan mahasiswa tersebut, semakin banyak informasi yang didapatkan mahasiswa maka semakin besar pengetahuan yang dimiliki.

Religiusitas merupakan sebuah penilaian suatu hal dengan melihat sudut pandang melalui kepercayaan atau keyakinan yang diyakini seseorang. BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang telah berkembang di Indonesia, jadi sangat menarik jika dilakukan sebuah penelitian dimana religiusitas seseorang yang dimiliki berpengaruh terhadap minat bergabung di BMT.

Motivasi dalam penelitian ini adalah masih sedikitnya penelitian yang dilakukan berhubungan dengan minat mahasiswa akuntansi menjadi anggota BMT yang dipengaruhi oleh informasi keuangan. Saat ini dengan adanya fenomena dimana jumlah BMT yang mengalami perkembangan yang pesat, namun dari segi sosialisasi sistem ekonomi syariah mengenai wawasan dan pengetahuan tentang ekonomi syariah umumnya masih kurang, maka peneliti tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul "*Pengaruh Reference Group, Promosi, Informasi keuangan, Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat menjadi Anggota BMT*" dengan studi empiris pada mahasiswa akuntansi perguruan tinggi Islam di DIY.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Minangun (2014) dengan judul Pengaruh Kelompok Referensi, *personal selling* dan Motivasi terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan di BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Cabang Gedongkuning, dimana pada penelitian sebelumnya peneliti memilih responden yang sudah bergabung di BMT dan dilingkup penelitiannya pada masyarakat umum. Penelitian ini juga mengganti variabel motivasi menjadi variabel informasi keuangan, *personal selling* menjadi promosi dan menambahkan dua variabel, yaitu pengetahuan dan religiusitas.

B. Batasan Masalah

Batasan penelitian ini hanya untuk menguji mahasiswa dan mahasiswi akuntansi di perguruan tinggi Islam di Yogyakarta seperti UMY, UII, UIN dan UAD. Peneliti menggunakan mahasiswa sebagai batasan penelitian karena dari data direktorat jendral pendidikan tinggi (DIKTI), Indonesia memiliki sekitar 2.700 perguruan tinggi dengan 14.500 prodi dan 1,9 juta mahasiswa. Oleh sebab itu, Indonesia masuk dalam 9 besar Negara dengan mahasiswa terbanyak.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang muncul adalah sebagai berikut :

1. Apakah *reference group* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota BMT?
2. Apakah promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota BMT?
3. Apakah Informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota BMT?
4. Apakah pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota BMT?
5. Apakah religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota BMT?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa *reference group* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota BMT.
2. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota BMT.
3. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota BMT.
4. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota BMT.
5. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota BMT.

E. Manfaat Penelitian

1. Praktik
 - a. Bagi para calon anggota dapat memahami faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi minat bergabung di BMT
 - b. Para calon anggota dapat memperoleh rujukan dalam pengambilan keputusan.
 - c. Bagi BMT dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mampu memengaruhi atau mengetahui harapan anggota untuk bergabung di BMT.

2. Teoritis

- a. Bagi para akademisi diharapkan dapat menambahkan pengetahuan dan wawasan tentang hal apa saja yang dapat memengaruhi minat untuk menjadi anggota BMT.
- b. Memberikan bukti empiris dan bagi penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan suatu rujukan atau referensi bagi peneliti.