

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Baitulmal wat Tamwil (BMT) adalah sebuah lembaga keuangan mikro yang menjalankan kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. BMT mempunyai peran sebagai perantara keuangan seperti halnya Perbankan syariah, yakni menghimpun dan menyalurkan dana. Namun bedanya, BMT beroperasi dalam skala mikro dan Perbankan syariah beroperasi dalam skala makro. Selain itu, karena BMT beroperasi dalam skala mikro dan tidak memenuhi syarat Bank Indonesia (BI) untuk menjadi Perbankan, maka BMT memiliki kedudukan sebagai koperasi syariah yang berada di bawah naungan KEMENKOP UKM (Kementerian Koperasi dan UKM) atau Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM). Meskipun BMT beroperasi dalam skala mikro, namun sebenarnya BMT lebih dulu lahir dibandingkan Perbankan syariah. BMT pertama kali didirikan pada tahun 1980 dengan nama “*Bait at Tamwil Salman*” oleh beberapa aktivis mahasiswa ITB (Institut Teknologi Bandung).

Pada dasarnya, selain BMT, Perbankan juga menawarkan pembiayaan dalam skala mikro. Menurut Aries Muftie-Ketua asosiasi BMT Indonesia/Absindo (Republika.com, 2012), meskipun Perbankan juga beroperasi dalam skala mikro, namun BMT tidak takut bersaing. Hal tersebut karena definisi mikro pada Perbankan syariah dengan BMT berbeda. Level mikro pada Perbankan syariah yaitu pembiayaan dengan nilai 50 – 100 juta, sedangkan pembiayaan mikro pada

BMT yaitu di bawah 50 juta dan bahkan BMT berani memberikan pinjaman mulai dari 100 ribu.

Total aset Perbankan syariah per september 2012 mencapai 168 triliun. Angka itu diperkirakan tumbuh sekitar 37% dari tahun ke tahun (Edy Setiadi/Direktur Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia-Liputan6.com, 2013). Pada tahun 2013, perkembangan Perbankan syariah dalam kurun waktu satu tahun juga tergolong pesat, terutama pada Bank Umum Syariah (BUS), dan Unit Usaha Syariah (UUS). Berdasarkan data pada Bank Indonesia (BI), aset Perbankan syariah per oktober meningkat menjadi 229,5 triliun. Bila ditotal dengan aset Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), maka jumlah aset Perbankan syariah mencapai 235,1 triliun. Upaya pengembangan pasar Perbankan syariah mampu memperbesar *market share* Perbankan syariah dalam peta Perbankan sehingga mencapai sekitar 4,8% per oktober, dengan jumlah rekening sekitar 12 juta rekening atau 9,2 % dari total Perbankan nasional dan jumlah kantor mencapai 2.925 kantor (Direktur Eksekutif Departemen Komunikasi BI-Kemenkeu.com, 2013).

BMT semakin berkembang tatkala pemerintah mengeluarkan UU No. 7/1992 tentang Perbankan dan PP No. 72/1992 tentang Bank Perkreditan Rakyat (BPR) berdasarkan bagi hasil (Ridwan, 2013;34). BMT mengalami perkembangan yang cukup pesat. baik dari segi banyaknya kantor yang beroperasi maupun aset yang dimiliki. Hal tersebut juga diungkapkan Awalil-Persatuan BMT

Indonesia/PBMTI (Republika.com, 2013), bahwa pada kurun waktu 2000 sampai 2005 dan ketika krisis global tahun 2008 sampai 2010, BMT tumbuh pesat dan Perbankan mengalami perlambatan pertumbuhan khususnya dalam hal penyaluran pembiayaan. Perbankan cenderung berhati-hati dan menahan diri untuk memberikan pinjaman. Selain itu, menurut Joelarso/PBMTI di Indonesia mayoritas pelaku usaha mikro lebih banyak dibandingkan pelaku usaha besar yakni sekitar 80% dari penduduk Indonesia (inilahkoran.com, 2014). Namun, pembiayaan untuk usaha mikro tidak banyak dilirik oleh Perbankan. Hal ini memberi peluang pada BMT untuk menarik lebih banyak anggota, mengingat peran BMT yang beroperasi dalam skala mikro yang bersedia memberikan pembiayaan di bawah 50 juta dan bahkan 100 ribu.

Data statistik jumlah unit, aset, serta informasi BMT lainnya pada masing-masing asosiasi berbeda, mengingat tidak adanya pusat informasi resmi yang menyediakan data tersebut. Selain itu, banyak BMT yang tidak memiliki izin sehingga asosiasi tidak mengakui keberadaannya. Karimudin-Asisten Deputi Pengembangan dan Pengendalian Simpan Pinjam KEMENKOP UKM (Kabarbisnis.com, 2010) menyatakan bahwa sampai tahun 2010 telah ada sekitar 3.307 BMT yang beroperasi di Indonesia dengan total aset sekitar 3,6 triliun. Sedangkan menurut Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam (fossei.org, 2013), pada tahun 2010 terdapat 3.900 BMT yang beroperasi di Indonesia. Kemudian menurut Joelarso-Persatuan BMT Indonesia/PBMTI (Tempo.co, 2012), hingga

akhir tahun 2012 telah ada sekitar 3.900 BMT yang beroperasi dan berdasarkan data Absindo (Hudaifah, 2013), pada tahun yang sama jumlah BMT yang beroperasi sekitar 5.500 unit.

Mengingat badan hukum BMT adalah koperasi, maka BMT harus tunduk pada Undang-Undang perkoperasian Nomor 17 tahun 2012 dan pelaksanaannya secara khusus diatur dalam Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UKM RI Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Kemudian pada tahun 2013, pemerintah mengeluarkan UU Nomor 1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro, termasuk di dalamnya terdapat BMT.

Di Indonesia, mayoritas penduduknya adalah muslim. Seorang muslim yang memiliki ketaatan yang tinggi terhadap agamanya akan menunjukkan perilaku yang sejalan dengan keyakinan agamanya. BMT merupakan sebuah lembaga yang diusung oleh umat muslim dan kegiatannya berasaskan pada dasar hukum agama Islam (agamanya umat muslim). Pendirian BMT sebagai salah satu bentuk dakwah dan akan menjadi suatu ibadah jika umat muslim mendukungnya. Mendukung BMT dapat dilakukan dengan cara menjadi anggotanya. Hal tersebut diungkapkan Horioka dan Watanabe dalam Anilda (2014) bahwa motif utama yang melatarbelakangi minat menabung salah satunya adalah motif ibadah. Kemudian, hasil penelitian Anilda (2014) menunjukkan bahwa tingkat religiusitas

berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi menjadi nasabah dana pihak ketiga pada bank syariah.

BMT menawarkan produk yang hampir sama dengan Perbankan syariah, yakni investasi dan pembiayaan. Selain itu, BMT juga menawarkan jasa sosial seperti menghimpun dan menyalurkan dana ZIS (Zakat, Infaq, Shadaqah). Untuk menarik masyarakat supaya menggunakan produk BMT, maka BMT harus memperkenalkan produk-produknya. Cara yang dapat dilakukan yaitu promosi, atau iklan. Menurut Istifakhiyah (2012), promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di BMT *islamic center*. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai media seperti brosur, baliho, pamflet, atau bahkan iklan di televisi. Hasil penelitian Wirantika (2013) menunjukkan bahwa brosur secara tidak langsung memberikan pengaruh terhadap minat nasabah.

Pengetahuan merupakan suatu yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang. Pengetahuan dapat dipengaruhi beberapa faktor (Notoatmodjo dalam Widyanti, 2011), seperti: pendidikan, pengalaman, media massa, dan lingkungan. Seseorang yang memiliki pengetahuan yang cukup mengenai suatu hal seperti BMT, akan memiliki minat yang tinggi untuk menjadi anggota BMT. Hasil penelitian Budiman dalam Anilda (2014) menunjukkan bahwa faktor pengetahuan berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan menjadi

nasabah. Hal serupa juga diungkapkan Widyanti (2011) dan Anilda (2014), bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah.

Lokasi usaha adalah tempat bagi perusahaan untuk melakukan pekerjaannya. Lokasi harus ditentukan secara tepat, sebab lokasi akan memengaruhi keberlangsungan bisnis. Faktor lokasi mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap minat menjadi nasabah bank syariah (Sukron dalam Anilda, 2014). Sedangkan, hasil penelitian Anilda (2014) menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah.

Pengungkapan informasi keuangan adalah sarana bagi perusahaan dalam menyampaikan informasi akuntansi kepada pihak yang berkepentingan, salah satunya yaitu masyarakat. Apabila pengungkapan informasi tersebut kurang, maka pandangan masyarakat terhadap perusahaan akan buruk sehingga mereka akan melindungi diri mereka untuk tidak terlibat dengan perusahaan tersebut. Namun sebaliknya, apabila pengungkapan informasi tersebut cukup memenuhi keingintahuan masyarakat, maka masyarakat akan membuka diri untuk terlibat di dalamnya. Menurut Ferdina (2009), keputusan investasi memerlukan berbagai macam informasi dan salah satunya adalah informasi keuangan sebagai salah satu ukuran kinerja perusahaan. Begitu pun pada BMT, pengungkapan informasi keuangan akan memengaruhi keputusan atau minat masyarakat untuk menjadi anggota BMT.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT UNTUK MENJADI ANGGOTA BMT”. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Anilda (2014). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat religiusitas, reputasi, iklan, dan *profit sharing* berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi menjadi nasabah dana pihak ketiga pada Bank Syariah. Sedangkan, pengetahuan dan lokasi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi menjadi nasabah dana pihak ketiga pada Bank Syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu objek penelitian sebelumnya adalah mahasiswa akuntansi pada beberapa perguruan tinggi Islam di DIY, sedangkan objek penelitian ini adalah masyarakat umum. Lembaga keuangan syariah dalam penelitian sebelumnya adalah Perbankan syariah, sedangkan lembaga keuangan syariah dalam penelitian ini adalah koperasi syariah/*Baitulmal wat Tamwil* (BMT). Penelitian ini menambahkan pengungkapan informasi keuangan sebagai variabel independen (Ferdina, 2009).

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, rumusan masalah penelitian ini antara lain:

1. Apakah religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota *Baitulmal wat Tamwil* (BMT)?
2. Apakah promosi *Baitulmal wat Tamwil* (BMT) berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota *Baitulmal wat Tamwil* (BMT)?
3. Apakah pengetahuan tentang *Baitulmal wat Tamwil* (BMT) berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota *Baitulmal wat Tamwil* (BMT)?
4. Apakah lokasi *Baitulmal wat Tamwil* (BMT) berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota *Baitulmal wat Tamwil* (BMT)?
5. Apakah pengungkapan informasi keuangan *Baitulmal wat Tamwil* (BMT) berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi anggota *Baitulmal wat Tamwil* (BMT)?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, diantaranya:

1. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh religiusitas terhadap minat menjadi anggota *Baitulmal wat Tamwil* (BMT).
2. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh promosi *Baitulmal wat Tamwil* (BMT) terhadap minat menjadi anggota *Baitulmal wat Tamwil* (BMT).
3. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh pengetahuan tentang *Baitulmal wat Tamwil* (BMT) terhadap minat menjadi anggota *Baitulmal wat Tamwil* (BMT).

4. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh lokasi *Baitulmal wat Tamwil* (BMT) terhadap minat menjadi anggota *Baitulmal wat Tamwil* (BMT).
5. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh pengungkapan informasi keuangan *Baitulmal wat Tamwil* (BMT) terhadap minat menjadi anggota *Baitulmal wat Tamwil* (BMT).

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, khususnya antara lain bagi:

1. Akademisi

Memberikan kontribusi pengembangan literatur akuntansi syariah di Indonesia terutama *Baitulmal wat Tamwil* (BMT). Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan mendorong dilakukannya penelitian-penelitian akuntansi syariah.

2. Praktisi

- a. *Baitulmal wat Tamwil* (BMT)

Memberikan kontribusi dalam pengembangan produk dan layanan jasa BMT, dan sebagai bahan evaluasi BMT supaya dapat lebih memahami kebutuhan anggota dan anggota potensial.

- b. Masyarakat

Memberikan referensi kepada masyarakat apabila akan menggunakan produk atau jasa lembaga keuangan syariah selain perbankan syariah.