

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT  
MENABUNG MASYARAKAT DI BMT TRANS MUKTI TAMA  
SYARIAH MASAMBA  
(STUDI PADA PEDAGANG PASAR SENTRAL MASAMBA)**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**ABD HANAN ASRAWI MS**

15 0402 0008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT  
MENABUNG MASYARAKAT DI BMT TRANS MUKTI TAMA  
SYARIAH MASAMBA  
(STUDI PADA PEDAGANG PASAR SENTRAL MASAMBA)**

*Skripsi*

*Diajukan Untuk Memenuhi Kewajiban Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo*



**IAIN PALOPO**

Oleh

**ABD HANAN ASRAWI MS**

15 0402 0008

**Pembimbing**

- 1. Ilham, S.Ag. M. A.**
- 2. Tadjuddin, SE.,M.Si.,Ak., CA.**

**IAIN PALOPO**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2020**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : ABD HANAN ASRAWI

NIM : 15 0402 0008

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 05 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,

ABD HANAN ASRAWI  
NIM 15 0402 0008

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ

أَجْمَعِينَ. (أَمَّا بَعْدُ)

Puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah Swt, karena dengan rahmat dan karunia-Nya saya masih diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bmt Trans Mukti Tama Syariah Masamba (Studi Pada Pedagang Pasar Sentral Masamba)**. Dimana skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Shalawat dan salam atas Nabiullah Muhammad Saw, beserta para sahabat, keluarga serta pengikutnya hingga akhir zaman yang telah berhasil menaburkan mutiara-mutiara hidayah diatas puing-puing kejahilian telah membebaskan umat manusia dari segala kebodohan menuju jalan terang yang diridhai Allah Swt, demi mewujudkan *Rahmatan Lil-Alamin*.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak. Sembah sujud dan ucapan terima kasih penulis persembahkan kepada yang teristimewa kedua orang tuaku tercinta almarhum ayahanda MAYMUN REZA dan ibunda SAEDAH M yang telah berjasa dalam mengasuh dan mendidik serta menyayangi

penulis sejak kecil dengan tulus dan ikhlas, jasa dan pengorbanan serta restu keduanya menjadi sumber kesuksesan penulis. Semoga Allah memberikan pahala yang berlipat ganda dan melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada mereka. Tak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor IAIN Palopo Bapak Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor I Dr. H.Muammar Arafa, M.H. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.E, MM, dan Wakil Rektor III Dr. Muhaimin, M.A, telah memberikan kesempatan kepada penulis menuntut ilmu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Ibu Dr. Hj. Ramlah Makullase, M.M.,Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak Dr. Muh. Ruslan Abdullah S.EI., MA. Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum,Perencanaan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bapak Dr. Takdir, SH., MH, yang telah banyak membantu di dalam menyelesaikan studi selama mengikuti pendidikan di IAIN Palopo
3. Pembimbing I Ilham, S.Ag. M. A. Dan Pembimbing II Tadjuddin, SE.,M.Si.,Ak., CA. yang senantiasa memberikan koreksi, saran dan masukan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Penguji I Dr. Takdir, SH., MH, dan penguji II Hendra Safri, SE., M.M. yang senantiasa memberikan koreksi, saran dan masukan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Para staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa Teman-teman di kampus IAIN Palopo Angkatan 2015
6. Sahabat dan saudara-saudari, Rahmi Awaliyah S.Ak, Lilis Karlina,S.E, Muh Abd Aziz , Rahmat , Vicki Panca Kurnia, Hartono Ahmad, Irzam ,KAMMI Luwu Raya, komunitas kampoeng sehat cendana putih serta teman-teman seperjuangan saya Seluruh PBS C yang tidak sempat saya sebut satu persatu.
7. Teman-teman KKN posko Desa Tara Tallu yang selalu memberikan semangat.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan perbankan syariah dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah Swt. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-Nya Aamiin.

Palopo, 03 Juli 2020

**IAIN PALOPO**

**ABD HANAN ASRAWI**

# PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

## A. TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Đađ	Đ	De dengan titik di bawah

ط	Ta	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Za	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda(’).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Latin	Keterangan
أ	<i>Fathah</i>	A	<i>Ā</i>
إ	<i>Kasrah</i>	I	<i>ī</i>

أ	<i>Ḍammah</i>	U	Ū
---	---------------	---	---

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Nama	Tanda	Huruf Latin	Nama
يَ	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
وُ	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh

كَيْفَ

:*kaifa*

وَهْلًا

:*hauला*

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	nama
أ...أ...يَ	<i>fathah dan alif atau ya</i>	Ā	a dan garis di atas
يِ	<i>kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di atas
وُ	<i>dammah dan wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ

: mata

رَمَى

: rama

قَيْلٌ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

#### 4. *Tā' marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu: *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةَ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

#### 5. *Syaddah (Tasydīd)*

*Syaddah* atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعَمُّ : *nu'ima*

عَدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf *syaddah* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : *'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)*

عَرَبِيٌّ : *'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)*

#### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> ( <i>bukan asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> ( <i>az-zalzalāh</i> )
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

#### 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
سَيِّئٌ	: <i>syai'un</i>
أَمْرٌ	: <i>umirtu</i>

#### 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari al-Qur'ān), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:



Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī ‘ al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan: Zaīd, Nasr Hāmid Abū)

## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

QS	= Al-quran Surah
HR	= Hadis Riwayat
SWT.	= <i>Subhanallah wata'ala</i>
SAW.	= <i>sallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
As	= <i>'alaihi al-salām</i>
QS .../...: 7	= <i>QS al-Hasyr /59: 7</i>

IAIN PALOPO



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUTAN</b> .....	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSYARATAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PRAKATA</b> .....	iv
<b>PEDOMAN TRASLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	xvii
<b>DAFTAR HADIS</b> .....	xviii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xx
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxi
<b>ABSTRAK</b> .....	xxii

<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
	A. Latar Belakang .....	1
	B. Rumusan Masalah .....	6
	C. Tujuan Penelitian .....	6
	D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II</b>	<b>KAJIAN TEORI</b> .....	8
	A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	8
	B. Landasan Teori.....	10
	C. Kerangka Fikir .....	39
	D. Hipotesis Penelitian.....	40
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	41
	A. Jenis Penelitian.....	41
	B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	41
	C. Definisi Operasional Variabel .....	44
	D. Populasi dan Sampel .....	46
	E. Teknik Pengumpulan Data .....	47
	F. Instrument Penelitian .....	47
	G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen .....	48
	H. Teknik analisis Data.....	50
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	62
	A. Hasil Penelitian .....	62
	B. Pembahasah .....	64
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	66
	A. Kesimpulan .....	66
	B. Saran.....	66

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIR

IN PALOPO



## **DAFTAR KUTIPAN AYAT**

Kutipan ayat 1 QS Al-Maidah / 5:2.....	36
Kutipan ayat 2 QS AL-Baqarah / 17:29.....	37



**DAFTAR HADIS**

Hadist Mengenai Investasi ..... 38

**IAIN PALOPO**



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Oprasional.....	45
Tabel 3.2 Skala Likert .....	48
Tabel 3.3 Uji Validitas .....	49
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 3.5 Uji Regresi Sederhana .....	52
Tabel 3.6 Uju Normalitas .....	54
Tabel 3.7 Uji linearitas.....	55
Tabel 3.8 Koefisien Determinasi .....	59
Tabel 3.9 Uji t .....	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	64



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Fikir.....	39
Gambar 3.1 Struktur Organisasi BMT Transmukti Tama Syariah Masamba.....	43
Gambar 3.2. Hasil Uji Dari Heteroskdastitas .....	59



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Item Kuesioner

Lampiran 2 Sampel Data Responden

Lampiran 3 Data Dokumentasi

Lampiran 4 Administrasi Penelitian

Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup



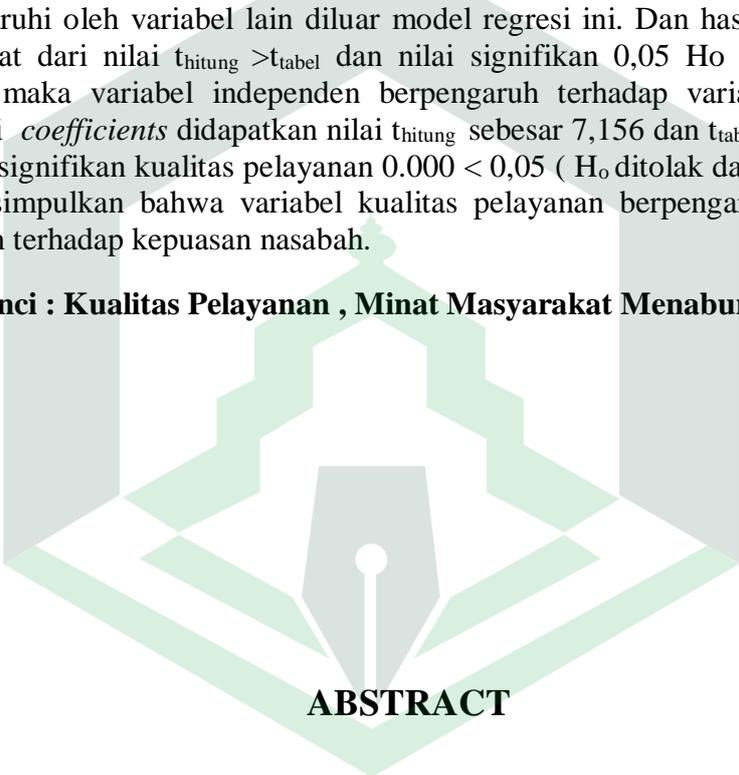
## **ABSTRAK**

**Abd Hanan Asrawi MS, 2020** “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di BMT Transmukti Tama Syariah Masamba studi pada pedagang pasar sentral Masamba”, Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Ilham dan Tadjuddin

Permasalahan dalam penelitian ini adalah , bagaimana peran BMT dalam mengatasi kualitas pelayanan agar pedagang di pasar sentral Masamba tertarik menggunakan jasa BMT Transmukti Tama Syariah Masamba dalam hal menabung. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di BMT Transmukti Tama syariah masamba.”studi pada pedagang pasar sentral masamba”.Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi pedagang di pasar sentral

Masamba sebanyak 285 dan sampel sebanyak 74 pedagang. sumber data yang digunakan data primer, yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik yang digunakan yang digunakan untuk menentukan sampel dengan rumus slovin. Data diolah dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana serta menggunakan SPSS. Hasil penelitian uji koefisien determinasi ( R Square ) jika dilihat dari output model summary, dapat diketahui nilai dari koefisien determinasi ( R Square ) sebesar 0,416 , nilai 0,416 adalah penguadratan dari koefisien korelasi atau R yaitu  $0,645 \times 0,645 = 416$ . Besarnya angka koefisien determinasi ( R Square ) 0,416 atau sama dengan 41,6 % angka tersebut mengandung arti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung sebesar 41,6 % sedangkan sisanya (  $100 \% - 41,6 \% = 58 \%$  ) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini. Dan hasil dari ( Uji-t ) jika dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan 0,05  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil dari *coefficients* didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,156 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,993 dan nilai signifikan kualitas pelayanan  $0.000 < 0,05$  (  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima ). Maka disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan , Minat Masyarakat Menabung**



## ABSTRACT

Abd Hanan Asrawi MS, 2020 "The effect of service quality on people's interest in saving at the BMT Transmukti Tama Masamba study at Masamba central market traders", thesis of the Islamic banking study program at the faculty of economics and business. Supervised by Ilham and Tadjuddin

The problem in this research is, how is the role of BMT in overcoming service quality so that traders in the Masamba central market are interested in using the MasTama Masama BMT Transmukti service in terms of saving.

This research was conducted with the aim of proving the effect of service quality on the interest of people saving in the BMT Masama Syariah Transmukti Tama. "Study on the Masamba Central Market Traders." source of data used primary data, obtained from distributing questionnaires to respondents. The technique used

is used to determine the sample with the Slovin formula. Data were processed and analyzed using simple linear regression and using SPSS.

The results of the determination coefficient test (R Square) when viewed from the output model summary, can be seen the value of the coefficient of determination (R Square) of 0.416, the value of 0.416 is the square of the correlation coefficient or R of  $0.645 \times 0.645 = 0.416$ . The magnitude of the coefficient of determination (R Square) 0.416 or equal to 41.6% this figure implies that the quality of service affects the interest of people saving by 41.6% while the rest ( $100\% - 41.6\% = 58\%$ ) is influenced by other variables outside this regression model. And the results of (t-test) if seen from the value of  $t > t$  table and a significant value of 0.05  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted then the independent variable influences the dependent variable. The results of the coefficients obtained tcount of 7.156 and ttable of 1.993 and a significant value of service quality  $0.000 < 0.05$  ( $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted). It is concluded that the service quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction.

**Keywords: Service Quality, Savings Community Interest**



**IAIN PALOPO**

# BAB I

## PENDHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan dan jasa keuangan, baik konvensional maupun yang berprinsip syariah telah mengalami kemajuan yang pesat sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan kebijaksanaan deregulasi.<sup>1</sup> Hal tersebut tentu saja menyebabkan persaingan yang makin ketat di antara perusahaan-perusahaan perbankan dan juga dengan lembaga jasa keuangan lainnya. Persaingan yang juga semakin ketat terjadi di antara koperasi jasa keuangan syariah BMT.

BMT adalah lembaga keuangan yang berperan sebagai pengembang ekonomi umat dengan pola pemberian pembiayaan sesuai prinsip syariah. BMT yang bersetatus hukum koperasi dan melakukan kegiatan usaha baik berupa menghimpun dana maupun menyalurkannya. Mengacu perpu UU No. 25 Tahun 1992 tentang perkoprasian, PP RI No.9 Tahun 1995 tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi. Keputusan menteri Negara koperasi dan usaha kecil dan menengah Nomor 91/kep/M. Dan pearaturan menteri Negara koperasi dan usaha kecil dan menengah.2/per/M.KIKM/X/2007 tentang pedoman standar oprasional manajemen koperasi jasa keuangan syariah. Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM menyatakan koperasi jasa keuangan syariah (KJKS) dalam bentuk Baitul maal Waa Tanwil (BMT) berkembang sangat

---

<sup>1</sup> Ghozali Maski, "Analisis Keputusan Anggota Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah Malang," *Journal of Indonesian Applied Economics*, ( Vol. 4 No 1 Mei 2010 ), 43.

signifikan. Hal ini tidak lepas dari perkembangan kinerja dari BMT secara nasional di tahun 2015 ini yang telah mencapai aset sebesar Rp 4,7 triliun.<sup>2</sup> BMT juga menjadi alternatif penyedia jasa keuangan syariah ketika masyarakat tidak mampu mengakses keuangan karena keterbatasan dan beberapa prasyarat yang harus dipenuhi dalam sistem perbankan.

Untuk menopang eksistensi BMT dalam melayani kebutuhan dana bagi anggotanya, maka kegiatan penghimpunan dana adalah hal yang utama. Mengingat makin ketatnya persaingan di dunia jasa keuangan, maka BMT harus benar-benar mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan dalam merebut dana masyarakat. Hal itu disebabkan seseorang memiliki berbagai pertimbangan yang berbeda dalam memutuskan pada lembaga mana yang akan dipilih untuk menyimpan dana yang dimilikinya.<sup>3</sup>

Keputusan masyarakat dalam memilih produk dan penyedia jasa keuangan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor yang paling berpengaruh adalah faktor psikologis dan budaya. Faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, proses belajar, dan kepercayaan. Selain itu, faktor eksternal juga sangat berpengaruh, yaitu faktor lingkungan dan faktor bauran pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan penyedia jasa keuangan dalam meraih minat calon anggota.

---

<sup>2</sup> <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/15/03/22/nlmh1b-aset-bmt-indonesia-capai-rp-47-triliun> di akses pada 24 januari 2020

<sup>3</sup> Fitri Maisya, "Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung di PT. Bank Negara Indonesia, Tbk Cabang Bukittinggi," dalam Jurnal Manajemen, ( Vol. 2 Noc1 2013), 2.

Dalam rangka menarik minat masyarakat untuk menabung di BMT dilakukan berbagai upaya. Salah satunya dengan memberikan fasilitas yang menunjang kenyamanan anggota dalam menabung dan melakukan transaksi dengan BMT. Fasilitas tersebut dapat berupa ruang transaksi yang bersih dan nyaman, adanya unit kantor-kantor cabang yang mudah dijangkau, perangkat peralatan modern seperti mesin antrian, komputer, dan sarana-sarana fisik lain yang memudahkan anggota. Tersedianya fasilitas-fasilitas yang menunjang kelancaran dalam transaksi, tentu akan menjadikan anggota puas dan akan terus menggunakan jasa BMT tersebut. Oleh karena itu, tersedianya fasilitas yang memudahkan anggota akan dapat mempengaruhi anggota dalam memilih BMT sebagai tempat menabung.<sup>4</sup>

Sebagai salah satu lembaga keuangan, BMT perlu menjaga kinerjanya agar dapat beroperasi secara optimal berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah, karena bisnis jasa keuangan merupakan bisnis jasa yang didasarkan pada azas kepercayaan. Bagi suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang penuh dengan ketidak pastian, kepercayaan yang diberikan anggota dan calon anggota atas produknya merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menarik minat calon anggota serta menjaga hubungan jangka panjang antara anggota dengan perusahaan.<sup>5</sup> Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki

---

<sup>4</sup> Aisya Wardani, "Pengaruh Kepercayaan, Pelayanan, dan Fasilitas Bank Terhadap Perilaku Menabung (Studi pada Anggota Bank Purworejo)," dalam *Jurnal Manajemen & Bisnis*, (Vol. 9 No1 2013 ), 2.

<sup>5</sup> Ahmad Roziq dan Rinanda Fitri D, "Variabel Penentu dalam Keputusan Memilih Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember," dalam *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, Vol. XII No 1 April 2013

seseorang terhadap sesuatu.<sup>6</sup> Semakin kuat kepercayaan masyarakat terhadap BMT, semakin besar pula minat dan keputusan masyarakat untuk menitipkan dananya di BMT.

Faktor-faktor lain yang membuat masyarakat tertarik dengan BMT ialah kualitas pelayanan yang memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan/hubungan yang kuat dengan lembaga keuangan. Dalam jangka panjang, memungkinkan lembaga keuangan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, BMT dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan.

Parasuraman mengemukakan bahwa, kualitas merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik, sedang Goetch mengemukakan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sejak tahun 1980-an, kualitas jasa atau pelayanan telah diketahui memiliki pengaruh terhadap profitabilitas dan dipandang sebagai sisi penting dari persaingan. Dengan kualitas pelayanan yang baik perusahaan dapat meraih profitabilitas melalui mekanisme menghasilkan penjualan berulang, umpan balik dari mulut ke mulut yang positif, dan kesetiaan pelanggan. Kualitas layanan

---

<sup>6</sup> Nugroho J. Setiadi, S.E.,M.M, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2003), 14.

dapat disimpulkan sebagai suatu manfaat yang dapat dirasakan oleh konsumen dan sifatnya tidak berwujud.<sup>7</sup>

Berawal dari kualitas pelayanan maka akan berimbas pada minat masyarakat untuk menabung di suatu lembaga keuangan, minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli dan merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan penelitian. Minat menabung seseorang merupakan bagian dari motivasi seseorang, motivasi menabung menurut Schiffman dan Kanuk dalam prasetijo dan J.O.I Ihalauw, adalah dorongan dari dalam individu yang menyebabkan dia bertindak.<sup>8</sup>

Penelitian-penelitian terdahulu pernah membuktikan bahwa faktor-faktor tersebut di atas memiliki pengaruh besar dalam pengambilan keputusan untuk menabung. Penelitian yang dilakukan Aisya Wardani berjudul Pengaruh Kepercayaan, Pelayanan, dan Fasilitas Bank Terhadap Perilaku Menabung (Studi pada Anggota Bank Purworejo) menghasilkan kesimpulan bahwa kepercayaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap perilaku menabung dengan taraf signifikansi *Pvalue* 0.001. Pelayanan secara signifikan juga berpengaruh positif

---

<sup>7</sup>Monica Maria, “*pengaruh kualitas produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake*”, dalam Jurnal Manajemen Teori dan Terapan ( Vol 6 No 1 april 2013), 2.

<sup>8</sup> Asih Fitri Cahyani, “*Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah*”, dalam Jurnal Diponegoro journal of social and Politik Tahun 2013, 3.

terhadap perilaku menabung, demikian juga variable fasilitas bank secara signifikan berpengaruh positif terhadap perilaku menabung.<sup>9</sup>

Oleh sebab itu BMT harus mampu membuatkan suatu kebijakan yang mana kebijakan-kebijakan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat khususnya para pengusaha kecil dan menengah. BMT yang dalam kegiatannya membantu masyarakat untuk menabung dengan skala kecil dan mudah dalam bertransaksi di lokasi tempat BMT beroperasi, seperti halnya BMT Trans Mukti Tama ( TMT ) Syariah Masamba ini yang berada di daerah masyarakat desa dan para petani, yang dimana masyarakat yang sibuk dengan aktifitasnya masing-masing, selain fasilitas menabung BMT Trans Mukti Tama syariah ini juga memfasilitasi masyarakat yang ingin melakukan pinjaman dana di BMT tersebut, maka saya tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung di BMT Trans Mukti Tama Syariah Masamba ( studi kasus pedagang di pasar sentral masamba )”**

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di BMT trans mukti tama syariah Masamba.

---

<sup>9</sup> Aisya Wardani, ” *Pengaruh Kepercayaan, Pelayanan, dan Fasilitas Bank Terhadap Perilaku Menabung (Studi pada Anggota Bank Purworejo)*”, dalam Jurnal Manajemen & Bisnis, ( Vol. 9 No 1 tahun 2013 )

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di BMT trans mukti tama syariah.

### **D. Manfaat Peneliti**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

#### **1. Manfaat teoritis.**

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian-penelitian yang dilakukan selanjutnya. Dapat menjadi bahan pengetahuan tambahan khususnya dalam bidang lembaga keuangan syariah.

#### **2. Manfaat praktis.**

Hasil penelitian ini mampu digunakan sebagai petunjuk dalam penerapan dilapangan tentang pengembangan kualitas pelayanan dan keputusan masyarakat untuk menabung.

**IAIN PALOPO**

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kajian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu ialah hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya apakah terjadi adanya perubahan atau pembaharuan mengenai masalah yang dibahas atau tidak. Penelitian terdahulu digunakan untuk menunjang adanya perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian selanjutnya. Penelitian terdahulu yang dijadikan referensi pada penelitian ini yaitu :

1. Rudy Haryanto, Hotman Panjaitan, Ujianto.<sup>10</sup> dalam jurnal dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Nilai Nasabah Terhadap Citra Perbankan Serta Implikasinya Pada Keputusan Nasabah Menabung Dengan Karakteristik Nasabah Sebagai Variabel Moderating Pada Perbankan Syariah Di Madura”. Hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa (1) kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap citra perbankan syariah, (2) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap citra perbankan syariah, hal ini menunjukkan bahwa dengan kualitas pelayanan dengan baik, akan menaikkan citra perbankan syariah, (3) kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan

---

<sup>10</sup> Rudy Haryanto, Hotman Panjaitan, Ujianto, ” *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Nilai Nasabah Terhadap Citra Perbankan Serta Implikasinya Pada Keputusan Nasabah Menabung Dengan Karakteristik Nasabah Sebagai Variabel Moderating Pada Perbankan Syariah Di Madura*”, dalam jurnal Doktor Ekonomi ( Vol. 1 No 1 Tahun 2016), 77-98.

menabung nasabah, hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya kualitas produk yang baik, akan menaikkan keputusan nasabah untuk menabung di perbankan syariah. Persamaan penelitian ini yaitu keduanya meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung. Sedangkan perbedaannya yaitu Rudy Haryanto, Hotman Panjaitan, Ujianto meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara (*interview guide*) sedangkan peneliti menggunakan angket.

2. Tri Astuti, Rr Indah Mustikawati,<sup>11</sup> dalam jurnal “Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah”. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Persamaan penelitian dengan peneliti yaitu keduanya meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung. Sedangkan perbedaannya yaitu objek dan lokasi penelitian.

3. Sayed Mahdi, Irham Fahmi, Rudy Fachruddin,<sup>12</sup> dalam jurnal “Analisis pendekatan model logistik pada keputusan nasabah menabung di bank mandiri syariah Banda Aceh”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik bank, layanan dan kepercayaan, kepatuhan syariah dan objek fisik bank bersama-sama mempengaruhi nasabah untuk menabung di bank mandiri

---

<sup>11</sup> Tri Astuti, Rr Indah Mustikawati, “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah”, dalam jurnal Nominal Vol. 2 No1 Tahun 2013

<sup>12</sup> Sayed Mahdi, Irham Fahmi, Rudy Fachruddin, “Analisis Pendekatan Model Logistik Pada Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Mandiri Syariah Banda Aceh” dalam Jurnal Forum Keuangan Dan Bisnis Indonesia ( Vol. 6 Tahun 2017), 265-280.

syariah selain itu kepatuhan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank mandiri syariah banda aceh, namun objek fisik bank ini tidak mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah mandiri banda aceh. Persamaan penelitian ini dengan penelitian selanjutnya yaitu sama-sama ingin mencari tau seberapa besar minat nasabah untuk menabung di lembaga keuangan syariah. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan analisis pendekatan model logistik sedangkan peneliti menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan populasi dan sampel tertentu.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)**

#### **a. Pengertian**

Baitul Mal berasal dari bahasa Arab bait yang berarti rumah, dan Al-mal yang berarti harta. Jadi secara etimologis (ma'na lughawi) Baitul Mal berarti rumah untuk mengumpulkan atau menyimpan harta.<sup>13</sup> Adapun secara terminologis Baitul mal wattamwil adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada sistem ekonomi yang salaam: keselamatan (berintikan keadilan), kedamaian, dan kesejahteraan.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2007), 6.

<sup>14</sup> Rifqi muhammad, *Akuntansi Keuangan Syariah*, (Jakarta, P3EI press, 2008), 15.

BMT (Baitul Maal wat Tamwil) atau padanan kata Balai-usaha Mandiri Terpadu adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin. Kegiatan Baituttamwil adalah mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang kegiatan ekonominya.

Kegiatan Baitul Mal adalah menerima titipan BAZIS dari dana zakat, infaq dan sadaqah dan menjalankannya sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Dari segi kata Baitul Maal mempunyai arti yang sama, yang artinya rumah harta. Akan tetapi keduanya dibedakan atas dasar operasionalnya. Terutama dari segi sumber dana dan pengguna dana.

Baitul Maal sebenarnya sudah ada sejak masa Nabi Muhammad SAW. Rasulullah merupakan kepala negara yang pertama memperkenalkan konsep baru di bidang keuangan negara di abad ke tujuh, semua hasil perhimpunan kekayaan negara harus dikumpulkan terlebih dahulu dan kemudian dikeluarkan sesuai dengan kebutuhan negara. Tempat inilah yang disebut bait al-maal, yang pada masa Rasulullah SAW sumber pemasukan bait al-maal adalah:<sup>15</sup>

- 1) Kharaj, yaitu pajak tanah.
- 2) Zakat yang dikumpulkan dalam bentuk uang tunai, hasil peternakan dan
- 3) Khums, yaitu pajak proporsional sebesar 20%

---

<sup>15</sup> Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pustaka Asatruss, 2005),16.

- 4) Jizyah, yaitu pajak yang dibebankan kepada orang-orang non-muslim sebagai pengganti layanan sosial ekonomi dan jaminan perlindungan keamanan dari negara Islam. Penerimaan lainnya seperti kaffarah dan harta waris dari orang yang tidak memiliki ahli waris.

Setelah Rasulullah wafat, Abu Bakar sebagai penggantinya. Setelah itu dilanjutkan dengan Umar ra. Dalam masa Umar ra yang disebut baitul maal adalah tempat mengumpulkan harta milik semua umat Islam, yang memungkinkan dibawa, dipindahkan atau dijaga. Baitul maal sebagai lembaga keuangan yang bertugas untuk menerima, menyimpan dan mendistribusikan uang negara sesuai dengan aturan syariat Islam.<sup>16</sup>

#### **b. Tujuan**

Tujuan BMT lengkapnya adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan prinsip syariah . lengkapnya adalah sebagai berikut:<sup>17</sup>

1. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong dan mengembangkan potensi ekonomi anggota, kelompok anggota muamalat dan daerah kerjanya.
2. Meningkatkan kualitas SDM anggota menjadi lebih profesional dan islami sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global.

---

<sup>16</sup>Jaribah bin Ahmad Al-Haristi, *Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, (Jakarta: Khalifa, 2006), 644.

<sup>17</sup> Muhammad. *Lembaga Ekonomi Syariah*, ( Graha ilmu : Yogyakarta, 2007 ), 59.

3. Menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota. Setelah itu BMT dapat melakukan penggalangan dan mobilisasi atas potensi tersebut sehingga mampu melahirkan nilai tambah kepada anggota dan masyarakat sekitar.

4. Menjadi perantara keuangan antara aghniya sebagai shohibul maal dengan dhu'afa sebagai mudharib, terutama untuk dana-dana sosial seperti zakat, infaq, shadaqah, wakaf, hibah dan lain-lain. BMT dalam fungsi ini bertindak sebagai amil yang bertugas untuk menerima dana zakat, infaq, shadaqah, dan dana sosial lainnya dan untuk selanjutnya akan disalurkan kembali kepada golongan-golongan yang membutuhkannya.

Menjadi perantara keuangan, antara pemilik dana, baik sebagai pemodal maupun penyimpan dengan pengguna dana untuk pengembangan usaha produktif. Peran ini menegaskan arti penting prinsi-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat, sebagai Lembaga Keuangan Syariah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil yang serba cukup ilmu pengetahuan ataupun materi maka BMT mempunyai tugas penting dalam pengemban misi ke-Islaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Oleh karena itu BMT diharapkan mampu berperan lebih aktif dalam memperbaiki kondisi ini.

Dengan keadaan tersebut keberadaan BMT setidaknya mempunyai beberapa fungsi :<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Muhammad. "*Lembaga Ekonomi Syariah*", ( Graha ilmu:Yogyakarta, 2007 ) , 62.

- a) Menjauhkan masyarakat dari praktek ekonomi non-syariah.

Aktif melakukan sosialisasi di tengah masyarakat tentang arti penting system ekonomi Islami. Hal ini bisa dilakukan dengan pelatihan-pelatihan mengenai cara-cara bertransaksi yang Islami, misalnya supaya ada bukti dalam transaksi, dilarang curang dalam menimbang barang, jujur terhadap konsumen dan sebagainya.

- b) Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil.

c) BMT harus bersikap aktif menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan jalan pendampingan, pembinaan, penyuluhan, dan pengawasan terhadap usaha-usaha nasabah atau masyarakat umum.

- d) Melepaskan ketergantungan pada rentenir.

e) Masyarakat yang masih tergantung rentenir disebabkan rentenir mampu memenuhi keinginan masyarakat dalam memenuhi dana dengan segera. Maka BMT harus mampu melayani masyarakat lebih baik, misalnya selalu tersedia dana setiap saat, birokrasi yang sederhana dan lain sebagainya.

f) Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata.

g) Fungsi BMT langsung berhadapan dengan masyarakat yang kompleks dituntut harus pandai bersikap, oleh karena itu langkah-langkah untuk melakukan evaluasi dalam rangka pemetaan skala prioritas yang harus diperhatikan, misalnya masalah dalam pembiayaan, BMT harus memperhatikan kelayakan nasabah dalam hal golongan nasabah dan jenis pembiayaan.

### c. **Badan Hukum**

Pada awal perkembangannya, BMT memang tidak memiliki badan hukum resmi. BMT berkembang sebagai lembaga swadaya masyarakat atau kelompok simpan pinjam. Namun mengantisipasi perkembangan ke depan, status hukum menjadi kebutuhan yang mendesak.

Pengguna badan hukum kelompok swadaya masyarakat atau koperasi untuk BMT itu disebabkan karena BMT tidak termasuk kepada lembaga formal yang dijelaskan UU No. 7 tahun 1992 dan UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan yang dapat dioperasikan untuk menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Menurut undang-undang pihak yang berhimpun dan menyalurkan dana masyarakat adalah Bank umum dan BPR, baik dioperasikan dengan cara konvensional maupun prinsip bagi hasil.<sup>19</sup> Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, yang memungkinkan penerapan sistem operasi bagi hasil adalah perbankan dan koperasi. Saat ini oleh pembina-pembina BMT yang ada, BMT diarahkan untuk berbadan hukum koperasi mengingat BMT berkembang dari kelompok swadaya masyarakat.

Selain itu dengan terbentuk koperasi, BMT berkembang ke berbagai sektor usaha seperti keuangan dan sektor riil. Bentuk ini juga diharapkan dapat

---

<sup>19</sup> Ahmad Sukamatjaya, "*Baitul Maal Wat Tamwil*", 28 Desember 2009, (Jakarta: Yayasan Al- Amin Dharma Mulia), 5.

memenuhi tujuan memberdayakan ekonomi luas, sehingga kepemilikan kolektif BMT sebagaimana konsep koperasi akan lebih mengenai sasaran.<sup>20</sup>

BMT dapat didirikan dan dikembangkan dengan suatu proses legalitas hukum yang bertahap, pertama dapat dimulai sebagai KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat) atau LKM (Lembaga Kecil Menengah) dan jika telah mencapai modal dasar yang telah ditentukan barulah segera menyiapkan diri ke dalam badan hukum koperasi, KSM/LKM dengan mendapat sertifikat dari PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil).

Jika mencapai keadaan dimana para anggota dan pengurus telah siap, maka BMT dapat dikembangkan menjadi badan hukum koperasi. BMT yang telah memiliki kekayaan Rp. 75.000.000 atau lebih diminta atau diharuskan untuk mempersiapkan proses administrasi untuk menjadi koperasi yang sehat dan baik dilihat dari segi pengelolaan koperasi. Dianalisa dari ibadah yang harus di pertanggungjawabkan kinerjanya tidak saja pada anggota dan masyarakat, tetapi juga kepada Allah SWT, karena seharusnya BMT berbadan hukum koperasi ini dikelola secara Syariah Islam yang sarat dengan nilai-nilai etika dan Islam.

Badan hukum BMT yang sesuai dengan kondisi peraturan yang berlaku adalah koperasi syariah, yaitu sebagai salah satu unit usaha yang dikelola koperasi. Secara organisatoris BMT dibawah badan hukum koperasi.

---

<sup>20</sup> Ahmad Sukamatjaya, "*Baitul Maal Wat Tamwil*", 28 Desember 2009, (Jakarta: Yayasan Al- Amin Dharma Mulia), 8.

Dalam hal ini pengelola BMT bertanggung jawab kepada pengurus koperasi. Sedangkan pengurus koperasi bertanggung jawab kepada rapat anggota tahunan.<sup>21</sup>

Adapun lebih singkatnya sebagai berikut :

1. BMT dapat didirikan dalam bentuk KSM atau Koperasi :

KSM adalah Kelompok Swadaya Masyarakat dengan mendapat Surat Keterangan dari PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil)

2. Koperasi serba usaha atau koperasi syariah
3. Koperasi simpan pinjam syariah (KSP-S)
4. BMT berazaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945 serta berlandaskan syariah Islam, keimanan, keterpaduan (kaffah, kekeluargaan atau koperasi, kebersamaan, kemandirian, dan profesionalisme .

Secara Hukum BMT berpayung pada koperasi tetapi sistim operasionalnya tidak jauh berbeda dengan Bank Syariah sehingga produk-produk yang berkembang dalam BMT seperti apa yang ada di Bank Syariah. Oleh karena berbadan hukum koperasi, maka BMT harus tunduk pada Undang-undang Nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian dan PP Nomor 9 tahun 1995 tentang pelaksanaan usaha simpan pinjam oleh koperasi. Juga dipertegas oleh KEP.MEN Nomor 91 tahun 2004 tentang Koperasi Jasa keuangan syariah.

---

<sup>21</sup> Ahmad Sukamatjaya, "Baitul Maal Wat Tamwil", (Jakarta: Yayasan Al- Amin Dharma Mulia, 2009 ), 10.

#### d. Perkembangan BMT di Indonesia

Perkembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) selama sepuluh tahun ini tercatat paling menonjol dalam dinamika keuangan syariah di Indonesia. Berbagai LKMS tersebut lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan sebutan *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT). Masing-masing BMT biasa memiliki nama, yang diperlihatkan pada papan nama dan identitas lainnya. Ada LKMS yang menyebut diri sebagai Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS), dan yang secara lengkap menyatakan diri sebagai KJKS BMT dengan nama tertentu.

BMT pada umumnya memiliki dua latar belakang pendirian dan kegiatan yang hampir sama kuatnya, yakni sebagai lembaga keuangan mikro dan sebagai lembaga keuangan syariah. Identifikasi yang demikian sudah tampak pada beberapa BMT perintis, yang beroperasi pada akhir tahun 1980-an sampai dengan pertengahan tahun 1990-an. Mereka memang belum diketahui secara luas oleh masyarakat, serta masih melayani kelompok masyarakat yang relatif homogen dengan cakupan geografis yang amat terbatas. Perkembangan pesat dimulai sejak tahun 1995, dan beroleh “momentum” tambahan akibat krisis ekonomi 1997/1998.<sup>22</sup>

Konversi sistem operasi perbankan dari konvensional ke sistem syariah yang dimungkinkan UU No. 10 Tahun 1998, pertama kali dimanfaatkan oleh Bank Susila Bhakti (BSB), kemudian Bank Syariah Mandiri (BSM), dan diikuti berdirinya Bank Jabar Syariah. Bank BRI rupanya tidak mau ketinggalan oleh

---

<sup>22</sup>Poskopsyah, “Perkembangan Bmt Dari Tahun Ketahun” 22 Februari 2016 <http://www.puskopsyahlampung.com/2013/05/perkembangan-bmt-dari-tahun-ke-tahun.html>

bank BUMN lainya untuk membentuk perbankan syariah. Berdasarkan perizinan dari Bank Indonesia, pada 10 Januari 2003 membentuk perbankan syariah dengan nama Bank Rakyat Indonesia Syariah Bandung (BRI Syariah). Selain sejumlah Bank syariah tersebut, lembaga keuangan lainnya yakni BPR Syariah (BPRS) di daerah-daerah ikut berperan dalam menegakan sistem perekonomian syariah, misalnya BPRS Al-Ikhsan. Satu lagi bank BUMN yang memiliki perbankan syariah adalah Bank BNI. Sesuai dengan UU No. 10 tahun 1998 yang memungkinkan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah, bank BNI membuka layanan perbankan yang sesuai prinsip syariah dengan konsep dual system banking.<sup>23</sup>

Perbankan syariah dapat dikategorikan sebagai jenis industri baru yang mempunyai daya tarik cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya peminat untuk menabung. Dalam cetak biru BI, diproyeksikan bahwa jumlah asset, data yang dikelola, dan pembiayaan tumbuh rata-rata sebesar 74,79%, 68,71% dan 71,71% sejak tahun 1998 hingga 2001. Meskipun perkembangan perbankan syariah cukup pesat belum semua bank syariah dapat menampung sekaligus meningkatkan mobilisasi dana masyarakat muslim secara kuantitatif, sehingga sangat dibutuhkan pengembangan dan pendirian bank-bank syariah baru. Pembukaan kantor-kantor cabang bank syariah dimaksudkan untuk menggerakkan sector riil dan menampung dana mandek (idle fund) masyarakat.

---

<sup>23</sup> <http://www.bnisyariah.tripod.com/profil.html> diakses pada 22 Februari 2016

Perkembangan perbankan syariah telah memberikan kontribusi yang cukup signifikan bagi perekonomian Indonesia. Tapi kenyataannya, tersedianya Bank syariah belum memenuhi atau belum dapat menjawab kebutuhan pasar. Oleh karena itu, perlu adanya lembaga keuangan mikro syariah yang memberikan peminjaman dalam lingkup kecil yang salah satunya adalah BMT (Baitul Maal Wat Tamwil) yang sekarang telah berkembang pesat dilihat dari hasil seminar lembaga keuangan mikro syariah bahwa asset baitul maal wat tamwil (BMT) se Indonesia diperkirakan sekitar Rp. 1,5 triliun. Asset tersebut dikelola sekitar 3.307 unit BMT dengan nilai dan beragam tingkat pertumbuhan.<sup>24</sup>

Meskipun assetnya masih kecil dibandingkan dengan asset bank syariah, BMT sangat berperan dalam meningkatkan kehidupan umat, kata ketua Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK), M. Amin Aziz. Sebagai perbandingan asset bank syariah mencapai Rp. 18,8 triliun per September 2005, apabila jika dibanding asset perbankan nasional yang sekitar Rp. 1.100 triliun. Jika sebuah BMT memiliki nasabah sekitar 100 orang, maka total nasabah BMT diseluruh Indonesia sekitar 3 juta orang. Padahal BMT yang memiliki nasabah 100 orang hanyalah BMT dengan asset dibawah Rp. 100 juta. Untuk yang assetnya lebih dari itu, jumlah nasabahnya bisa 2 kali lipat. Menurut Amin Aziz BMT potensial untuk membantu masyarakat ekonomi bawah karena selain berada di daerah pembiayaan yang diberikan pun nilainya kecil mulai Rp. 250 ribu-Rp. 5 juta. Dari 3 ribu-an BMT, baru 10 unit BMT yang menembus asset Rp.15 milyar. Diperkirakan BMT

---

<sup>24</sup>Poskopsyah, "Perkembangan Bmt Dari Tahun Ketahun" 22 Februari 2016 <http://www.puskopsyahlampung.com/2013/05/perkembangan-bmt-dari-tahun-ke-tahun.html>

yang beraset Rp.5-15 milyar berjumlah 150 dan 300 BMT memiliki aset dibawah Rp. 1 milyar. BMT punya kontribusi besar dalam perekonomian nasional, karena segmen yang dibiayai adalah kelompok mikro dan kecil yang di Indonesia mencakup 98%. Pemerintah dan lembaga internasional mengakui peran lembaga keuangan mikro dalam mengentaskan kemiskinan melalui penganan tahun keuangan mikro. Dengan adanya kenaikan BBM per Oktober 2005, penduduk miskin di Indonesia bertambah jadi 25 juta dari 17 juta sebelumnya. Sementara usaha mikro berjumlah 40 juta unit.<sup>25</sup>

Lembaga keuangan mikro termasuk mikro syariah berperan menjembatani kelompok miskin dan usaha mikro. Mereka kelompok miskin , selama ini tidak terjangkau oleh dana perbankan sekitar Rp. 30 triliun dana yang diserap dari pedesaan, hanya Rp. 15 triliun yang kembali kepada masyarakat. Meski terdepan untuk urusan pengentasan kemiskinan pengembangan BMT mengalami kendala, selain masalah teknis operasional, kualifikasi SDM, masalah paling mendasar adalah status kelembagaan BMT. Walaupun sebagian besar BMT berbadan hukum koperasi, fakta di lapangan menunjukkan ada keluhan dari beberapa pihak bahwa BMT tidak melaksanakan secara total peraturan dan perundang-undangan perkoperasian. Dari perkembangan BMT dan permasalahan teknis operasional dan SDM dapat diselesaikan dengan pertukaran pengalaman

---

<sup>25</sup><http://pinbukindonesia.com/?module=konten&idk=SzE0MDYwMDE=> diakses pada 20 Februari 2016

dengan adanya sebuah induk koperasi syariah bisa mengembangkan BMT koordinator untuk menata jaringan kerja di daerah.<sup>26</sup>

Baitul Maal Wattamwil selanjutnya disingkat BMT adalah salah satu lembaga keuangan mikro yang ada di Indonesia selain koperasi dan lembaga keuangan mikro lainnya. Awal mula munculnya BMT di Indonesia adalah pada bulan Juni 1992 di Jakarta, oleh prakarsa beberapa orang mendirikan lembaga keuangan tanpa bunga dengan nama BMT.

Lembaga keuangan non perbankan ini mengenalkan konsep bagi hasil dalam bentuk akad mudharabah dan konsep jual beli yakni murabahah serta akad kerjasama bisnis dengan musyarakah. Oleh karenanya, kedudukan BMT sangat strategis, apalagi pangsa pasar di bidang permodalan usaha masih di dominasi oleh UKM yang jumlahnya jutaan dibandingkan jumlah usaha-usaha besar. Keberadaan BMT sebagai salah satu lembaga keuangan syariah mengalami dinamika yang bagus seiring dengan dinamika dan perkembangan lembaga ekonomi dan keuangan Islam lainnya di tanah air. Munculnya lembaga keuangan mikro seperti BMT merupakan salah satu multiplier effect dari pertumbuhan dan perkembangan lembaga ekonomi dan keuangan bank syariah. Lembaga ekonomi mikro ini lebih dekat dengan kalangan masyarakat bawah. BMT adalah lembaga keuangan terpadu yang isinya berintikan bayt al-mal wa al-tamwil dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dengan antara lain

---

<sup>26</sup>Iman Hilman, *Perbankan Syariah Masa Depan*, (Jakarta: Senayan Abadi Publising , 2003), 38-40.

mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu BMT juga bisa menerima titipan zakat, infaq, shadaqah serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan syariah dan amanahnya.

Berdasarkan pemahaman di atas, maka BMT adalah suatu lembaga yang di dalamnya mencakup dua jenis kegiatan sekaligus yaitu, kegiatan mengumpulkan zakat, infaq dan shodaqoh serta lainnya yang dibagikan / disalurkan kepada yang berhak dalam rangka mengatasi kemiskinan dan dari kegiatan produktif dalam rangka nilai tambah baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang bersumber daya manusia.<sup>27</sup>

Secara legal formal BMT sebagai lembaga keuangan mikro berbentuk badan hukum koperasi. Sistem operasional BMT mengadaptasi sistem perbankan syariah yang menganut sistem bagi hasil. Baitul maal dalam bahasa Indonesia artinya rumah harta. Sebagai rumah harta, lembaga ini dapat mengelola dana yang berasal dari zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Di sinilah sebenarnya letak keunggulan dari BMT dalam hubungannya dengan pemberian pinjaman kepada pihak yang tidak memiliki persyaratan/jaminan yang cukup. Maka operasional BMT di bawah ketentuan UU. No. 20 thn 2008, UU. No. 21 thn 2008, dan UU. No. 38 thn 1999. Setidaknya pemerintah Indonesia sudah sedikit membantu dengan membuat regulasi tentang perbankan syariah, UKM, dan pengelolaan zakat.

---

<sup>27</sup> Iman Hilman, *Perbankan Syariah Masa Depan*, (Jakarta: Senayan Abadi Publising , 2003), 38.

Dalam operasionalnya BMT memiliki fungsi ganda, fungsi sosial sebagai Baitul Maal (rumah harta) dan fungsi usaha sebagai Baitut Tamwil (rumah pembiayaan). Fungsi BMT sebagai Baitul Maal diwujudkan dengan semacam jaminan/proteksi sosial melalui pengelolaan dana baitul maal berupa dana ZIS ataupun berupa insentif sosial, yakni rasa kebersamaan melalui ikatan kelompok simpan pinjam ataupun kelompok yang berorientasi sosial. Proteksi sosial ini menjamin distribusi rasa kesejahteraan dari masyarakat yang tidak punya kepada masyarakat yang punya. Dengan demikian, terjadi komunikasi antara dua kelas yang berbeda yang akan memberikan dampak positif kepada kehidupan sosial ekonomi komunitas masyarakat sekitar.<sup>28</sup>

Sedangkan fungsi sebagai Baitul Tamwil diwujudkan dengan transaksi-transaksi keuangan yang memiliki konsep pinjaman kebijakan (qardhul hasan) yang diambil dari dana ZIS atau dana sosial. Dengan adanya model pinjaman ini, BMT tidak memiliki resiko kerugian dari kredit macet yang mungkin saja terjadi. Dalam konsep baitul tamwil, pembiayaan dilakukan dengan konsep syariah (bagi hasil). Konsep bagi hasil untuk sebagian besar rakyat Indonesia merupakan konsep yang telah sering dipraktikkan dan sudah menjadi bagian dari proses pertukaran aktivitas ekonomi, terutama di pedesaan. Contohnya, bagi hasil antara pemilik sawah dan penggarap sawah.

---

<sup>28</sup>Muchlisin Riadi, "*Baitul Maal Wat Tamwil*", 16 februari 2014., <http://www.kajianpustaka.com/2014/02/baitul-maal-wat-tamwil-bmt.html>

Kelebihan konsep bagi hasil adalah menyebabkan kedua belah pihak, pengelola BMT dan peminjam saling melakukan kontrol. Di sisi lain pengelola dituntut untuk menghasilkan untung bagi penabung dan pemodal. Produk yang dikeluarkan oleh BMT meliputi produk pembiayaan (mudhorobah, musyarakah), jual beli barang (BBA, murabahah, bai assalam), ijarah (leasing, bai takjiri, musyarakah mutanaqisah), serta pembiayaan untuk sosial (qordhul hasan). Produk tabungan meliputi tabungan mudharabah dan ZIS.

#### e. **Produk-Produk BMT**

Karakteristik BMT adalah sebagai lembaga keuangan yang kegiatannya bersifat nirlaba (sosial), di mana sumber dana berasal dari zakat, infak dan *shodaqoh*, kemudian sumber tersebut disalurkan kepada yang berhak (*mustahiq*) atau untuk kemaslahatan masyarakat. BMT dapat diartikan juga dengan lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menghimpun dan menyalurkan dana pada masyarakat yang bersifat *profit motive*. Penghimpunan dana diperoleh melalui simpanan dari pihak ketiga dan penyalurannya dilakukan dalam bentuk pembiayaan atau infestasi, yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah.<sup>29</sup>

Jenis-jenis usaha BMT sebenarnya dimodifikasi dari produk perbankan syariah. Oleh karena itu, usaha BMT dapat dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu memobilisasi simpanan dari anggota dan usahapembiayaan.<sup>30</sup>

<sup>29</sup> Muchlisin Riadi, "Baitul Maal Wat Tamwil", 16 februari 2014. <http://www.kajianpustaka.com/2014/02/baitul-maal-wat-tamwil-bmt.html>

<sup>30</sup> A. Djazuli dan Yadi Januari, *Lembaga-lebaga Keuangan Perekonomian Ummat ( Sebuah Pengenalan )*, cet ke 1,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada , 2002), 191.

Secara umum produk BMT dalam rangka melaksanakan fungsinya tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat, yakni:

1. Produk penghimpunan dana (*funding*).

Pengertian penghimpunan dana adalah suatu kegiatan usaha yang dilakukan bank untuk mencari dana kepada pihak deposan yang nantinya akan disalurkan kepada pihak kreditur dalam rangka menjalankan fungsinya sebagai intermediasi antara pihak deposan dengan pihak kreditur. Bank sebagai suatu lembaga keuangan yang salah satu fungsinya adalah menghimpun dana masyarakat harus memiliki suatu sumber penghimpunan dana sebelum disalurkan ke masyarakat kembali. Dalam bank syariah, sumber dana berasal dari modal inti (*core capital*) dan dana pihak ketiga, yang terdiri dari dana titipan (*wadi'ah*) dan kuasi ekuitas (*mudharabah account*).<sup>31</sup>

2. Produk penyaluran dana (*lending*)

Produk penyaluran dana berarti melemparkan kembali dana yang telah dihimpun melalui simpanan giro, tabungan dan deposito kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman (kredit). Tinggi rendahnya tingkat bunga pinjaman tergantung oleh tinggi rendahnya tingkat bunga simpanan. Semakin tinggi tingkat bunga simpanan, maka semakin tinggi pula tingkat bunga pinjaman dan sebaliknya. Penyaluran dana dengan tujuan untuk memperoleh penerimaan akan dapat dilakukan apabila dana telah dihimpun. Penghimpunan dana dari

---

<sup>31</sup> Amir Mahmud dan Rukmana, *BANK SYARIAH Teori Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), 26.

masyarakat perlu dilakukan dengan cara-cara tertentu sehingga efisien dan dapat disesuaikan dengan rencana penggunaan dana tersebut.

### 3. Produk jasa

Jasa menurut Philip Kotler adalah “setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya jasa tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.<sup>32</sup>

### 4. Produk *tabarru'*

Produk *tabarru'* merupakan perjanjian atau kontrak yang tidak mencari keuntungan materil. Akad ini bertujuan untuk tolong menolong dan pada hakikatnya bukan transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersil (*tabarru'*=*bir dalam bahasa arab berarti kebaikan*). Akan tetapi dalam transaksi ini diperbolehkan untuk memungut biaya transaksi yang akan habis digunakan dalam transaksi *tabarru'* tersebut. Maksudnya, pihak yang berbuat kebaikan tersebut boleh meminta kepada *counter partnya* untuk sekedar menutupi biaya yang dikeluarkannya untuk dapat melakukan akad *tabarru'* tersebut.<sup>33</sup>

IAIN PALOPO

---

<sup>32</sup> Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 2 Edisi 8, (Penerbit Erlangga, Jakarta 1997).

<sup>33</sup> Ir. Adiwarmanto Karim, S.E, M.B.A., M.A.E.P., *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, ( Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004 ), 58

## 2. Minat

### a. Pengertian Minat

Minat adalah kecenderungan yang melekat dalam seseorang untuk merasa tertarik pada suatu keadaan atau hal - hal tertentu sehingga merasa sangat senang untuk berkecimpung dalam keadaan tersebut<sup>34</sup>.

Minat adalah keadaan seseorang yang sadar, bahwa suatu objek, atau suatu situasi memunculkan timbal balik dengan dirinya. atau minat merupakan kesadaran yang ada pada diri seseorang tentang hubungan dirinya dengan segala sesuatu yang ada di luar dari dirinya.<sup>35</sup>

Minat merupakan salah satu aspek tindakan fisik yang dapat meningkatkan semangat manusia dalam mencapai tujuannya. Seseorang yang mempunyai minat terhadap suatu keadaan akan cenderung memfokuskan perhatian atau merasakan kesenangan yang lebih tinggi terhadap suatu keadaan tersebut. Tetapi, apabila keadaan tersebut tidak menghasilkan rasa bahagia, maka seseorang tersebut tidak akan pernah mempunyai minat atas keadaan tersebut. Oleh sebab itu, tinggi dan rendahnya perhatian atau rasa bahagia seseorang terhadap keadaan ditimbulkan oleh tinggi dan rendahnya minat seseorang.

### b. Penentu-penentu Minat

Menurut teori tindakan beralasan minat adalah fungsi dari penentu dasar seseorang dalam berhubungan yang memiliki hubungan dengan faktor pribadi

---

<sup>34</sup> Winkel, W.S . , *Bimbingan konseling di sekolah menengah*, ( Jakarta : Gramedia 1984 ), 30.

<sup>35</sup>H.C. Witherington, *Psikologi Pendidikan* , Jakarta : Aksara baru 1983

yang lainnya. seperti dalam hubungan pengaruh sosial, Penentu pertama yang berhubungan dengan faktor keadaan pribadi adalah suatu sikap terhadap perilaku seseorang. Sikap ini adalah evaluasi kepercayaan atau perasaan baik atau buruk dari individual jika melakukan perilaku yang dikehendaki. Penentu kedua dari minat yang berhubungan dengan pengaruh sosial adalah norma subjektif. Disebut dengan norma subjektif karena berhubungan dengan persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial yang sehingga dapat mempengaruhi minat dalam menjalankan atau tidaknya sebuah perilaku yang sedang dipikirkannya.

Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa minat sebagai niat atau kehendak. Menurut teori tindakan beralasan dari Fishbein dan Ajzen minat nasabah adalah perilaku atau tindakan manusia yang dipengaruhi oleh kehendak atau keinginan, timbulnya minat untuk melakukan suatu tindakan, yang akan menentukan arah apakah keadaan tersebut akhirnya akan dilaksanakan atau justru di tinggalkan.<sup>36</sup>

### **c. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat**

#### **1. Pelayanan**

Menurut Tjipton pelayanan terpusat pada upaya yang dilakukan dalam pemenuhan kebutuhan nasabah serta management yang baik dalam penyampaiannya guna mengimbangi harapan pelanggan.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen* . Edisi 7 .( Jakarta: Indeks 2008 ), 25.

<sup>37</sup>Tjiptono, Fandy. *Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : 2005

Menurut Kasmir ada beberapa kriteria peningkatan kualitas pelayanan jasa koperasi yang harus di perhatikan oleh karyawan koperasi yaitu sebagai berikut :

- a) Berbusana dan berpenampilan yang menarik, pakaian harus rapi dan bersih
- b) Memiliki kepercayaan diri, bersikap akrab, penuh etika dan penuh dengan keramahan kepada nasabah.
- c) Menyapa dan menyambut dengan sopan, jika karyawan kenal dengan nasabah maka sebisa mungkin untuk disapa dengan menyebutkan nama.
- d) Santai, Tenang, sopan, penuh hormat, serta tekun menyimak setiap ada hal yang disampaikan nasabah.
- e) Tidak menggunakan bahasa kotor dalam artian harus berbahasa yang baik dan benar.
- f) Bersemangat dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah.
- g) Biarkan nasabah menyampaikan semua yang ingin di sampaikan hingga selesai, jangan memotong pembicaraan nasabah.
- h) Mampu memberikan kepuasan terhadap nasabah.
- i) Jika ada persolan yang tidak mampu diselesaikan oleh CS, maka di rekomendasikan untuk meminta bantuan kepada yang lebih mampu.
- j) Jika masih dalam keadaan sibuk untuk melayani agar disampaikan kepada nasabah.<sup>38</sup>

### 3. Masyarakat

---

<sup>38</sup> Kasmir. *Manajemen Keuangan.*( Jakarta: Rajawali Pers 2005 )

Masyarakat adalah manusia yang senantiasa berhubungan (Berinteraksi) dengan manusia lain dengan suatu kelompok.<sup>39</sup> Kehidupan masyarakat yang selalu berubah (Dinamis) merupakan suatu yang tidak dapat dihindari. Manusia sebagai makhluk sosial selalu membutuhkan manusia lainnya untuk memenuhi kebutuhannya

Contoh kecil sebuah masyarakat adalah sekolah sebuah institusi atau lembaga pendidikan untuk mentransfer ilmu pengetahuan dengan berjenjang dari SD, SMP, SMA hingga perguruan tinggi.

Para ilmuwan sepakat bahwa tidak ada definisi tunggal tentang masyarakat dikarenakan sifat manusia selalu berubah dari waktu ke waktu. Pada akhirnya para ilmuwan tersebut memberikan definisi yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain.

Berikut ini beberapa definisi masyarakat menurut pakar sosiologi :

- a. Selo Soemartjan mengartikan masyarakat sebagai orang-orang yang hidup bersama dan menghasilkan kebudayaan.
- b. Max Weber mengartikan masyarakat sebagai struktur atau aksi yang pada pokoknya ditemukan oleh harapan dan nilai-nilai yang dominan pada warganya.
- c. Emile Durkheim mendefinisikan masyarakat sebagai kenyataan objektif individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya

---

<sup>39</sup> Setiadi, *Konsep Dan Praktek Penulisan Riset Keperawatan*(Ed2). ( Yogyakarta: Graha Ilmu 2013 ), 5.

#### 4. Pelayanan

Menurut Kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, di mana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.<sup>40</sup>

Pelayanan nasabah menjadi penting dalam upaya memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen tetap percaya pada perusahaan dan meminimumkan konsumen pindah perusahaan lain. Pelayanan bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang konsumen sehingga perusahaan harus merumuskan pelayanan bermutu melalui sudut pandang konsumen tersebut. Begitu juga dengan kehadiran beragam layanan lembaga keuangan di Indonesia yang berlomba – lomba memberikan pelayanan bermutu bagi setiap nasabahnya. Untuk kemajuan lembaga keuangan syariah maka perlu mencermati permintaan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Nasabah dapat memutuskan terhadap suatu produk atau jasa, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan.<sup>41</sup>

##### a. Pengertian kualitas

Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan perusahaan harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mempunyai

---

<sup>40</sup> Kotler, P. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Implementasi Kontrol*. ( Jakarta: Salemba Empat 2002 ), 83.

<sup>41</sup> Basu Swasta. *Manajemen Penjualan*, ( Yogyakarta: BPF 2001 ), 158.

banyak penafsiran, karena kualitas memiliki sejumlah level universal ( sama di manapun ) sosial ( bentuk oleh kelas sosial, ekonomi, kelompok, etnis, keluarga dan teman sepergaulan ), dan personal ( tergantung preferensi atau selera setiap individu ). Secara sederhana kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain produk sesuai dengan standar ( target sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur ). Namun defenisi berbasis manufaktur ini kurang relevan untuk sektor jasa. Oleh sebab itu pemahaman kualitas kemudian diperluas menjadi “*fitnes for us*” dan “*conformance to requiretmen*”. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat ( benefits ) bagi pelanggan.<sup>42</sup>

Kualitas sebagai yang telah di interpretasikan oleh ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana perusahaan dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, pelanggan yang menemukan, pelanggan yang menemukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannay.<sup>43</sup>

#### b. Pengertian kualitas pelayanan

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Suatu perusahaan yang berhasil layanan yang berkualitas kepada pelanggan akan dapat mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan.

---

<sup>42</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik Edisi 2*, ( Yogyakarta : Cv Andi Offsed 2012 ), 78

<sup>43</sup> Fandy Tjiptono, *Service, Qualiti And Satisfaction, Edisi2*, ( Yogyakarta : Cv Andi Offsed 2007 ), 164.

Kualitas jasa merupakan semacam tingkat kemampuan suatu jasa dengan segala atributnya yang secara riil disajikan dengan sesuai harapan konsumen.

Sedangkan menurut Lovelock, pengertian kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan.<sup>44</sup>

### c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut pemikiran yang dikemukakan oleh Parasuraman dalam Lupiyoadi kualitas pelayanan jasa memiliki 5 (lima) bagian pengukuran antara lain:<sup>45</sup>

#### 1) Bukti Fisik (Tangibles)

Iyalah kemampuan suatu perusahaan didalam menunjukkan keberadaannya kepada pihak luar perusahaan. Menampilkan bukti kemampuan dalam mencapai suatu wujud perusahaan dan daerah sekitar merupakan bukti fasilitas fisik, gedung, penampilan karyawan, dan lain sebagainya.

#### 2) Keandalan (Reliability)

Iyalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan dengan baik, tepat, akurat, dan dapat dipercaya. Cara kerja ini harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen yang berarti tepat waktu, pelayanan yang sama untuk seluruh konsumen, amanah, dan ketelitian.

---

<sup>44</sup> Eka Suhartini, *Kualitas Pelayanan Kaitannya Dengan Kepuasan Konsumen* ( Makassar : Alauddin Perss 2012 ), 19.

<sup>45</sup> Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*. ( Jakarta: PT Salemba Empat 2001 ), 148.

### 3) Daya Tanggap (Responsiveness)

Iyalah kemauan karyawan untuk membantu para konsumen dan melakukan pelayanan yang cepat, tepat dan disertai penyampaian yang jelas. Dalam hal ini perusahaan tidak lah selalu cepat tanggap pada keluhan konsumen yang timbul karena janji tidak tepati, namun juga cepat tanggap dalam perubahan yang terjadi dalam di pasar, teknologi, peralatan dan perilaku konsumen.

### 4) Jaminan (Assurance)

Iyalah pengetahuan, tata krama, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menunjukkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan. Dalam hal ini terdapat beberapa bagian antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan, kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*cortecy*).

### 5) Empati (*Emphaty*)

Merupakan kemudahan dalam menjalin hubungan berkomunikasi yang baik, perhatian pribadi dan mengetahui atas kebutuhan individu oleh para konsumen dengan berupaya mengetahui keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharuskan memiliki pengertian terhadap konsumen dan mengetahui tentang konsumen, memenuhi kebutuhan konsumen secara khusus, serta memiliki waktu operasi yang nyaman bagi konsumen.

Ada beberapa cara yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan :

#### a) Mengidentifikasi determinasi utama kualitas jasa

Setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggan. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan antara kualitas pelayanan dari sudut pelanggan. Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan riset untuk mengidentifikasi determinan pelayanan yang paling penting bagi pasar sasaran.

b) Mengelola harapan pelanggan

Semakin banyak janji yang diberikan perusahaan maka semakin besar pula pelanggan yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhinya harapan pelanggan oleh perusahaan.

c) Mendidik konsumen tentang jasa

Membantu pelanggan dalam memahami suatu pelayanan merupakan suatu hal yang positif dalam rangka menyampaikan mutu pelayanan. Pelanggan yang terdidik akan dapat mengambil keputusan secara lebih baik.

d) Menciptakan *automating quality*

Adanya otomatisasi dapat mengatasi variabilitas mutu pelayanan yang disebabkan kurangnya sumberdaya manusia yang dimiliki.

e) Menindaklanjuti pelayanan

Menindaklanjuti pelayanan dapat membantu memisahkan aspek-aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan. Perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk menghubungi semua atau sebagian pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap jasa yang diberikan.<sup>46</sup>

d. Kualitas pelayanan prespektif islam

---

<sup>46</sup> Gunarto suharto, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Perbankan Di Surabaya*, dalam *Jurnal Kerja* ( vol 10, No 1. 2006 ), 51.

Pelayanan merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Memberikan pelayan terbaik kepada umat adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya.<sup>47</sup>

Allah SWT berfirman dalam potongan surat al-Maidah/ 5:2 yang berbunyi :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ  
اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemahan :

“ Dan tolong-menolonglah kamu dalam hal (mengerjakan) kebaikan dan taqwa, dan janganlan kamu tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.Dan bertakwalah kamu kepada Allah SWT, sesungguhnya Allah SWT amat berat menyiksa-nya”. ( Q.S. AL-Maidah/5:2 ) .<sup>48</sup>

## 5. Menabung

Menabung merupakan tindakan yang diajarkan oleh islam, karna dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.

Dalam Q.S. al-Isra/ 17 : 29 terdapat ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum.

<sup>47</sup>Didin hafidudin dan Hendri tanjung , *Manajemen Pemasaran Syariah Dalam Praktik*, ( Jakarta : Gema Insani Inpress, 2013 ), 63.

<sup>48</sup>Kementrian Agama RI, “*Al-Quran dan Terjemahnya*”, (Jakarta : CV, Pustaka Agung Harapan, 2006), 108.

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا

Terjemaham :

Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengeluarkannya karna itu kamu jadi tercela dan menyesal ( Q.S. Al-isra/17 : 29 )<sup>49</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa menganjurkan untuk bersifat tidak pelit yang menyebabkan seseorang untuk tidak pelit dan menyebabkan seseorang menjadi tercela karna kepelitannya dan anjuran untuk tidak boros yang menyebabkan seseorang menyesal karna keborosannya tersebut. Fokus pada tidak boros mempunyai pengertian sederhana sebagai anjuran untuk menyisihkan sebagian harta untuk digunakan sebagai keperluan masa depan ( Menabung ).<sup>50</sup>

Adapun penjelasan dalam hadist mengenai investasi.

حَدَّثَنَا يَحْيَىٰ بْنُ أَبِي يُسُوبَ وَفُتَيْبَةُ يَعْنِي ابْنَ سَعِيدٍ وَابْنُ حُجْرٍ قَالُوا حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ هُوَ ابْنُ جَعْفَرٍ عَنِ الْعَلَاءِ عَنِ أَبِيهِ عَنِ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِذَا مَاتَ الْإِنْسَانُ انْقَطَعَ عَنْهُ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثَةٍ إِلَّا مِنْ جَارِيَةٍ أَوْ عِلْمٍ يُدْنَقُ بِهِ أَوْ وَارِدٍ صَالِحٍ يَدْعُو لَهُ

Artinya :

Telah menceritakan kepada kami [Yahya bin Ayyub] dan [Qutaibah] - yaitu Ibnu Sa'id- dan [Ibnu Hujr] mereka berkata; telah menceritakan kepada kami

<sup>49</sup> Kementrian Agama RI, "Al-Quran dan Terjemahnya", (Jakarta : CV, Pustaka Agung Harapan, 2006), 284.

<sup>50</sup> Taslim , dalam Skeripsi, "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Kcp Wonomulyo", ( Tahun 2018 ), 22.

[Isma'il] -yaitu Ibnu Ja'far- dari [Al 'Ala'] dari [Ayahnya] dari [Abu Hurairah], bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Apabila salah seorang manusia meninggal dunia, maka terputuslah segala amalannya kecuali tiga perkara; sedekah jariyah, ilmu yang bermanfaat baginya dan anak shalih yang selalu mendoakannya." (HR. Muslim Nomor 3084).<sup>51</sup>

Perilaku menabung sendiri menisyaratkan seseorang untuk bisa disiplin dalam hal mengatur keuangan, mengatur sebagai sifat hemat dapat dijadikan sifat positif apabila dengan konsisten akan meningkatkan hidup dengan lebih baik. Islam juga menganjurkan berperilaku hemat dalam setiap pengeluaran, sehingga islam menetapkan aturan-aturan perekonomian dalam hal menyimpan dan menabung. Aturan-aturan itu sebagai berikut :

1. Menyimpan setelah kebutuhan primer terpenuhi
2. Menyimpan kelebihan setelah menghadapi kesulitan
3. Hak harta generasi mendatang
4. Tidak menimbang harta
5. Pengembangan harta harus dilakukan dengan baik dan halal.<sup>52</sup>

Dari defenisi diatas dapat kita simpulkan bahwa tabungan adalah dana yang dititip kepada Bank, yang penarikannya sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Kemudian dalam penabungan tersebut dana akan dikelola secara profesional oleh Bank.

---

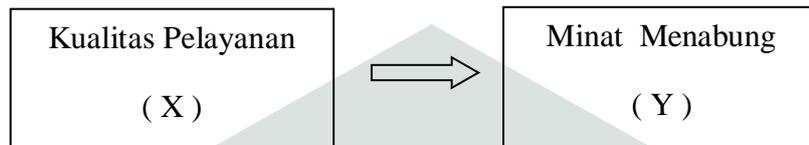
<sup>51</sup>

<https://www.academia.edu/35398344/HADITS>  
**HADITS TERKAIT INVESTASI MENABUNG** diakses pada 2017

<sup>52</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah : Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, ( Jakarta : PT Raja Grafindo Persada , 2016 ), 19.

### C. Kerangka Pikir

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung di BMT Trans Mukti Tama Syariah Masamba (studi kasus pedagang di pasar sentral Masamba)**



Gambar 2.1. Kerangka Pikir

Berdasarkan bagan kerangka pikir diatas, dapat di ketahui variabel pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel minat menabung di BMT Trans Muktitama Syariah Masamba. Sehingga dari kerangka pikir diatas dapat diketahui gambaran penelitian.

### D. Hipotesis Penelitian

Ho : Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di BMT trans mukti tama syariah

H1 : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di BMT trans mukti tama syariah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk penelitian yang menggunakan populasi dan sampel tertentu, penelitian menggunakan instrumen, analisis data bersifat kuantitatif menguji hipotesis penelitian.<sup>53</sup>

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>54</sup> Dan peneliti menggunakan pendekatan probability sampling dengan metode simple random sampling metode jenis ini dilakukan dengan memberikan kesempatan yang sama pada semua elemen untuk dapat dipilih menjadi sampel penelitian.<sup>55</sup>

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penulis ingin melaksanakan penelitian ini di koperasi BMT Terans Mukti Tama Syariah studi kasus pedagang di pasar sentral masamba. Yang beralamat di Kelurahan Baliaseh kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.

##### 1. Sejarah perusahaan

---

<sup>53</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, ( Alfabeta : Bandung, Tahun 2013 ),35-36.

<sup>54</sup>Sugiono, "*Metode Penelitian Bisnis*", Cet 16,( Alfabeta : Bandung Tahun 2012 ),13.

<sup>55</sup><https://www.akuntansilengkap.com/penelitian/pengertian-probability-sampling-dan-non-probability-sampling/>, diakses pada februari 2020.

BMT trans muktitama merupakan lembaga mikro syariah yang secara resmi dibuka pada tahun 2004 dan secara legal beroperasi pada tahun 2005 sampai sekarang ini.

Penelitian ini dilakukan di BMT trans mukti tama syariah Masamba, studi pada pedagang pasar sentral masamba peneliti mengambil lokasi ini karena peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung pada BMT trans mukti tama syariah masamba.

2. Visi, misi, tujuan, peran, dan program BMT Trans Mukti Tama Syariah Masamba

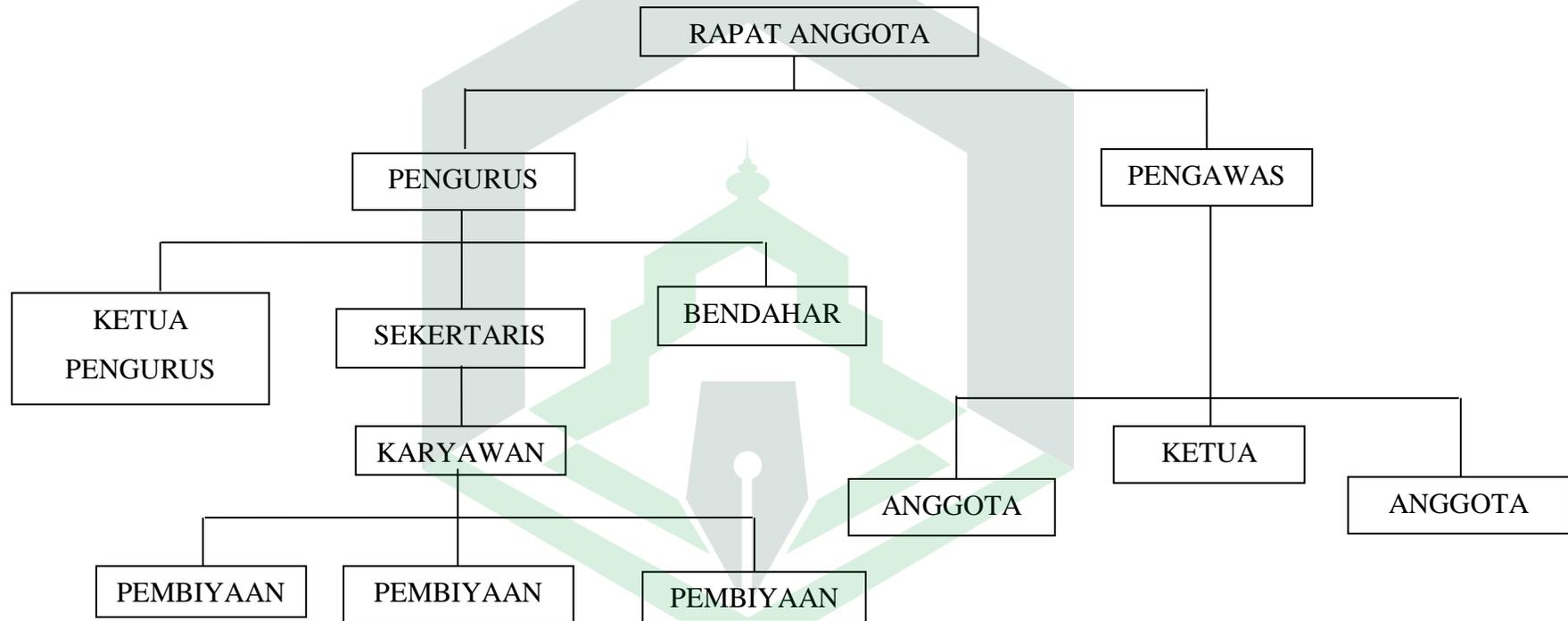
a) Visi

Menjadi lembaga keuangan mikro syariah (dengan sistem bagi hasil) yang profesional dan terpercaya, memiliki jaringan yang luas yang mencakup tiga perempat usaha mikro dan kecil diseluruh Indonesia sebelum tahun 2014.

b) Misi

Menciptakan sistem, lembaga dan kondisi kehidupan ekonomi rakyat banyak dilandasi oleh nilai-nilai dasar *salam*: keselamatan berintikan keadilan, kedamaian dan kesejahteraan, melandasi tumbuh dan berkembangnya tiga perempat usaha mikro dan kecil diseluruh Indonesia sebelum 2014.

### BAGAN STRUKTUR ORGANISASI BMT TRANSMUKTI TAMA



Gambar 3.1 Struktur Organisasi BMT

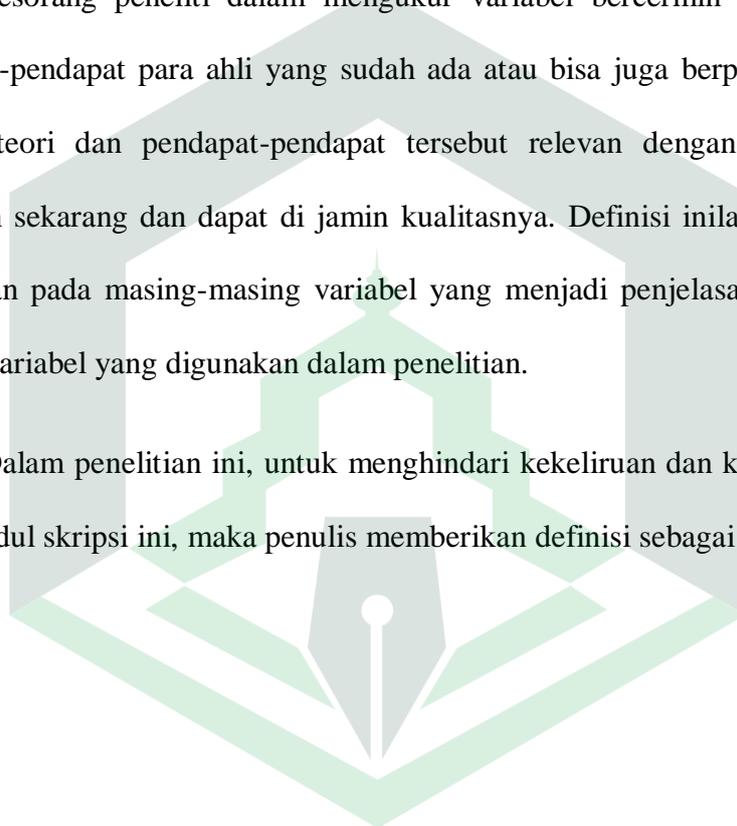
IAIN PALOPO

### C. Definisi Oprasional Variabel

Definisi oprasional variabel merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur dan batasan dari beberapa kata istilah yang di pakai dalam penelitian.<sup>56</sup>

Sesorang peneliti dalam mengukur variabel bercermin pada teori atau pendapat-pendapat para ahli yang sudah ada atau bisa juga berpendapat sendiri, apabila teori dan pendapat-pendapat tersebut relevan dengan perkembangan keilmuan sekarang dan dapat di jamin kualitasnya. Definisi inilah yang menjadi penjelasan pada masing-masing variabel yang menjadi penjelasan pada masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, untuk menghindari kekeliruan dan kesalah pahaman dalam judul skripsi ini, maka penulis memberikan definisi sebagai berikut:



**IAIN PALOPO**

---

<sup>56</sup>Masyhuri, MP & Zainudin, MA. *Metodologi Penelitian pendekatan praktis dan aplikatif*, (Refika Aditama:Bandung,2008), 131.

Tabel 3.1 Definisi Oprasional

NO	Dimensi	Difinisi Oprasional	Indikator
1	Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan merupakan suatu aktifitas tambahan di luar tugas poko ( job description ) yang di berikan kepada pelanggan atau nasabah yang dapat di rasakan , baik sebagai penghargaan maupun penghormatan. Menurut kotler kualitas pelayanan merupakan suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang di hasilkan prusahaan.	1. Kecepatan 2. ketepatan 3. keramahan 4. kenyamanan pelayanan <sup>57</sup>
2.	Minat masyarakat	Minat merupakan keinginan konsumen untuk berbelanja, dengan kata lain minat merupakan keinginan pembeli dalam melakukan pembelian pada penyedia jasa untuk waktu yang akan datang. Nasabah merupakan sekelompok konsumen yang bertindak sebagai pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, orang lain, keluarga, ataupun mahluk hidup lainnya.	1. Kognisi(gjala pengenalan) 2. Konasi (kemauan) 3. Emosi <sup>58</sup>

<sup>57</sup>Jackson R.S Weeans,"Kualitas Produk,Harga,Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comporta", Dalam Jurnal EMBA ( Vol.1 No 4 Tahun 2013), 607-618.

<sup>58</sup>Uaswah Wardiana, "Psikologi Umum", ( Jakarta: PT. Bina Ilmu 2004), 58 .

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisas yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki jumlah dan sifat tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang pasar sentral masamba. Berdasarkan data yang diperoleh dari dinas terkait diketahui bahwa jumlah pedagang yang ada di pasar sentral masamba berjumlah 285.

### 2. Sampel Penelitian

Menurut Anton sampel merupakan objek atau subjek peneliti yang dipilih guna mewakili keseluruhan dari populasi.<sup>59</sup> Dengan menggunakan rumus *slovin* peneliti menarik sampel sebanyak 74 sampel dan dalam menentukan sampel peneliti menggunakan tehnik *purposive sampling* yang merupakan teknik untuk menentukan sebuah sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah yang diinginkan peneliti.<sup>60</sup> Sampel dalam penelitian ini adalah pedagang di pasar sentral masamba. Berikut rumus dari *slovin* :

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

$$\text{Keterangan :} \quad = \frac{285}{1+285(0,10)^2}$$

$$n = \text{Sampel} \quad = \frac{285}{1+285(0,01)}$$

$$N = \text{Ukuran populasi} \quad = \frac{285}{1+(2,85)} = \frac{285}{1+2,85} = 74$$

$$e^2 = \text{taraf kesalahan}^{10}$$

<sup>59</sup> Bawono, Anton. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: Stain Salatiga Press. 2006

<sup>60</sup> Supardi. *Metodologi penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : UII Press 2005

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner merupakan pertanyaan-pertanyaan yang di gunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan dalam lingkungan kerja dan kinerja pegawai atau hal-hal yang iya ketahui.

### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan suatu hal yang digunakan untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang di amati. Secara tertentu semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kusioner untuk responden, yaitu berisi pertanyaan-pertanyaan umum mengenai kualitas pelayanan dan minat menabung. Instrumen yang digunakan ini bermaksud untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala likert. Skali likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner diukur dengan skala Likert (Sangat Setuju, Setuju, Netral, Untuk jawaban Setuju dan Sangat Tidak Setuju).

Tabel 3.2 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Kurang setuju	2
Sangat tidak setuju	1

## G. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji validitas di gunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner.. Suatu kuesioner dikatan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu menggunakan suatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dikatakan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk setiap butir dapat di lihat pada kolom corrected item-item correlation). Jika r hitung  $>$  r table, maka pertanyaan tersebut di katakan valid.

IAIN PALOPO

Tabel 3. 3.Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation	r-tabel	Keterangan
Kualitas pelayanan (X)	Pb1	,295*	0,225	Valid
	Pb2	,310**	0,225	Valid
	Pb3	,267*	0,225	Valid
	Pb4	,232*	0,225	Valid
	Pb5	,523**	0,225	Valid
	Pb6	,442**	0,225	Valid
	Pb7	,639**	0,225	Valid
	Pb8	,558**	0,225	Valid
Minat Menabung (Y)	Pp1	,556**	0,225	Valid
	Pp2	,471**	0,225	Valid
	Pp3	,695**	0,225	Valid
	Pp4	,325**	0,225	Valid
	Pp5	,642**	0,225	Valid
	Pp6	,443**	0,225	Valid
	Pp7	,499**	0,225	Valid

Sumber : Diolah menggunakan SPSS

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau dapat diandalkan jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur realibilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel di katakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0,6$ .

Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
(X) <i>Kualitas pelayanan</i>	0,646	Reliabe
(Y) <i>Minat menabung</i>	0,686	Reliabel

Sumber : Olah data menggunakan SPSS

## H. Teknik Analisis Data

Berdasarkan pengelolaan data menggunakan program *statistical package for sosial science (SPSS) for windows* menggunakan Durbin watson dan uji hipotesis yaitu uji X dan uji Y, semua data di olah dan dianalisis dengan menggunakan metode inferensial karena untuk menguji hipotesis.

### 1. Analisis kuantitatif

Penyelesaian penelitian ini menggnakan teknik analisis kuantitatif. Analisis ini di lakukan dengan cara menganalisis permasalahan yang di wujudkan dengan kuantitatif. Penyelesaian penelitian ini dengan menggunakan teknik

analisis kuantitatif karena jenis data yang di gunakan adalah data kuantitatif melalui beberapa tahap yaitu :

## 2. Analisis Uji Regresi Sederhana

Adapun teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan regresi sederhana. Regresi sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Dalam model regresi, variabel independen menerangkan variabel independennya. Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antara variabel bersifat linear, dimana perubahan pada variabel X akan diikuti oleh perubahan pada variabel Y secara tetap. Sementara pada hubungan non linier, perubahan variabel X tidak diikuti dengan perubahan variabel Y secara proporsional. Seperti pada model kuadrat. Perubahan X di ikuti oleh kuadrat dari variabel X. Hubungan demikian tidak bersifat linier.

Secara matematis model analisis regresi sederhana dapat di rumuskan sebagai berikut.

$$Y = a + bx + e$$

Dimana:

Y = adalah variabel dependen atau respon

A = adalah intercept atau konstanta

B = adalah koefisien regresi atau slope

E = Epsilon (*standard error*)

x = variabel independent

Analisis regresi sederhana digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistic dalam analisis regresi berganda yang digunakan adalah dengan bantuan program SPSS Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut.

Tabel 3.5. Uji Regresi Sederhana

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.602	3.238		1.421	.160
1 Kualitas pelayanan	.742	.104	.645	7.156	.000

a. Dependent Variable: Minat menabung

# IAIN PALOPO

Persamaan Regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4.602 + 0,742X$$

Angka-angka ini dapat diartikan sebagai berikut :

a. Angka konstanta dari unstandardized coefficients dalam penelitian ini sebesar 4.602, artinya jika kualitas pelayanan (x) nilainya 0, maka minat menabung (y) nilainya positif sebesar 4.602

b. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X) sebesar positif 0.742. Jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan nilainya sebesar 1, maka minat menabung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.742. Koefisien bernilai positif antara kualitas pelayanan dan minat menabung

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Regresi yang baik memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan analisis grafik yang dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Salah satu metode uji normalitas yaitu dengan uji One Sample Kolmogorov Smirnov. One Sample Kolmogorov Smirnov digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi secara normal atau tidak. Dengan pengujian residual berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05. Untuk analisisnya dengan

menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel “One Sample Kolmogrov Smirnov Test”

Table 3.6. Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.70369256
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.072
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.756
Asymp. Sig. (2-tailed)		.618

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

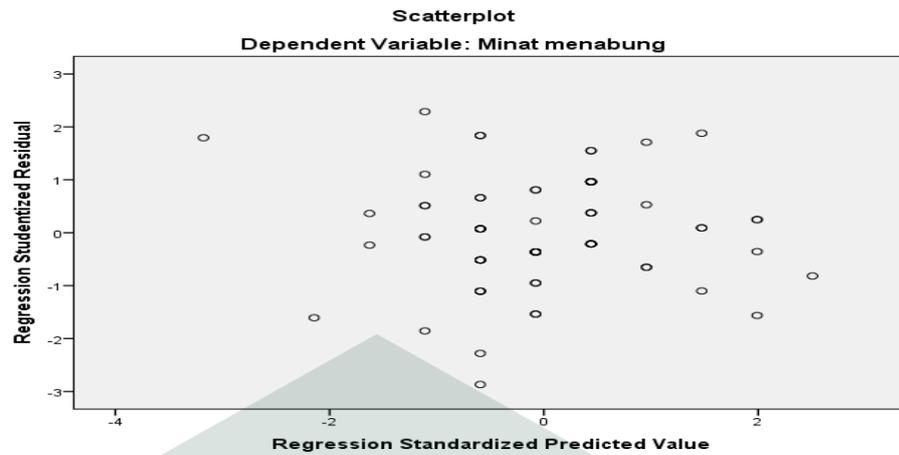
Berdasarkan tampilan output one sample kolmogov-smirnov test pada tabel 4.6, diketahui bahwa nilai signifikan Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,618 karena lebih besar dari 0,05 ( $0,618 > 0,05$ ) maka nilai residual tersebut telah normal

b. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini menggunakan uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual atau pengamatan lain. Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas dapat diketahui dengan cara melihat variance, yaitu apabila variance dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain bernilai tetap.

Metode heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada scatterplot regresi. Metode ini dilakukan dengan cara melihat grafik scatterplot antara standardized predicted value (ZPREED) dengan studentized residual (SRESID), ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SPRESID dan ZPREED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya), dasar pengambilan keputusan yaitu :

1. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (gelombang, melebur kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
3. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (gelombang, melebur kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
4. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 5.



Gambar 3.2. Hasil Uji Dari Heteroskedastitas

Berdasarkan gambar di atas tidak menunjukkan suatu pola selain itu titik terbesar dibawah dan diatas angka 0. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastitas.

a. Uji Linearitas

Dalam penelitian ini menggunakan uji linearitas untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear.

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independen (X) dan dependen (Y). uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05

Table 3.7. Uji Linieritas

## ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat menabung * Kualitas pelayanan	(Combined)	195.210	10	19.521	7.347	.000
	Linearity	150.707	1	150.707	56.723	.000
	Deviation from Linearity	44.503	9	4.945	1.861	.075
	Total	167.385	63	2.657		
Total		362.595	73			

1. Berdasarkan nilai signifikansi dari sumber data spss diatas diperoleh nilai deviation from linearity signifikansi ialah 0,075 lebih besar dari 0,005. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan (x) dengan variabel minat menabung (y).

2. Berdasarkan nilai F yakni dari sumber spss diatas nilai F hitung adalah  $1.862 < F \text{ tabel } 3.970$  karna nilai F hitung lebih kecil dari F tabel maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) dengan variabel minat menabung (y).

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi yaitu bernilai diantara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk mengetahui variasi variabel dependen.<sup>61</sup>

Koefisien determinasi digunakan untuk seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dan dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi variabel lain. Nilai koefisiensi ini antara 0 dan 1, jika hasil mendekati angka 0 berarti kemanapun variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Tapi jika hasil mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk analisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel “Model Summary”.

IAIN PALOPO

---

<sup>61</sup> Bonaventura Efrian Antyadika, Program Sarjana: “*Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Wong Art Bakery & Cafe Semarang)*” (Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2012), 53.

Tabel 3.8. Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.645 <sup>a</sup>	.416	.408	1.715

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: Minat menabung

Berdasarkan tampilan output model summary pada tabel 4.10 , besarnya adjusted R<sup>2</sup> (R square) sebesar 0.416. besarnya angka koefisien determinasi (R Square) 0.413 atau sama dengan 41,3%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung. Sedangkan sisanya ( 100% - 41,3% = 68,7% ) di pengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini . besarnya variabel lain ini sering disebut error (e).

b. Uji Signifikan Individual (Uji-t)

Uji t digunakan untuk mengukur kekuatan pengaruh variabel bebas secara parsial dengan variabel terikat. Adapun syarat-syarat dalam melakukan uji-t adalah sebagai berikut:

a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh antara kedua variable

b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh antara kedua variabel

Pengujian ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel independen (pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian) secara individu berpengaruh pada variabel dependen (pengambilan keputusan), maka digunakan uji t dengan cara membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan derajat kebebasan (df) sebesar 0,05 diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,993. (Lihat pada tabel t).

Tabel 3.9. Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.602	3.238		1.421	.160
<sup>1</sup> Kualitas pelayanan	.742	.104	.645	7.156	.000

a. Dependent Variable: Minat menabung

Dari hasil uji persial (uji-t) jika dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  artinya bahwa  $H_0$  di tolak dan  $H_1$  diterima. Maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil dari output "Coefficients" didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,156 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,993 atau

$7,156 > 1,993$  dan nilai signifikan kualitas pelayanan  $0,000 < 0,05$ . Artinya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

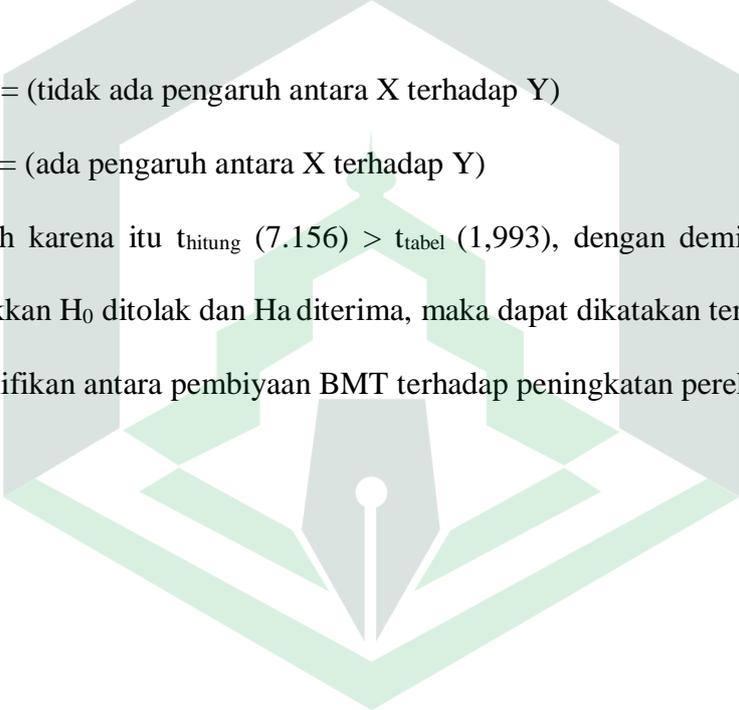
c. Uji Hipotesis untuk variabel kualitas pelayanan BMT (X)

Uji hipotesis untuk variabel kualitas pelayanan BMT (X) terhadap minat masyarakat untuk menabung dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

$H_0$  = (tidak ada pengaruh antara X terhadap Y)

$H_a$  = (ada pengaruh antara X terhadap Y)

Oleh karena itu  $t_{hitung} (7.156) > t_{tabel} (1,993)$ , dengan demikian pengujian menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara pembiayaan BMT terhadap peningkatan perekonomian.



**IAIN PALOPO**

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif adalah penelitian yang meneliti analisis responden dan analisis statistik responden

##### a. Karakteristik responden

Analisis responden yaitu penguraian deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan dengan deskripsi karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik responden dapat dikategorikan dalam beberapa karakteristik responden, berdasarkan yaitu jenis kelamin, dan pendidikan.

##### 1) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Adapun klasifikasi data responden berdasarkan jenis kelamin responden nasabah pembiayaan BMT transmukti tama syariah masamba adalah sebagai berikut:

**IAIN PALOPO**  
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah ( orang )	Persentase %
Laki-laki	19	26,6%
Perempuan	55	74,4%
Jumlah	74	100%

Sumber : hasil penyebaran kuesioner kepada pedagang di pasar sentral masamba, Data primer diolah 2019.

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa pedagang pada pasar sentral masamba yang di ambil sebagai responden penelitian sebanyak 74 orang, menunjukkan mayoritas perempuan, yaitu sebanyak 55 orang (77,46%), sedangkan sisanya responden adalah laki-laki sebanyak 19 orang (22,54%).

## 2) Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan terahir merupakan salah satu hal yang penting dalam penelitian ini, karena pendidikan seseorang akan mempengaruhi pendapat mereka mengenai suatu objek. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan terahir	Jumlah (orang)	Persentase (%)
SD	5	6,7%
SMP	11	14,8%
SMA	36	48,6%
S1	22	29,9%
Total	74	100%

Sumber : hasil penyebaran kusioner kepada pedagang di pasar sentral masamba, Data prime diolah 2019

## B. Pembahasan hasil penelitian

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di BMT trans mukti tama syariah masamba ( studi pada pedagang pasar sentral masamba ).

Pelayanan merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Menurut Lovelock, pengertian kualitas jasa adalah evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan<sup>62</sup>.

Minat merupakan suatu keinginan besar yang dimiliki seseorang yang mengarahkan pada perilaku individu untuk menentukan suatu pilihan dalam hal ini adalah menabung. Ada beberapa tahapan yang dapat membuat seseorang berminat untuk menabung di antaranya adalah adanya informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah, adanya pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah, dan keputusan untuk menjadi nasabah.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di pasar sentral masamba, tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di BMT trans mukti tama syariah masamba ( studi pada pedagang pasar sentral masamba ) dapat di ketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung, yaitu di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,156 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,993 atau  $7,156 > 1,993$  dan nilai signifikan kualitas pelayanan  $0,000 < 0,05$  artinya bahwa  $H_0$  di tolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa

---

<sup>62</sup> 2Eka Suhartini, *Kualitas Pelayanan Kaitannya dengan Kepuasan Konsumen* (Makassar: Alauddin Press 2012), 19.

kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Hasibun yang menyatakan bahwa pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>63</sup>

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat di BMT trans mukti tama syariah masamba ( studi pada pedagang pasar sentral masamba ). Dari hasil perolehan persamaan model regresi linear sederhana diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X) menunjukkan nilai koefisien regresi positif, hal tersebut menunjukkan adanya arah positif atau hubungan searah dari variable kualitas pelayanan (X) dengan minat menabung (Y). Hal ini dapat diartikan bahwa jika kualitas pelayanan yang dilakukan sesuai dengan aturan dan keinginan konsumen maka minat dari masyarakat untuk menabung akan lebih tinggi atau naik dan begitu pula sebaliknya.

IAIN PALOPO

---

<sup>63</sup>Hasibun Malayu, *Manajemen Sumber Daya*, ( Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), 157.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung yaitu di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,156 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,993 atau  $7,156 > 1,993$  dan nilai diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menabung.

Sedangkan hasil regresi sederhana diperoleh dari nilai *constant* sebesar positif 4,602, artinya jika kualitas pelayanan (X) nilainya 0, maka minat menabung (Y) nilainya positif yaitu sebesar 4,602. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X) sebesar positif 0,742. Jika kualitas pelayanan (X) mengalami kenaikan nilai 1, maka minat menabung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,742 . koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dan minat menabung.

#### **B. Saran**

##### 1. Bagi praktisi

Bagi lembaga keuangan syariah khususnya BMT trans mukti tama syariah masamaba untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan baik dan akan membuat perusahaan kepintu gerbang kesuksesan dan dapat mencapai tujuan dari BMT itu sendiri , karna kualitas pelayanan yang dimiliki sangat menentukan citra perusahaan itu sendiri.

## 2. Bagi akademik

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku yang sudah ada. Selain itu pihak kampus harus selalu meningkatkan kualitas karya hasil penelitian bagi semua mahasiswa.



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Djazuli dan Yadi Januari,( 2002 ). *Lembaga-lebaga Keuangan Perekonomian Ummat ( Sebuah Pengenalan )*, cet ke 1,Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ahmad Roziq dan Rinanda Fitri D, ( 2013 ). “*Variabel Penentu dalam Keputusan Memilih Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember,*” dalam Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen, Vol. XII No 1
- Ahmad Sukamatjaya,( 2009 ) “*Baitul Maal Wat Tamwil*”, Jakarta: Yayasan Al- Amin Dharma Mulia.
- Aisya Wardani,(2013) ” *Pengaruh Kepercayaan, Pelayanan, dan Fasilitas Bank Terhadap Perilaku Menabung (Studi pada Anggota Bank Purworejo)*”, dalam Jurnal Manajemen & Bisnis, Vol. 9 No 1
- Amir Mahmud dan Rukmana (2010) , *BANK SYARIAH Teori Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Basu Swasta.(2001). “*Manajemen Penjualan*”,Yogyakarta: BPFE
- Asih Fitri Cahyani,(2013) “*Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah*”,dalam Jurnal Diponegoro journal of social and Politik Tahun.
- Bawono, Anton.(2006) *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: Stain Salatiga Press.
- Bonaventura Efrian Antyadika, Program Sarjana:(2012) “*Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Wong Art Bakery & Cafe Semarang)*” (Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Didin hafidudin dan Hendri tanjung (2013) , *Manajemen Pemasaran Syariah Dalam Praktik*, Jakarta : Gema Insani Inpress.
- Eka Suhartini,(2012) *Kualitas Pelayanan Kaitannya Dengan Kepuasan Konsumen Makassar* : Alauddin Perss
- Euis Amalia,(2005) *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: Pustaka Asatruss,
- Fandy Tjiptono,(2012) *Pemasaran Strategik Edisi 2*, Yogyakarta : Cv Andi Offsed.
- Fandy Tjiptono,(2007) *Service, Qualiti And Satisfaction, Edisi2*, Yogyakarta : Cv Andi Offsed 2007.
- Fitri Maisya,(2013) “*Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung di PT. Bank Negara Indonesia, Tbk Cabang Bukittinggi,*” dalam Jurnal Manajemen, Vol. 2 Noc1.

Ghozali Maski,(2010) “Analisis Keputusan Anggota Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah Malang,” *Journal of Indonesian Applied Economics*, Vol. 4 No 1 .

Gunarto suharto, (2006)” *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Perbankan Di Surabaya*”, dalam *Jurnal Kerja* vol 10, No 1.

H.C. Witherington,(1983) *Pisikologi Pendidikan* , Jakarta : Aksara baru

Hasibun Malayu,(2007) , ”*Manajemen Sumber Daya*”, Jakarta: PT. Bumi Aksara,

<http://pinbukindonesia.com/?module=konten&idk=SzE0MDYwMDE=> diakses pada 20 Februari 2016

<http://www.bnisyariah.tripod.com/profil.html> diakses pada 22 Februari 2016

<https://www.akuntansilengkap.com/penelitian/pengertian-probability-sampling-dan-non-probability-sampling/>, diakses pada february 2020.

Iman Hilman,(2003) *Perbankan Syariah Masa Depan*, Jakarta: Senayan Abadi Publising.

Ir. Adiwarman Karim, S.E, M.B.A., M.A.E.P.(2004), “*Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*”, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Jackson R.S Weeans,”*Kualitas Produk,Harga,Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comporta*”, Dalam *Jurnal EMBA* ( Vol.1 No 4 Tahun 2013), 607-618.

Jaribah bin Ahmad Al-Haristi,(2006) “*Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khathab*”, Jakarta: Khalifa, 2006.

Kasmir.(2005) “*Manajemen Keuangan*”, Jakarta: Rajawali Pers.

Kementrian Agama RI,(2006) “*Al-Quran dan Terjemahnya*”, Jakarta : CV, Pustaka Agung Harapan.

Khotibul Umam,( 2016 ) “*Perbankan Syariah : Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Kotler, P. (2002)“*Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Implementasi Kontrol*”. Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi,(2001) *Manajemen Pemasaran Jasa*”. Jakarta: PT Salemba Empat.

Masyhuri, MP & Zainudin, MA.(2008) “*Metodologi Penelitian pendekatan praktis dan aplikatif*”, Refika Aditama:Bandung.

Monica Maria,(2013) “*pengaruh kualitas produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake*”, dalam *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Vol 6 No 1.

Muchlisin Riadi, “*Baitul Maal Wat Tamwil*”, 16 february 2014..<http://www.kajianpustaka.com/2014/02/baitul-maal-wat-tamwil-bmt.html>

Muhammad. (2007),“*Lembaga Ekonomi Syariah*”, Graha ilmu:Yogyakarta.

Nugroho J. Setiadi, S.E,M.M,(2003) “*Perilaku Konsumen*”,Jakarta: Kencana.

Poskopsyah, “Perkembangan Bmt Dari Tahun Ketahun” 22 Februari 2016  
<http://www.puskopsyahlampung.com/2013/05/perkembangan-bmt-dari-tahun-ke-tahun.html>

Rifqi muhammad,(2008) “Akuntansi Keuangan Syariah”, Jakarta, P3EI press.

Rudy Haryanto,Hotman Panjaitan,Ujianto,(2016), ”Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Nilai Nasabah Terhadap Citra Perbankan Serta Implikasinya Pada Keputusan Nasabah Menabung Dengan Karakteristik Nasabah Sebagai Variabel Moderating Pada Perbankan Syariah Di Madura”, dalam jurnal Doktor Ekonomi Vol. 1 No 1.

Sayed Mahdi, Irham Fahmi, Rudy Fachruddin,(2017), “Analisis Pendekatan Model Logistik Pada Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Mandiri Syariah Banda Di Banda Aceh” dalam Jurnal Forum Keuangan Dan Bisnis Indonesia Vol. 6.

Schiffman dan Kanuk,(2008) “Perilaku Konsumenz” . Edisi 7 .Jakarta: Indeks.

Setiadi,(2013) “ Konsep Dan Praktek Penulisan Riset Keperawatan(Ed2)”. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiono,(2013) “Metode Penelitian Manajemen”,Alfabeta : Bandung, Tahun.

Supardi. (2005)“Metodologi penelitian Ekonomi dan Bisnis”. Yogyakarta : UII Press.

Taslim , (2018).dalam Skeripsi, “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Kcp Wonomulyo”.

Tjiptono, Fandy.(2005) “Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. Yogyakarta.

Tri Astuti, Rr Indah Mustikawati,(2013)” Pangaruh Presepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Playanan Terhadap Minat Menabung Nasabah”, dalam jurnal Nominal Vol. 2 No1.

Uaswah Wardiana,(2004) “Pisikologi Umum”, Jakarta: PT. Bina Ilmu.

Winkel, W.S .(1984) ,” Bimbingan konseling di sekolah menengah”, Jakarta : Gramedia.

IAIN PALOPO



**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**IAIN PALOPO**

## Lampiran 1 Koesioner

### KUESIONER

Sehubungan hal tersebut peneliti ingin mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat menabung di BMT trans mukti tama syariah masamba (studi pada pedagang pasar sentral masamba) menggunakan variabel (X) kualitas pelayanan dan (Y) minat masyarakat menabung

#### A. Identitas Responden

Pilih jawaban yang sesuai dengan cara memberikan tanda (X) Atau menuliskan jawaban pada kotak yang tersedia.

1. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
2. Pendidikan terakhir :
3. Usia : Tahun
4. Jenis jualan :

#### B. Petunjuk pengisian Kuesioner

Berilah tanda chek list (√) pada kolom jawaban yang telah disediakan sesuai dengan pendapat atau yang mewakili perasaan Bapak/Ibu.

#### Keterangan

- SS = Sangat Setuju  
S = Setuju  
KS = Kurang Setuju  
TD = Tidak Setuju  
STS = Sangat Tidak Setuju

## PENGANTAR KUESIONER

**Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner**

**Lampiran : Satu Berkas**

**Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di BMT Trans Mukti Tama Syariah Masamba (Studi Pada Pedagang Pasar Sentral Masamba)**

Dengan Hormat,

Dalam Rangka menyelesaikan skripsi pada program sarjana perbankan syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo, maka peneliti mempunyai kewajiban untuk melakukan penelitian. Sehubungan dengan penelitian yang peneliti lakukan dalam rangka penulisan skripsi, maka peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjadi responden penelitian dengan mengisi kuesioner dan memilih jawaban pada kolom yang telah disediakan.

Jawaban dari kuesioner ini akan peneliti gunakan sebagai keperluan untuk menyusun skripsi yang berjudul, "**Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di BMT Trans Mukti Tama Syariah Masamba (Studi Pada Pedagang Pasar Sentral Masamba)**", maka untuk itu pengisian kuesioner ini mohon diisi seobjektif mungkin.

Sebagaimana penelitian ilmiah, kerahasiaan identitas Bapak/Ibu dalam memberikan penilaian dijamin tidak akan membawa konsekuensi yang merugikan dan sebelum mengembalikan kuesioner ini, Bapak/Ibu dimohon dapat memeriksa kembali semua jawaban dalam tiap bagian, peneliti berharap tidak ada butir/pertanyaan yang terlewat atau tidak terjawab.

**Kualitas Pelayanan (Variabel X)**

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
	<b>Bukti Langsung (tangible)</b>					
1	Bentuk gedung BMT dapat di akses dengan mudah dan cepat					
2	Lahan parkir kendaraan BMT sangat memadai					
	<b>Keandalan (Realitability)</b>					
3	Petugas BMT memberi pelayanan yang sama dan adil pada tiap nasabah					
4	Saya percaya bahwa petugas BMT berkomitmen dalam bidang keuangan					
	<b>Daya tanggap ( Responsiveness )</b>					
5	Petugas BMT memproses dengan cepat atas transaksi yang saya lakukan					
6	Petugas selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan BMT kepada nasabah					
	<b>Jaminan (Assurance)</b>					
7	Saya merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi					
8	Karyawan BMT yang menumbuhkan rasa percaya para nasabah					

### Minat Menabung (Y)

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
	<b>Kognisi ( Gejala pengenalan )</b>					
1	Saya berminat menabung di BMT trans mukti tama syariah karna di beritau oleh orang lain tentang BMT trans mukti tama syariah yang menjalankan usahanya seperti saya					
2	Masyarakat memiliki rasa ingin tahu lebih dalam tentang lembaga keuangan syariah					
	<b>Konasi (kemauan)</b>					
3	Masyarakat memiliki kesadaran terhadap pentingnya menabung di lembaga keuangan syariah atau BMT					
4	Saya berminat menabung di BMT trans mukti tama sayariah karna produk yang di tawarkan sesuai syariah					
5	Saya berminat menabung di BMT trans mukti tama syariah karena BMT tersebut sedang mengembangkan usaha yang seperti saya jalankan					
	<b>Emosi</b>					
6	Saya berminat menabung di BMT trans mukti tama syariah karena memudahkan proses transaksi					
7	Saya berminat menabung di BMT trans mukti tama syariah karena BMT tersebut memberikan solusi terbaik bagi usaha saya					

Lampiran 2 Sampel Data Responden

NO	VARIABEL X								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	4	3	4	2	4	4	29
2	3	3	5	4	2	4	5	3	29
3	4	4	4	2	4	2	3	4	27
4	3	3	4	4	4	4	3	5	30
5	4	2	3	5	3	4	2	2	25
6	2	4	4	3	4	3	3	4	27
7	4	3	4	4	4	5	4	4	32
8	4	5	4	4	5	4	5	4	35
9	4	3	4	4	4	3	4	4	30
10	4	3	4	4	4	4	4	4	31
11	4	3	4	4	4	4	5	4	32
12	3	3	4	4	5	4	5	5	33
13	4	3	4	5	3	4	4	4	31
14	4	3	4	4	5	4	4	4	32
15	4	3	4	4	4	4	5	4	32
16	4	3	4	4	4	3	4	4	30
17	4	3	4	4	4	4	5	4	32
18	4	3	4	4	4	4	4	4	31
19	4	3	4	4	4	4	5	4	32
20	4	3	4	4	5	4	5	4	33

21	4	3	4	4	4	3	4	4	30
22	4	3	4	4	4	4	4	4	31
23	4	3	4	4	4	4	4	4	31
24	4	3	4	4	3	4	4	4	30
25	4	3	4	4	3	4	3	4	29
26	4	3	4	4	3	4	4	4	30
27	4	2	4	3	4	4	4	4	29
28	3	3	4	4	4	4	4	4	30
29	4	4	5	4	4	3	5	5	34
30	3	3	4	4	4	4	5	5	32
31	4	5	4	3	4	4	4	4	32
32	4	4	5	4	3	4	4	4	32
33	4	3	4	4	4	4	5	4	32
34	4	3	4	4	4	5	4	4	32
35	4	3	4	4	4	3	4	4	30
36	4	3	4	4	3	4	4	4	30
37	4	3	4	4	4	4	4	4	31
38	3	3	4	4	5	3	4	4	30
39	5	4	5	3	4	3	4	4	32
40	4	3	4	4	4	4	3	4	30
41	5	3	4	4	4	4	4	4	32
42	4	3	4	3	4	4	3	4	29
43	4	3	4	3	4	4	3	3	28
44	4	3	4	4	4	4	4	4	31
45	4	4	4	3	4	4	4	4	31
46	3	3	4	3	4	4	3	4	28
47	4	4	3	4	4	3	4	3	29

48	4	3	4	4	5	4	3	4	31
49	3	2	4	4	4	3	4	4	28
50	4	3	4	4	3	4	4	4	30
51	4	4	4	4	3	4	4	4	31
52	4	3	4	4	5	4	5	5	34
53	4	5	4	4	4	5	4	4	34
54	4	3	4	4	5	4	4	4	32
55	3	3	4	4	4	4	4	3	29
56	4	4	4	4	4	4	3	4	31
57	4	4	4	3	4	4	3	4	30
58	4	4	4	4	4	4	3	4	31
59	4	3	4	4	4	4	3	4	30
60	4	2	5	4	3	4	4	4	30
61	4	3	4	4	4	4	4	5	32
62	4	4	4	4	3	3	5	4	31
63	4	2	4	4	4	4	4	4	30
64	4	3	4	4	3	3	4	3	28
65	4	3	4	4	5	4	4	5	33
66	4	3	4	4	4	4	4	4	31
67	4	3	4	4	3	3	4	4	29
68	4	3	4	4	5	4	4	4	32
69	4	3	4	4	2	4	4	3	28
70	4	3	4	4	4	5	4	4	32
71	4	3	4	4	5	5	5	4	34
72	4	3	4	4	5	5	4	4	33
73	4	3	4	4	3	3	4	5	30
74	4	3	4	4	3	4	3	4	29

VARIABEL Y

	1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
1	5	4	3	5	3	4	4	28
2	3	4	4	4	4	4	4	27
3	3	4	3	4	3	3	2	22
4	4	5	5	3	4	3	3	27
5	3	4	4	4	3	4	4	26
6	3	5	4	5	3	4	4	28
7	4	5	5	4	4	4	4	30
8	4	4	5	5	5	4	4	31
9	4	5	4	4	5	4	4	30
10	4	3	4	4	4	4	4	27
11	4	3	4	5	4	4	4	28
12	3	4	4	5	4	4	4	28
13	4	4	4	4	5	4	4	29
14	3	4	5	4	4	4	4	28
15	5	5	4	4	4	3	3	28
16	4	5	5	4	4	4	4	30
17	3	5	5	4	4	4	4	29
18	4	5	5	4	3	4	4	29
19	4	5	5	4	4	4	4	30
20	4	5	4	5	4	4	4	30
21	4	5	5	4	4	4	4	30
22	4	5	4	4	4	3	4	28
23	4	5	4	4	4	4	4	29

24	4	5	4	5	4	4	4	30
25	4	5	5	4	4	4	4	30
26	4	4	5	4	3	4	4	28
27	4	5	4	4	4	3	4	28
28	3	5	4	4	4	4	4	28
29	4	4	5	4	5	4	4	30
30	4	4	5	4	3	4	3	27
31	4	4	4	4	5	4	4	29
32	4	5	5	4	4	4	4	30
33	3	4	5	4	4	2	4	26
34	4	4	5	4	5	4	4	30
35	4	4	5	5	5	3	4	30
36	4	5	4	4	4	3	3	27
37	4	4	4	5	3	4	4	28
38	4	5	5	4	4	4	4	30
39	4	4	4	3	3	4	4	26
40	3	4	3	5	3	4	4	26
41	3	5	3	5	3	4	4	27
42	5	4	4	5	3	5	3	29
43	3	4	3	4	3	4	4	25
44	5	4	3	4	4	4	4	28
45	3	4	4	4	3	4	4	26
46	3	4	3	4	3	4	4	25
47	4	3	4	5	4	3	3	26
48	4	5	5	5	4	4	4	31
49	4	3	5	5	4	4	4	29
50	4	5	5	3	4	4	3	28

51	4	4	5	5	3	3	3	27
52	4	4	5	5	4	4	4	30
53	4	5	5	4	4	4	4	30
54	4	5	5	5	4	5	4	32
55	3	4	3	3	3	4	3	23
56	3	4	4	3	3	5	4	26
57	3	4	3	4	3	4	4	25
58	3	4	3	4	3	4	4	25
59	3	4	3	5	4	3	3	25
60	2	4	3	4	2	4	3	22
61	2	4	4	4	3	4	5	26
62	3	5	4	4	3	4	5	28
63	4	4	4	2	3	3	3	23
64	4	5	5	4	5	5	5	33
65	4	5	5	4	5	4	3	30
66	4	5	5	3	3	4	4	28
67	4	3	4	4	5	4	4	28
68	4	3	4	4	5	4	4	28
69	4	5	5	4	5	4	4	31
70	4	5	5	4	5	4	4	31
71	4	4	3	4	5	4	4	28
72	4	5	5	5	4	5	5	33
73	4	5	5	4	4	5	4	31
74	4	5	5	4	4	5	4	31

Lampiran 3 Data Dokumentasi

Toko Wandu Jaya



Toko Emas Masamba



**IAIN PALOPO**

Toko sandal & sepatu grosir dan eceran



Lampiran 4 Data Administrasi

**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU UTARA**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**(DPMPTSP)**

Jl. Simpursiang Kantor Gabungan Dinas No.27 Telp/Fax. 0473-21536 Kode Pos: 92961 Masamba

---

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**  
Nomor : 13844/00527/SKP/DPMPTSP/X/2019

Isi : Permohonan Surat Keterangan Penelitian an. Abd. Hanan Asrawi Ms beserta lampirannya.  
Lampiran : Rekomendasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Luwu Utara Nomor 070/252/X/ Bakesbangpol/2019 Tanggal 02 Oktober 2019  
Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementrian Negara;  
2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah;  
4. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;  
5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;  
6. Peraturan Bupati Luwu Utara Nomor 11 Tahun 2018 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan, Non Perizinan dan Penanaman Modal Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Luwu Utara;

**MEMUTUSKAN**

Menetapkan : Memberikan Surat Keterangan Penelitian Kepada :  
Nama : Abd. Hanan Asrawi Ms  
Nomor : 085341339762  
Telepon :  
Alamat : Dsn. Karya Bakri, Desa Cendaha Patih Kecamatan Mappedeceng, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan  
Sekolah / : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo  
Instansi :  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Mjint Masyarakat Menabung Di BMT Trans Mukti Tama Syariah Masamba  
Penelitian (Studi pada pedagang Pasar Sentral Masamba)  
Lokasi : Pasar Sentral Masamba, Kelurahan Baliase Kecamatan Masamba, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan  
Penelitian

Dengan ketentuan sebagai berikut  
1. Surat Keterangan Penelitian ini mulai berlaku pada tanggal 03 Oktober s/d 10 Oktober 2019.  
2. Mematuhi semua peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.  
3. Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang surat ini tidak mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Keterangan Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan batal dengan sendirinya jika bertentangan dengan tujuan dan/atau ketentuan berlaku.

Dikeluarkan di : Masamba  
Pada Tanggal : 03 Oktober 2019

  
KERAJA DPMPTSP  
**FAHMU JANI, ST**  
NIP. 196604151998031007

Revisi : Rp. 0,00  
Seri : 13844  
Diproses kepada :  
Gubernur Pertama yang bersangkutan;  
Gubernur Kotamadya Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;  
Dit;

Scanned by TapScanner

## RIWAYAT HIDUP



**Abd Hanan Asrawi**, lahir di Masamba pada tanggal 14 Desember 1996. Penulis merupakan anak kelima dari lima bersaudara dari pasangan seorang ayah almarhum Maymun Reza dan ibu Saedah M. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jl. Kijang 2 Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo. Pendidikan Dasar penulis diselesaikan pada tahun 2008 di SDN 119 Cendana Putih Luwu Utara.

Penulis yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 1 Mappedeceng hingga tahun 2011. Pada tahun 2011 melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Mappedeceng dan lulus di tahun 2014. Setelah itu ditahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni yaitu di Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo .



# IAIN PALOPO