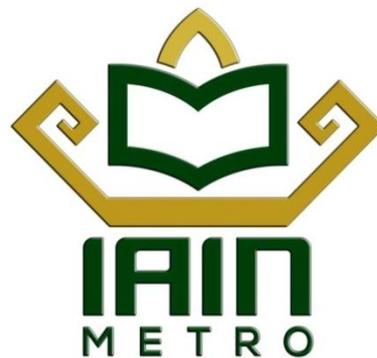


SKRIPSI

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG DALAM MENABUNG DI BMT (Studi Kasus Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan)

Oleh:

**Ema Rahma Wati
NPM.1502100046**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1440 H / 2019 M**

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG
DALAM MENABUNG DI BMT
(Studi Kasus Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan
Pekalongan)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**EMA RAHMA WATI
NPM. 1502100046**

Pembimbing I : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.MH
Pembimbing II : Era Yudistira, M.Ak

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO
1440 H / 2019 M**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG
DALAM MENABUNG DI BMT (Studi Kasus Pasar Pagi
(Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan)**

Nama : **EMA RAHMAWATI**
NPM : 1502100046
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Juli 2019

Pembimbing I,


Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Pembimbing II,


Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Ema Rahmawati**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **EMA RAHMAWATI**
NPM : 1502100046
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG
DALAM MENABUNG DI BMT (Studi Kasus Pasar Pagi
(Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Juli 2019

Pembimbing I,



Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Pembimbing II,



Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili: (0725) 47296: Website: www.syariah.metrouniv.ac.id, e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: 2055/In. 28.3 / D / PP-00.9 / 07 / 2019

Proposal dengan judul: FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG DALAM MENABUNG DI BMT (Studi Kasus Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan), disusun oleh EMA RAHMAWATI NPM 1502100046, Jurusan S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: jum'at, 26 Juli, 2019.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua/Moderator : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH

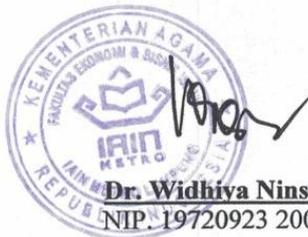
Penguji I : Drs. H. M. Saleh, M.A

Penguji II : Era Yudistira, M.Ak

Sekretaris : Enny Puji Lestari, M.E.Sy

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum.
NIP. 19720923 200003 2 002

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG
DALAM MENABUNG DI BMT
(Studi Kasus Pasar Pagi (Templek) Desa Gantiwarno Kecamatan
Pekalongan)**

ABSTRAK

**Oleh :
Ema Rahmawati**

Penelitian skripsi ini dilatarbelakangi oleh sebuah fenomena bahwa dalam menjalankan setiap usaha tentu membutuhkan dana. Hadirnya BMT di daerah pasar maka memiliki banyak tempat dikalangan pedagang. Adanya peran marketing pada BMT maka masyarakat dengan mudah mengetahui sistem dan pelayanan yang ada pada BMT.pasarpagi (Templek) Desa wonosari merupakan salah satu pasar yang menjadi target dari beberapa BMT. Terdapat suatu permasalahan yang mana pedagang sudah kecewa karena dana yang mereka tabung tidak kembali namum mereka masih tetap menabung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minatpedagang dalam menabung di BMT (Studi Kasus Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan). Penelitian ini adalah penelitian lapangan. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berfikir induktif

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT adalah Faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi adalah kepribadian, sikap, motivasi, dan kepercayaan. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi adalah pelayanan dan lokasi. Faktor internal yang dominan yaitu faktor kepribadian sedangkan faktor ekstenal yang dominan adalah pelayanan.

Kata Kunci: Faktor, Minat, Menabung, *Baitul Maal wa Tamwil*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : EMA RAHMA WATI
NPM : 1502100046
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juli 2019
Yang menyatakan,



MOTTO

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ طٰ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۡ ۲۷

“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”

(Q.S. Al-Isra' Ayat 27)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT dan ucapan *hamdulillairobil'alamiin*. Penulis persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Kedua Orang Tua Tercinta Bapak Nurdi Antoro dan Ibu Maryati. Doa tulus dan terima kasih selalu ku persembahkan atas jasa, pengorbanan, mendidik dan membesarkanku dengan penuh rasa sayang serta senantiasa mendoakan, memberikan motivasi dan dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan di IAIN Metro.
2. Kakak Ku yang Tersayang Eka Handayani, dan Rio Agus Wibowo yang ikut memberikan motivasi dan senantiasa mendoakan sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan di IAIN Metro.
3. Seluruh sahabat-sahabat seperjuangan SI Perbankan Syariah angkatan 2015 khususnya kelas A yang selalu menjadi sahabat menghibur dalam suka dan duka.
4. Almamaterku tercinta IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro,
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Ibu Hj.Siti Zulaikha,S.Ag,MH, selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Ibu Era Yudistira,M.Ak, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Pengurus pasar pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan yang memberikan izin dan fasilitas kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Bapak dan Ibu Dosen serta karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah .

Metro, Maret 2019

Peneliti,



Ema Rahmawati

NPM. 1502100046

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDULii
HALAMAN PERSETUJAN	iii
NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	ivx
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penelitian Relevan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Minat	12
1. Pengertian Minat	12
2. Dimensi Minat Pembelian Konsumen	12
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat	12
B. Tabungan	17
1. Pengertian Tabungan	17
2. Jenis-jenis tabungan	18

C. Baitul Mal Wal Tamwil	19
1. Pengertian Baitul Mal Wal Tamwil	19
2. Tujuan Baitul Mal Wal Tamwil	20

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	21
1. Jenis Penelitian	21
2. Sifat penelitian	21
B. Sumber Data	22
1. Sumber Data Primer	22
2. Sumber Data sekunder	24
C. Teknik Pengumpulan Data	24
1. Wawancara	24
2. Dokumentasi	25
D. Teknik Analisis Data	25

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah PasarPagi (Templek) Desa Wonosari.....	27
B. Struktur Pengurus Pasar Pagi(Templek) Desa Wonosari.....	28
C. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Dalam Menabung Di BMT	29
D. Hasil Pembahasan	37

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	42
B. Saran	43

DAFTAR PUS TAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pedagang Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari	5
Tabel 4.1 faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam Menabung di BMT	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Kepengurusan Pasar Pagi (Templek)

Desa Wonosari 28

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Alat Pengumpul Data (APD)
3. Surat Tugas
4. Surat Reseach
5. Surat keterangan bebas Pustaka
6. Dokumentasi
7. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Riwayat Hidup

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kegiatan sehari-hari kita tidak terlepas dari kegiatan ekonomi. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern permintaan masyarakat akan pemenuhan kebutuhan mengenai jasa lembaga keuangan sebagai tempat untuk menabung maupun jasa keuangan lainnya semakin banyak. Lembaga keuangan adalah lembaga yang kegiatan usahanya berkaitan dengan bidang keuangan. Perkembangan ekonomi masyarakat saat ini juga semakin maju, yang ditandai dengan semakin banyaknya lembaga keuangan dan dapat membuat masyarakat dengan mudah memilih lembaga keuangan untuk menyimpan uang atau menabung uang mereka sesuai dengan keinginan mereka.

Berkembangnya lembaga keuangan syariah di masyarakat maka memudahkan masyarakat untuk menggunakan jasa – jasa dari lembaga keuangan syariah terutama pada daerah pasar. lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya.¹ Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan syariah yang banyak berkembang di masyarakat. Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) disebut sebagai lembaga keuangan syariah yang bertujuan mengembangkan usaha – usaha produktif

¹ Nurul Huda, *Baitul Mal Wa Tamwil*, (Jakarta: Amzah, 2016), h 35

dan investasi untuk meningkatkan usaha. Salah satu tujuan dari BMT adalah meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat yang memiliki usaha kecil dan mendorong kegiatan menabung bagi masyarakat.²

Dalam menjalankan setiap usaha tentu membutuhkan dana dan modal usaha. Hadirnya BMT di daerah pasar maka memiliki banyak tempat di kalangan pedagang. Adanya peran marketing pada suatu lembaga keuangan syariah (BMT) maka masyarakat dapat dengan mudah mengetahui sistem yang digunakan dan akan menumbuhkan minat pedagang dalam menggunakan layanan dari BMT.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya BMT berbadan hukum Koperasi dan UMKM. Hal ini dijelaskan pada Undang-undang No.17 tahun 2012 tentang koperasi. KEPMEN Nomor 91/KEP/M.KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS).³ Namun seperti diketahui bahwa lembaga Keuangan terutama BMT tidak termasuk dalam naungan LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).⁴ Dimana jika BMT mengalami kebangkrutan tidak ada lembaga yang menjamin dana anggota yang dititipkan kepada BMT akan kembali. Maka hal ini akan berdampak pada turunnya tingkat kepercayaan masyarakat kepada BMT.

² Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h 452.

³ Novita Dewi Masyitho, *Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 TENTANG Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Atas Status Badan Hukum Dan Pengawasan Baitul Mal Wal Tamwil*, (Semarang: Fakultas Syariah IAIN Walisongo), Vol.V / Edisi 2 / Oktober 2014, h 19.

⁴ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, h 323.

Keputusan konsumen (pedagang) untuk membeli suatu produk didasarkan pada beberapa aspek yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.⁵ Namun dari tahapan – tahapan diatas pengambilan keputusan tidak bisa ditentukan begitu saja oleh konsumen melainkan melalui beberapa proses. Tidak beda halnya dengan keputusan pedagang dalam menggunakan BMT. Pelayanan yang diberikan BMT saat ini memang lebih memudahkan pedagang dalam melakukan transaksi. Dimana BMT saat ini juga hadir dalam lingkungan pasar untuk membantu pedagang dalam mengembangkan usahanya dan kegiatan menabung. Penggunaan BMT sebagai alternatif layanan oleh pedagang memudahkan pedagang untuk menyimpan uangnya dengan mudah dibandingkan dengan pedagang harus menabung di bank.

Pasar Pagi (templek) wonosari merupakan salah satu pasar yang menjadi target pemasaran dari beberapa BMT. Dari hasil survey yang peneliti lakukan pasar pagi (templek) Desa Wonosari kecamatan Pekalongan adalah pasar pagi yang terletak di Desa Wonosari yang memiliki pedagang sejumlah 90orang. Pasar pagi (Templek) ini termasuk pasar yang menjadi target pemasaran dari beberapa lembaga keuangan syariah seperti BMT dan koperasi. Hal ini terlihat adanya beberapa lembaga keuangan yang beroperasi di pasar pagi (Templek) ini seperti BTM Utama, Koperasi Yulianan jaya, BMT Familier, dan BMT Husnayain. Keempat lembaga keuangan ini

⁵ Nana Herdianan Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Lingkar Selatan:CV Pustaka Setia,2015),h 41.

menjadikan pasar pagi (Templek) sebagai sasaran mereka untuk memasarkan jasa-jasa yang dimiliki kepada para pedagang yang ada di pasar pagi ini.

Mayoritas dari pedagang pasar pagi ini adalah anggota atau nasabah dari 4 lembaga keuangan yang ada di pasar pagi(Templek). Para pedagang rata-rata menggunakan produk penghimpunan dana (menabung) dari keempat lembaga keuangan yang ada. Produk penghimpunan yang banyak di minati oleh pedagang adalah produk tabungan harian dan tabungan hari raya Idul Fitri.

Namun, 2 dari lembaga keuangan yang ada ini telah mengalami kebangkrutan. Dua lembaga keuangan yang mengalami kebangkrutan ini adalah BMT Familier dan BMT Husnayain. Akibat kebangkrutan yang dialami oleh 2 lembaga keuangan ini membuat kecewa kepada para pedagang yang menabung di kedua lembaga keuangan. Para pedagang kecewa karena dana yang mereka tabung atau simpan tidak bisa kembali karena sulitnya BMT dalam memperoleh dana untuk mengembalikan dana simpanan para pedagang. Hal ini membuat beberapa pedagang geram hingga mendatangi kantor pusat BMT Familier untuk menuntut agar pihak BMT mengembalikan dana yang mereka simpan di BMT tersebut. Namun,tetap saja pihak BMT tidak bisa mengembalikan dana tabungan para pedagang.⁶

Saat ini masih ada 2 Lembaga keuangan yang masih aktif beroperasi di pasar pagi (Templek) Desa Wonosari ini. Dua lembaga keuangan tersebut

⁶ wawancara dengan Ibu Eka selaku pedagang pasar pagi (templek) Desa Wonosari pada tanggal 14 November 2018

adalah BTM Utama dan Koperasi Yuliana jaya. Para pedagang yang sudah kecewa dengan sikap BMT yang mengalami kebangkrutan pun juga masih tetap menabung di BTM Utama dan Koperasi Yuliana Jaya. Para pedagang masih aktif menabung dan menggunakan produk-produk dari kedua lembaga keuangan ini walaupun mereka sadar bahwa resiko yang mereka akan mereka tanggung apabila suatu saat kedua BMT ini bangkrut atau mengalami kegagalan.

Berikut adalah data pedagang pasar pagi (Templek) yang sudah kecewa dan tetap menabung di BMT yang masih aktif menjadi yang ada di pasar tersebut.

Tabel 1.1 Jumlah pedagang & Anggota BMT

No	Keterangan	Jumlah pedagang & Anggota tahun 2018
1.	BTM Utama	80 anggota
2.	Koperasi Yuliana jaya	75 anggota

Tabel 1.1

Dari tabel di atas dapat peneliti simpulkan bahwa masih tingginya minat pedagang dalam menabung di BMT. Sedangkan para pedagang ini sudah kecewa karena dana yang mereka tabung di BMT Familier dan Husnayain tidak kembali. Dan mereka pun sadar bahwa resiko yang akan mereka tanggung kedepan sama dengan pengalam yang sudah mereka rasakan apabila suatu saat kedua lembaga keuangan yang masih aktif ini mengalami kegagalan.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Maryati selaku pedagang di pasar pagi (Templek) Wonosari selaku anggota dari lembaga keuangan Syariah (BMT) mengatakan bahwa beliau menabung pada BMT Husnayain, BTM Utama, dan Koperasi Yuliana Jaya namun, karena BMT Familier dan BMT Husnayain mengalami kebangkrutan maka uang yang beliau tabung di BMT Familier dan BMT Husnayain belum kembali sampai saat ini.⁷

Hasil wawancara dengan ibu Tumpi selaku anggota dari BMT Familier dan BTM Utama, beliau juga kecewa karena dana yang beliau tabung di BMT Familier belum kembali.⁸ Kemudian hasil wawancara dengan ibu Sri selaku pedagang dan anggota dari BMT familier, ibu Sri mengatakan sangat kecewa dengan BMT Familier karena dana yang akan digunakan oleh beliau tidak juga cair.⁹ Para pedagang ini juga sangat menyayangkan atas kurang tanggungjawabnya BMT terhadap mereka. Namun saat ini para pedagang tersebut masih tetap aktif menabung di BTM Utama dan Koperasi Yuliana Jaya.

Berdasarkan pemaparan diatas, ada permasalahan yaitu yang mana pedagang sudah kecewa kerena dana yang mereka tabung di BMT tidak kembali namun mereka masih menabung di BMT. Hal ini yang membuat peneliti ingin melakukan penelitian tentang “ Faktor Yang Mempengaruhi

⁷ wawancara dengan Maryati selaku pedagang dan anggota BMT, pada Rabu 14 November 2018

⁸ wawancara dengan Muji selaku pedagang dan anggota BMT, pada Rabu 14 November 2018.

⁹ wawancara dengan Sri selaku pedagang dan Anggota BMT, pada Rabu 14 November 2018.

Minat Pedagang Dalam Menabung Di BMT (Studi Kasus Pasar Pagi(Templpek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang menjadi pertanyaan peneliti dalam penelitian ini yaitu “Apa saja faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT (study kasus pasar pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan)?”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT (studi kasus pasar pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan).

D. Manfaat Penelitian

a) Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat memberikan sumbangan berupa pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT

b) Secara Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan informasi kepada pembaca dan peneliti mengenai faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT.

E. Penelitian Relevan

Bagian ini berisi tentang uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji dalam penulisan ini. Penelitian ini mengangkat judul “faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT (study kasus pasar pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan)”.

Selanjutnya untuk menghindari kesamaan penelitian yang peneliti teliti, maka kita harus melihat penelitian- penelitian terdahulu, peneliti menemukan ada beberapa penelitian yang memiliki karekteristik yang hampir sama di antaranya yaitu:

1. Faktor–faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (kasus pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta). Yang dilakukan oleh Yayan Fauzi dari Fakultas Syariah Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2010. Penelitian ini berisi tentang faktor yang mempengaruhi minat Nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta adalah kualitas produk, nisbah bagi hasil dan pelayanan. Dimana kualitas produk yang ditawarkan oleh Bank

BNI Syariah memberikan pengaruh yang positif dalam meningkatkan minat Nasabah. Selanjutnya nisbah bagi hasil, nisbah bagi hasil yang di tawarkan oleh Bank BNI Syariah memberikan pengaruh dalam meningkatkan minat nasabah karena semakin besar nisbah bagi hasil yang di berikan oleh pihak bank maka akan menumbuhkan minat nasabah untuk menabung pada Bank BNI syariah. Dan yang terakhir pelayanan, pelayanan yang di berikan oleh Bank BNI Syariah juga memberikan pengaruh terhadap minat nasabah dimana pelayanan yang baik yang diberikan oleh Bank BNI Syariah akan meningkatkan minat nasabah dalam menabung di Bank BNI Syariah.¹⁰

2. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Produk Simpanan Mudharabah (Studi Kasus Pada KJKS BMT Muamalat Rowosari,Tegal). Yang diteliti oleh Orizanti Nurul S dari Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo pada tahun 2011. Penelitian ini berisi tentang faktor yang mempengaruhi minat nasabah produk simpanan Mudharabah adalah faktor dorongan dari dalam, motif sosial, dan emosional.yang dimaksud dari faktor dorongan dari dalam adalah rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru. Motif sosial adalah minat dalam upaya mengembangkan diri dari dan dalam ilmu pengetahuan yang mungkin diilhami oleh hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja

¹⁰ Yayan Fauzi, *Faktor – faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (kasus pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)*, (Fakultas Syariah Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta:2010).

atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan. Emosional adalah minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi.¹¹

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa UIN Sunan Kalijaga untuk menabung di bank syariah. Yang diteliti oleh Wyska Mielanti Dana Saputri dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2017. Penelitian ini berisi tentang faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menabung di Bank Syariah adalah faktor keuangan jadi semakin tingkat keuangan mahasiswa maka meningkatkan minat mahasiswa untuk menabung, hal ini disebabkan karena mahasiswa mampu mengelola keuangan dengan bijak. Dengan kemampuan pengelolannya yang baik maka mahasiswa berminat untuk menyisihkan sebagiannya uangnya untuk menabung. Faktor bagi hasil, semakin tinggi bagi hasil yang diberikan oleh perbankan syariah maka minat menabung di perbankan syariah akan meningkat, hal ini disebabkan karena bagi hasil yang diberikan sesuai dengan kesepakatan dapat memberikan keuntungan bagi mereka. Faktor pendapatan, semakin besar pendapat yang dimiliki oleh mahasiswa maka semakin besar pula minat menabung di perbankan syariah, hal ini disebabkan karena meningkatnya uang saku mahasiswa otomatis terpenuhilah semua kebutuhannya dan akan memberikan pengaruh bahwa mahasiswa akan menabungkan sisa uang sakunnya. Faktor

¹¹ Orizanti Nurul S, *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Produk Simpanan Mudharabah (Studi Kasus Pada KJKS BMT Muamlat Rowosari, Tegal)*, (Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo : 2011)

religiusitas, semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa maka akan minat menabung di perbankan syariah akan meningkat, hal ini disebabkan dengan tingkat religiusitas mahasiswa yang baik maka mahasiswa akan menabung di bank syariah untuk menghindari unsur riba.¹²

Berdasarkan penelitian relevan diatas terdapat persamaan judul skripsi peneliti dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama membahas mengenai faktor yang mempengaruhi minat menabung. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian yaitu penelitian yang pertama dan kedua berfokus pada nasabah, dan penelitian ketiga berfokus pada mahasiswa, sedangkan penelitian yang peneliti tulis berfokus pada minat pedagang dalam menabung di BMT

¹² Wyska Mielanti Dana Saputri, *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minak Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Untuk Menabung Di Bank Syariah*, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta : 2017).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Minat

1. Pengertian Minat

Minat adalah suatu kecenderungan seseorang untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang lain, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.

Menurut Wijaya, minat adalah mediator pengaruh berbagai faktor-faktor motivasional yang berdampak pada suatu perilaku yang juga menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba, seberapa besar upaya yang direncanakan oleh seseorang untuk dilakukannya, dan paling dekat dengan perilaku selanjutnya.¹

Dari pengertian diatas dapat peneliti simpulkan bahwa minat adalah dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang yang menyebabkan perasaan suka atau tertarik terhadap sesuatu.

2. Dimensi Minat Pembelian Konsumen

Dimensi minat pembelian nasabah (Konsumen) adalah sebagai berikut :²

¹ Yenny pratiwi dan I Made Wardana, "E-jurnal Manajemen Unud", *Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, (Bali: Fakultas Ekonomin dan Bisnis Unud), Vol.5, h 224.

² Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017, h. 168

a. Minat transaksional,

Yaitu kecenderungan konsumen atau nasabah untuk menggunakan produk atau jasa

b. Minat Referensial,

Merupakan kecenderungan konsumen atau nasabah mereferensikan atau menginformasikan produk atau jasa kepada orang lain.

c. Minat prefensial

Yaitu minat yang menggambarkan perilaku konsumen atau nasabah yang memiliki minat utama pada produk atau jasa tersebut

d. Minat eksploratif

Yaitu minat menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi lain mengenai produk dan jasa yang diminati sehingga tahu sifat-sifat yang terdapat dalam produk atau jasa tersebut.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Swasta dan Irawan menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat berhubungan dengan perasaan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli suatu barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, kegagalan biasanya akan menghilangkan minat.³

³*Ibid.*, 168

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat terhadap sesuatu secara garis besar berasal dari dalam diri individu (internal) dan berasal dari luar lingkungan (eksternal).

a. Faktor internal terdiri dari kepribadian, motivasi, sikap, keyakinan, gaya hidup, dan agama.

1) Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologi seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri. Kepribadian dapat digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen untuk produk dan pemilihan merek tertentu.⁴

2) Motivasi

Menurut Jeffrey proses motivasi terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan, ataupun harapan yang tidak terpenuhi. Dalam motivasi inilah sangat dimungkinkan terjadi perbedaan antara konsumen yang satu dengan yang lain meskipun mereka memiliki kebutuhan yang sama.⁵

3) Sikap dan Keyakinan

Melalui bertindak belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya mempengaruhi pembeli. Keyakinan dapat membentuk citra produk dan merek. Konsumen yang mereka

⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), jilid, h. 171.

⁵ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h 216

suka atau bersikap positif terhadap produk cenderung memiliki keinginan yang kuat untuk memilih dan membeli produk yang disukainya. Sebaliknya jika konsumen bersikap negatif terhadap suatu produk akan memperhitungkan produk tersebut sebagai pilihan pembelian, bahkan tidak jarang akan menyampaikan ketidaksukaan kepada kerabat, teman, atau tetangga.⁶

4) Gaya hidup

Orang-orang yang berasal dari subbudaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda.⁷

5) Agama

Karena bervariasi, serta sifatnya yang pribadi, kelompok Agama mempunyai pengaruh yang sangat penting bagi konsumsi suatu masyarakat, kelompok keagamaan akan memperhatikan preferensi dan tabu yang spesifik. Pemasar hendaknya dapat memperhatikan secara seksama preferensi dan tabu yang spesifik atas barang yang dihasilkan karena akan mempengaruhi perilaku pembeli dari kelompok keagamaan yang dimaksud.⁸

b. Faktor eksternal

1) Pelayanan

Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan seorang pegawai bank atau lembaga keuangan lainnya dengan

⁶ *Ibid.*, h 217

⁷ *Ibid.*, h 216

⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Prilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta:CV Andi Offset,2013), h 46

nasabah diperlukan etika yang baik, sehingga kedua belah pihak baik nasabah maupun pegawai dapat saling menghargai. Hasil yang diperoleh bank atau lembaga keuangan lainnya atas pelayanan jasa bank syariah yaitu berupa pendapat fee dan komisi.⁹

Apabila pelayanan yang diberikan kepada nasabah baik maka akan membuat banyak nasabah menjadi tertarik untuk menggunakan jasa-jasa dari lembaga keuangan.

2) Margin keuntungan

Lembaga keuangan bank syariah menerapkan margin keuntungan terhadap produk-produk yang ditawarkan.

3) Promosi

Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menarik konsumen agar membeli produk yang ditawarkan.¹⁰

4) Lokasi

Lokasi adalah sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Konsumen pasti menginginkan lokasi bank berada pada lokasi yang mudah dijangkau.¹¹

⁹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), h 53

¹⁰ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 222

¹¹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), Cet. 10, h. 340

B. Tabungan

1. Pengertian Tabungan

Dalam Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Adapun yang dimaksud dengan syarat-syarat tertentu yaitu sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat antara bank dengan si penabung.¹²

Menurut Undang-undang Perbankan Syariah nomor 21 Tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syariat dan ketentuan tertentu yang sudah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹³

Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No.02/DSN-MUI/IV/200, Tabungan dibagi menjadi dua jenis, yaitu:¹⁴

- a. Tabungan yang tidak dibenarkan secara prinsip syariah yang berupa tabungan dengan berdasarkan perhitungan bunga.
- b. Tabungan yang dibenarkan secara prinsip syariah yakni tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*.

¹² Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 69-70

¹³ M. Nur Rianto Al-Arif, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Bandung: CV.Pustaka Setis, 2015)h. 345

¹⁴ *Ibid.*,h 346

2. Jenis-jenis Tabungan

Jenis usaha BMT dimodifikasi dari produk perbankan syariah. Usaha BMT dapat dibedakan menjadi 2 yaitu memobilisasi simpanan dari anggota dan usaha pembiayaan. Yang termasuk dalam bentuk usaha memobilisasi simpanan berupa;¹⁵

1) Simpanan Mudharabah biasa

Simpanan mudharabah adalah akad yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pemilik modal (*sahibul mal*) dan pelaku usaha yang menjalankan modal (*Mudarib*).jadi disini anggota berperan sebagai pemilik modal, dan BMT sebagai pelaku usaha. ¹⁶

2) Simpanan Mudharabah Idul Fitri

Simpanan yang dihimpun dari anggota yang berkeinginan menyisihkan uangnya untuk persiapan hari raya idul fitri. Keuntungan simp. Hari Raya : tidak ada administrasi bulanan,dapat diambil saat menjelang Hari Raya Idul Fitri, dan akan mendapat paket lebaran

¹⁵ Ahmad Hasan Ridwan,*Manajemen Baitul Mal*, h 27.

¹⁶ Kasmir,*Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*,(Jakarta,Rajawali Pers :2104) h 169..

C. BMT (Baitul Mal Wa Tamwil)

1. Pengertian BMT (Baitul Mal WA Tamwil)

BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa at-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas usaha pengusaha kecil dan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.¹⁷ BMT adalah lembaga ekonomi atau keuangan syariah nonperbankan yang sifatnya informal karena lembaga ini didirikan oleh kelompok swadaya masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya.¹⁸ BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) secara harfiah Baitul Maal berarti rumah dana dan baitul tamwil adalah rumah usaha. Jadi, BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial.¹⁹

Jadi dari pengertian diatas dapat peneliti simpulkan bahwa pengertian BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) adalah sebuah lembaga keuangan syariah nonperbankan yang kegiatannya mengembangkan usahan kecil masyarakat dan mendorong kegiatan menabung masyarakat.

¹⁷ Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, (Bandung:CV Pustaka Setia,2013),h 23.

¹⁸ Nurul Huda, *Baitul Mal Wa Tamwil*, (Jakarta:Amzah,2016),h 35

¹⁹ Muhammad RIDwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, (Yogyakarta:UUI Press,2004),h 126.

2. Tujuan BMT (Baitul Mal Wa Tamwil)

Tujuan dari BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) adalah terciptanya sistem lembaga dan kondisi kehidupan ekonomi yang dilandasi oleh nilai-nilai dasar salam (keselamatan),keadilan,kedamaian,dan kesejahteraan.²⁰ BMT juga bertujuan meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.²¹ Selain itu, BMT juga bertujuan mewujudkan kehidupan keluarga dan masyarakat disekitar BMT yang selamat, damai,dan sejahtera.²² Jadi dapat peneliti simpulkan tujuan dari BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) adalah menciptakan sebuah lembaga yang di landasi dengan syariat Islam guna meningkatkan kualiiitas ekonomi khususnya anggotanyan dan masyarakat umumnya.

Untuk mencapai tujuannya BMT (Baitul Mal Wa Tamwil) maka BMT harus mengembangkan kegiatan simpan pinjam dengan prinsip syariah, dan memiliki prinsip dalam menjalankan kegiatannya yaitu prinsip profesional dan islamiah.

²⁰Ahmad Hasan Ridwan,*Manajemen Baitul Mal*, h 25.

²¹Djoko Muljono, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: ANDI,2015),h 472.

²²Nurul Huda,*Baitul Mal*,h 38.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan penyelidikan mendalam mengenai suatu unit sosial yang sedemikian rupa sehingga menghasilkan gambaran yang terorganisasi dengan baik.¹

Penelitian ini dilakukan dengan cara menghimpun data dalam keadaan yang sewajarnya, menggunakan cara kerja yang sistematis dan terarah, sehingga tidak merubah sifat asli dalam suatu kegiatan yang ada di dalam suatu tempat yang diteliti.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif diartikan sesuatu untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi dan variabel yang timbul dan menjadi objek penelitian.² Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian.

¹Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), h. 80.

²Burham Bungin, *Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 48

Jadi dapat dipahami bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menggambarkan suatu gejala fenomena sosial yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis,

B. Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh.³ Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan yaitu lapangan maka sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber yang diperoleh peneliti dari sumber asli.⁴ Sumber data ini merupakan sumber pertama dimana sebuah data yang dihasilkan dari wawancara antara penyusun dan orang-orang yang meliputi subjek penelitian. Sampel dalam penelitian adalah populasi pedagang pasar pagi (Templek) yang menabung di BMT. Adapun jumlah pedagang pasar pagi yang masih minat menabung ada 80 orang pedagang. Peneliti menggunakan teknik *Snowball Sampling*. *Snowball sampling* adalah dimana penelitian secara acak menghubungi beberapa responden yang memenuhi kriteria dan kemudian meminta responden bersangkutan untuk merekomendasikan ke orang lain yang mereka ketahui yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sebagai responden sehingga kelompok itu

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Yogyakarta; Rieneka Cipta, 2010), h. 172.

⁴ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 103.

semakin besar, bagaikan bola salju yang kian membesar bila meluncur dari puncak bukit kebawah.⁵ Misalkan, peneliti merencanakan A sebafei orang pertama sebagai sumber data, kemudian A menyarankan ke B dan C, selanjutnya dari B dan C belum memperoleh data yang akurat maka peneliti pergi ke E selanjutnya ke H, ke G, ke I dan terakhir ke J. Setelah sampai J data sudah jenuh, sehingga sampel sumber data sudah mencukupi.⁶

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data kedua sesudah sumber data primer.⁷ Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku pustaka yang ditulis orang lain, dokumen-dokumen yang merupakan hasil penelitian dan laporan. Dalam penelitian ini sumber data sekunder yang peneliti gunakan adalah buku tentang minat yaitu perilaku konsumen karangan Donni Juni Priansa. Dan jurnal tentang minat, tabungan dan jenis-jenis tabungan.

Sumber data sekunder diharapkan dapat menjadi penunjang penelitian dalam memperoleh data dalam penelitian ini, sehingga sumber data primer menjadi lebih lengkap.

⁵ S Nasution, *Metode Research*, (Jakarta; Bumi Aksara, 2012), h. 99.

⁶ Sugioyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), H 220

⁷ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam..* h.105.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data adalah suatu cara mengumpulkan data – data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian.⁸ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode interview(wawancara) dan dokumentasi

1. *Interview* (wawancara)

Wawancara yaitu suatu proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan, dimana dua orang atau lebih bertatap muka, mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.⁹ Wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara bebas terpimpin. Wawancara bebas terpimpin adalah kombinasi antara wawancara bebas dan terpimpin. Jadi, pewawancara hanya perlu membuat pokok-pokok masalah yang akan diteliti, dan selanjutnya poses wawancara berlangsung mengikuti suasana.¹⁰

Untuk memperoleh data yang diinginkan oleh peneliti maka peneliti mencari informasi tentang faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT kepada pedagang pasar pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan dan marketing dari

⁸ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertai Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2010), h.138

⁹ Cholid Narbuko & Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), h 83.

¹⁰ *ibid.*, h 85.

BTM Utama yaitu Ibu Hima ,dan Marketing Koperasi Yuliana Jaya yaitu Ibu Uli.

2. Dokumentasi

Menurut Abdurrahman Fatoni, studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden.¹¹ Dokumentasi ini digunakan untuk mencari dan mengumpulkan bahan-bahan tertulis yang berkenaan dengan keadaan dan dokumen yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT di pasar pagi(templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan.

D. Teknis Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data menemukan pola, memilah-memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan yang penting dan apa yang dipelajari dalam memutuskan apa yang dapat diceritakan ke orang lain.¹²

Peneliti menggunakan metode analisis kualitatif, karena dalam bentuk kalimat serta uraian-uraian, bahkan dapat berupa cerita pendek.¹³ Dalam analisis kualitatif prosedur penelitian menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan dan tingkah laku yang di observasi dari manusia.

¹¹ Abdurrahmat Fatoni, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*9(Jakarta: Rieneka Cipta, 2006),h. 112.

¹² Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif, edisi Revisi*, h. 248.

¹³ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*, h,124.

Metode berfikir yang digunakan oleh peneliti dalam merumuskan kesimpulan akhir yaitu dengan cara berfikir induktif, dimana suatu cara berfikir yang berangkat dari masing-masing premi yang bersifat khusus, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat generalisasi atau bersifat umum.¹⁴

Berdasarkan uraian diatas peneliti dalam menganalisis data menggunakan data yang telah diperoleh dalam bentuk uraian-uraian kemudian data tersebut dianalisis dengan cara berfikir induktif yaitu secara khusus dari informasi tentang faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Kemudian dari informasi tersebut dapat ditarik kesimpulan secara umum mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT stadi kasus pada pasar pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan.

¹⁴ Abdurrahman Fatoni, *Metodelogi Penelitian dan teknik penyusunan Skripsi*, h. 83

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari

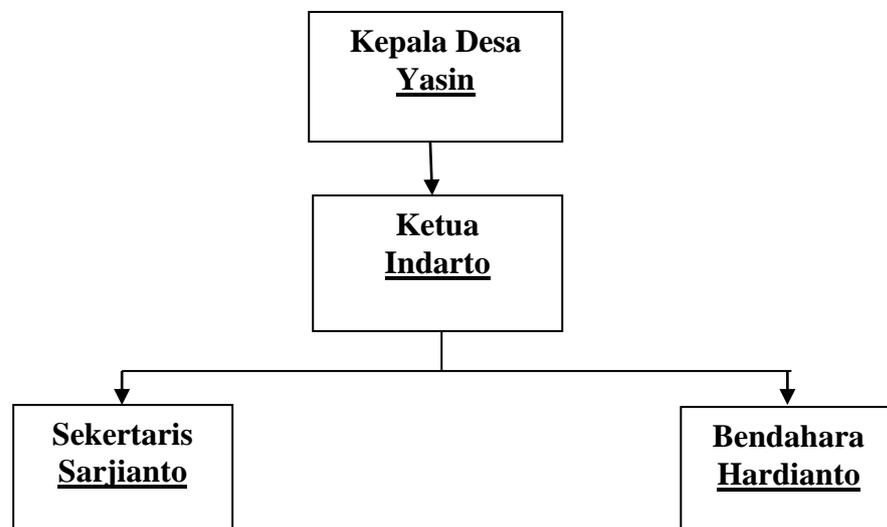
Pasar pagi (Templek) ini terletak di Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. Sebelum dibangun pasar tanah ini merupakan tanah yang dimiliki oleh Desa Wonosari. Awalnya tempat ini digunakan untuk melakukan transaksi jual beli sayuran di sepanjang pinggir jalan kemudian pada tahun 1990 mulai dikembangkan menjadi pasar dan mulai didirikan ruko-ruko namun, ruko-ruko tersebut belum menjadi bangunan yang kokoh melainkan hanya ruko-ruko yang terbuat dari geribik. Pada tahun 1994 bangunan yang terbuat dari geribik ini mulai dibangun oleh desa menjadi bangunan yang kokoh dan para pedagang diperuntukan biaya sebesar 4 juta rupiah untuk menebus ruko tersebut. Setelah 4 tahun berjalan bangunan pasar yang telah ditembus 4 juta tersebut kembali ke Desa dan pemilik ruko mulai membayar sewa sebesar 500 ribu per tahun. Setelah tahun 2014 sewa ruko pun naik menjadi 1 juta pertahun. Dan pada tahun 2019 ini pasar pagi (Templek) direnovasi kembali.

Pasar pagi (Templek) ini sekarang dihuni oleh pedagang dengan jumlah yang begitu ramai. Pasar pagi (Templek) ini aktivitas pedagangnya dimulai dari pukul 04.00-08.00 pagi hari rata-rata yang membeli para bakul yang membawa gerobak untuk diperjual belikan keliling atau para

pedagang rumahan. Barang-barang yang diperjual belikan di pasar pagi (Templek) berupa sembako, sayur-sayuran, bumbu kering, ikan, daging, kue basah, dan ada beberapa yang menjual perabotan rumah tangga. ¹

2. Struktur Pengurus Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari

Berikut adalah struktur kepengurusan pasar pagi (Templek) Desa Wonosari;²



Gambar 4.1 Struktur Pengurus

Adapun tugas-tugas dari masing-masing pengurus Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari adalah kepala desa sebagai penanggung jawab. Selanjutnya ketua sebagai pengatur jalannya kegiatan pasar di bawah pengawasan Kepala Desa. Sekretaris bertugas sebagai orang yang memberikan surat-surat pemberitahuan hal-hal yang berkenaan dengan jalannya kegiatan pasar. Sedangkan bendahara memiliki tugas sebagai

¹ Dokumentasi Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari.

² Dokumentasi Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari.

pemungut dana sewa dari para pedagang dan jalannya kegiatan administrasi lainnya.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Dalam Menabung Di BMT

Minat merupakan dorongan kuat bagi seseorang yang timbul dari dalam diri untuk melakukan segala sesuatu untuk mewujudkan suatu pencapaian dari sebuah tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginan. Minat juga dapat dikatakan sebagai perangkat mental yang terdiri dari perasaan, harapan, pendirian, dan kecenderungan lain yang mengarahkan individu pada suatu pilihan tertentu.

Minat yang besar pada suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati. Minat adalah sebuah motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan dan mereka bebas memilih. Setiap minat akan memberikan kepuasan pada kebutuhan. Minat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang dimaksud seperti kepribadian, motivasi, sikap, gaya hidup, dan Agama. Sedangkan yang dimaksud dengan faktor eksternal seperti keluarga, pelayanan, margin keuntungan, promosi, dan lokasi.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Hima selaku Marketing dari BTM Utama ada beberapa faktor yang mempengaruhi para pedagang menabung di BTM Utama. Faktor yang pertama adalah faktor pelayanan yang diberikan oleh pihak BTM Utama, pelayanan yang diberikan adalah

dengan pengambilan tabungan dengan sistem jemput bola. Selain faktor pelayanan faktor lainnya adalah dari diri pedagangnyanya masing-masing. Selain itu, BTM utama juga memberikan pelayanan kepada anggota yaitu dengan pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan tugas yang baik sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dan keyakinan dari anggota untuk meningkatkan minat menabung.

Pelayanan yang diberikan oleh BTM Utama untuk mempermudah para anggotanya yaitu dengan sistem jemput bola. Sistem jemput bola adalah pihak BTM Utama mendatangi langsung para anggota ketempat anggotanya berada, hal ini sangat mempermudah anggota yang tidak memiliki kesempatan untuk datang langsung ke kantor untuk menabung.³

Selanjutnya, faktor bagi hasil tidak memberikan pengaruh terhadap pedagang di pasar pagi (Templek) ini untuk menabung di BTM Utama. BTM Utama menawarkan bagi hasil sebesar 1,3% untuk anggotanya yang menabung di BTM Utama. Namun persentase ini tidak memberikan pengaruh terhadap minat pedagang dalam menabung di BTM Utama. Hal ini dikarenakan para pedagang kurang memahami tentang bagi hasil.

Selanjutnya, dilihat dari faktor promosi yang dilakukan oleh BTM Utama kepada para pedagang pasar pagi (Templek) tidak berpengaruh terhadap minat pedagang untuk menabung di BTM Utama, hal ini

³ *ibid.*

dikarenakan para pedagang lebih cenderung terhadap pelayanan yang diberikan oleh BTM Utama dibandingkan dengan promosi yang diberikan.

Selanjutnya, faktor lokasi kantor pusat BTM Utama yang berdekatan juga memberikan pengaruh kepada pedagang dalam menabung di BTM Utama. Hal ini karena para pedagang bisa memperhatikan perkembangan dari kinerja BTM Utama.

Menurut Ibu Hima selaku marketing dari BTM Utama produk tabungan adalah produk yang paling diminati oleh para pedagang pasar pagi (Templek) desa wonosari terutama produk Simpanan Mudharabah Biasa dan Simpanan Mudharabah Idhul Fitri. Faktor yang mempengaruhi minat para pedagang terhadap produk tersebut karena besarnya tabungan sesuai dengan kemampuan anggota dengan besaran jasa sesuai dengan kesepakatan anggota atau jumlah dan waktu pembayarannya tidak ditentukan.⁴

Adapun upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak BTM Utama untuk terus mempertahankan kepercayaan dari pedagang agar terus menabung di BTM Utama adalah memberikan pelayanan yang baik dengan cara selalu mengutamakan apa yang diperlukan oleh anggota contohnya adalah ketika anggota ingin mengambil uang tabungan yang dimiliki pihak BTM sesegara mungkin memberikan uang tersebut kepada anggota. Selain itu, ketika masa pengambilan tabungan hari raya pihak BTM harus segera

⁴ wawancara dengan Ibu Hima selaku Marketing Pihak BTM Utama pada tanggal 27 Mei 2019

memberikan tabungan itu kepada para anggota sebelum Hari Raya Idul Fitri tiba.

Selanjutnya upaya yang dilakukan BTM Utama dalam menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan lain adalah dengan terus memberikan pelayanan yang baik dan tetap menjaga kepercayaan anggota. Sehingga anggota puas terhadap apa yang diberikan BTM Utama kepada anggotanya.

Menurut Ibu Uli selaku Marketing dari Koperasi Yuliana Jaya faktor yang mempengaruhi pedagang dalam menabung di Koperasi Yuliana Jaya adalah faktor pelayanan, dan lokasi. Sama halnya dengan pelayanan yang diberikan oleh BTM Utama, Koperasi Yuliana Jaya juga menerapkan sistem jemput bola dalam pengambilan tabungan kepada anggotanya.

Selanjutnya dalam sistem tabungan yang ada pada Koperasi Yuliana Jaya tidak memberikan bagi hasil kepada anggotanya yang menabung. Jadi faktor bagi hasil tidak berpengaruh pada minat pedagang dalam menabung di Koperasi Yulianan Jaya. Selain tidak memberikan bagi hasil Koperasi Yuliana Jaya juga tidak melakukan promosi secara berkala dan intensif karena mereka hadir dilingkungan pasar yang sebagian besar orang-orang yang berada di sekitarnya juga memerlukan jasa dari lembaga keuangan.

Menurut Ibu Uli selaku Marketing dari Koperasi Yuliana Jaya produk tabungan yang paling diminati oleh pedagang pasar pagi (Templek) Desa Wonosari adalah tabungan biasa/ tabungan harian. Faktor yang

mempengaruhi minat pedagang menggunakan produk ini karena pedagang dapat setiap waktu mengambil uang yang mereka tabung.⁵

Upaya yang dilakukan oleh pihak Koperasi Yuliana Jaya untuk mempertahankan kepercayaan dari anggotanya adalah pihak koperasi Yuliana Jaya menabungkan kembali uang pedagang kedalam rekening yang dimiliki oleh para pedagang (bagi yang memiliki buku rekening) jadi setelah uang anggota yang di tabung sudah mencapai nominal yang cukup banyak dan anggota ingin menyimpan kedalam rekeningnya maka pihak Koperasi membantu para anggota untuk menabungkan ke rekening masing-masing.

Upaya yang dilakukan oleh pihak Koperasi Yulianan Jaya untuk menghadapi lembaga keuangan lainnya adalah memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada para anggotanya. Selain itu memberikan kepercayaan yang tinggi kepada para anggotanya.

Faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT di pengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT adalah faktor kepribadian, Motivasi, sikap dan keyakinan, gaya hidup dan Agama. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT adalah faktor pelayanan, bagi hasil, Promosi,dan lokasi.

⁵ wawancara dengan Ibu Uli selaku Marketing Koperasi Yuliana Jaya pada tanggal 27 Mei 2019

**Tabel 4.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang
Dalam Menabung Di BMT .**

Nama Anggota	Faktor Internal	Faktor Eksternal
Maryati	Kepribadian	Pelayanan dan lokasi
Sri	Kepribadian	Lokasi
Tumpi	Motivasi	Lokasi
Eka	Sikap	Pelayanan
Maryani	Kepercayaan	Pelayanan

Tabel 4.1

Menurut Ibu Maryati selaku anggota dari Lembaga Keuangan dan selaku pedagang di pasar pagi (templek) Desa Wonosari. Faktor yang mempengaruhi Ibu Maryati menabung di BMT adalah produk simpanan yaitu pada produk simpanan Mudharabah biasa yang ada di BTM Utama dan tabungan harian. Ibu Maryati berminat menabung di BTM Utama karena keinginannya sendiri untuk memenuhi kebutuhan terhadap dana yang mendesak di suatu hari. Sehingga tabungan Mudharabah Biasa inilah yang cocok untuk Ibu Maryati.⁶

Simpanan mudharabah biasa dipilih karena sistem yang mudah dan waktu pembayaran tidak ditentukan. Beliau lebih tertarik pada produk simpanan mudhrabah biasa atau simpanan harian karena mudah sewaktu-

⁶ wawancara dengan Ibu Maryati selaku pedagang&anggota pada tanggal 27 Mei 2019.

waktu bisa dapat diambil kembali untuk memenuhi kebutuhan. Maka hal ini dapat dikatakan sebagai faktor kepribadian.

Selain itu faktor lain yang mempengaruhi Ibu Maryati dalam menabung di BMT adalah karena pihak BMT menggunakan sistem jemput bola. Sistem jemput bola yang dimaksud adalah pihak BMT datang kepada anggota untuk menarik uang tabungan anggotanya, jadi para anggota yang tidak memiliki kesempatan datang langsung ke kantor untuk menabung bisa tepat menabung dengan sistem jemput bola ini. Selanjutnya dengan dekatnya lokasi kantor dengan daerah pasar juga mempengaruhi minat Ibu Maryati menabung di BMT Utama

Menurut Ibu Sri selaku pedagang dan anggota dari lembaga keuangan faktor yang mempengaruhi Ibu Sri menabung adalah keinginan dari dirinya sendiri karena pada dasarnya Ibu Sri suka menabung untuk keperluan di suatu mendatang. Faktor ini adalah faktor kepribadian dimana Ibu Sri menabung karena keinginan dari diri sendiri. faktor lain yang mempengaruhi Ibu Sri menabung di BMT adalah letak kantor dengan rumah Ibu Sri tidak jauh jadi secara tidak langsung Ibu bisa dapat memantau bagaimana perkembangan dari pihak BMT.⁷

Menurut Ibu Tumpi selaku pedagang dan anggota dari lembaga keuangan yang mempengaruhi Ibu Tumpi menggunakan layanan BMT untuk menabung adalah faktor motivasi. Ibu Tumpi termotivasi karena

⁷ wawancara dengan Ibu Sri selaku anggota dan pedagang pada tanggal 27 Mei 2019

BMT Utama dalam transaksinya menggunakan prinsip-prinsip Syariah sehingga tidak ada unsur Riba dalam transaksi yang digunakan. Oleh karena itu, Ibu Tumpi menggunakan BMT untuk memenuhi kebutuhannya dalam menabung.

Ibu Tumpi melakukan transaksi ini berdasarkan motivasi dari diri sendiri, agar harta yang diperoleh tidak untuk ditimbun tetapi dapat digunakan dengan jalan yang baik dan menguntungkan kedua belah pihak. Faktor motivasi ini merupakan dorongan dari dalam diri Ibu Tumpi untuk menabung. Selain faktor motivasi faktor lain yang mempengaruhi Ibu Tumpi menabung di BTM adalah Faktor lokasi. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Ibu Sri, Ibu Tumpi juga karena rumah Ibu Tumpi berdekatan dengan lokasi kantor BTM maka Ibu Tumpi tidak Waspada terhadap dananya yang Ibu Tumpi Tabung di BTM Utama.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Eka. Ibu Eka berminat menabung di BTM karena pelayanan yang diberikan oleh pihak BTM Utama sangat baik dengan memberikan sistem jemput bola untuk mempermudah para anggotanya.⁸

Sebelum bergabung menjadi anggota Ibu Eka menanyakan kepada pihak BTM apakah sistem jemput bola ini akan terus dilakukan mengingat Ibu Eka sibuk dengan kegiatan berdagangnya. Setelah memperoleh informasi dari pihak BTM Utama maka mengenai hal yang diterapkan

⁸ Wawancara dengan Ibu Eka selaku pedagang dan Anggota BTM Utama pada tanggal 27 Mei 2019

oleh pihak BTM Utama Ibu Eka pun berminat untuk menabung di BTM Utama. Faktor yang mempengaruhi Ibu Eka yaitu faktor internal Sikap. Faktor ini melihat suatu keadaan pada diri Ibu Eka dalam kegiatan, minat, pendapat yang berpengaruh terhadap sesuatu yang bermanfaat akan disukai dan menyebabkan tindakan menabung.

Faktor lain yang mempengaruhi Ibu Eka berminat menabung di BTM Utama adalah Faktor eksternal pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh BTM Utama adalah sistem jemput bola yang memberikan kemudahan kepada anggota.

Menurut Ibu Maryani sama halnya dengan Ibu Eka, fasilitas jemput bola sangat cocok untuk para pedagang yang repot dengan kegiatan berdagangnya. Selain itu, pengaruh lain yang menyebabkan Ibu Maryani menabung di Koperasi Yuliana jaya adalah kepercayaan. Ibu Maryani udah mengenal pegawai dari koperasi Yuliana Jaya sehingga Ibu Maryani percaya untuk menitipkan dananya di Koperasi Yuliana Jaya.

Faktor lain yaitu faktor eksternal, faktor eksternal yang dimaksud adalah lokasi dari kedua lembaga ini dekat dengan Ibu Maryani sehingga Ibu Maryani dapat memantau perkembangan dari kedua lembaga keuangan ini.

4. Hasil Pembahasan

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT , maka peneliti mengadakan

wawancara dengan anggota BMT yang berjumlah 5 orang dan marketing dari BTM Utama sebanyak 1 orang dan marketing dari Koperasi Yuliana Jaya sebanyak 1 orang. Adapun faktor-faktor yang yang mempengaruhi pedagang dalam menabung di BMT terdiri dari beberapa faktor yang kemudian penulis kelompokkan dalam 2 faktor yaitu pertama *faktor internal* yang terdiri dari kepribadian, motivasi, agama, gaya hidup, sikap dan kepercayaan. Kedua, *Faktor Eksternal*, yang terdiri dari pelayanan, lokasi, margin bagi hasil, dan promosi.

Faktor kepribadian merupakan *faktor internal* yang berupa perbedaan seseorang dari orang lain, sikap seseorang konsisten yang berkelanjutan dan kepribadian yang dimiliki seseorang bisa berubah. Kepribadian dapat digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen untuk produk atau dalam memilih jasa.⁴⁵ Dalam hal ini faktor kepribadian seperti, suka menabung, transparansi, dan mempersiapkan dana untuk keperluan di suatu mendatang adalah sebuah indikator yang menentukan kepribadian sebagai faktor internal yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung. Seperti halnya yang diungkap oleh Ibu Maryati dan Ibu Sri.

Faktor motivasi adalah *faktor internal*, yang berupa dorongan dari dalam diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan dalam memenuhi kebutuhannya. Motivasi dikatakan penting karena mampu merubah pola

⁴⁵ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*,(Jakarta:Erlangga,2018), h 171.

anggota dalam melakukan pemilihan simpanan. Motivasi ini terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan ataupun harapan. Indikator tersebutlah yang dimaksud sebagai faktor internal motivasi. Seperti, keinginan Ibu Tumpi agar dana yang ia miliki agar dikembangkan dengan prinsip Syariah maka yang menyebabkan Ibu Tumpi untuk menabung di BTM Utama.

Sikap merupakan *faktor internal*, sikap adalah suatu keadaan pada diri seseorang untuk berperilaku suka atau tidak suka terhadap suatu situasi. Pengaruh sikap terhadap anggota sangat jelas misal produk yang bermanfaat akan disukai anggota, produk yang berkualitas akan menarik banyak peminatnya dan menyebabkan tindakan membeli. Kualitas pelayanan atau jasa yang baik maka akan memberikan pengaruh yang baik pada nasabah ataupun konsumen. Adanya sistem jemput bola yang diberikan oleh BTM Utama dan Koperasi Yuliana Jaya maka memberikan dampak yang baik dari anggota karena menimbulkan rasa suka dari anggota kepada BTM Utama dan Koperasi Yuliana Jaya.

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu kepercayaan ini mungkin bisa pada pengetahuan, opini, citra (pendapat), kepercayaan, dan perasaan. Konsep kepercayaan ini membentuk citra terhadap merek dan produk, dan orang akan berbuat sesuai dengan kepercayaan. adanya citra yang baik yang diberikan oleh pihak BTM Utama untuk anggotanya maka menumbuhkan minat pedagang untuk menabung di BTM Utama. Adapun citra yang sudah diberikan oleh BTM utama adalah dengan mengemabalikan lagi

kepercayaan anggota kepada BTM Utama ketika salah satu pegawai dari BTM Utama membawa kabur uang anggota.

Faktor pelayanan merupakan salah satu dari faktor eksternal. Pelayanan adalah pemberian jasa kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhannya.⁴⁶ pelayanan yang baik seperti ramah tamah, sopan santun, sistem yang baik akan memberikan pengaruh yang baik untuk menumbuhkan minat seseorang dalam menggunakan ataupun memiliki jasa atau produk. Sistem jemput bola merupakan salah satu pelayanan yang diberikan oleh BTM Utama untuk anggotanya. Selain sistem jemput bola transparansi, dan keramahan dari pegawai BTM Utama dan Koperasi Yuliana Jaya memberikan ketertarikan seseorang untuk menabung di BTM Utama dan Koperasi Yuliana Jaya. Seperti halnya yang diungkap oleh Ibu Maryati, Ibu Eka, dan Ibu Maryani.

Lokasi adalah sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat melayani konsumen. Lokasi yang strategis akan memberikan dampak yang baik pula untuk suatu perusahaan. BTM Utama memiliki lokasi yang cukup strategis untuk penempatan kantornya. Kantor pusat BTM Utama yang tidak jauh dari pasar sangat memberikan pengaruh terhadap pedagang untuk menabung di BTM Utama. Hal ini disebabkan karena pedagang akan lebih mudah mengawasi atau memantau aktivitas yang dilakukan oleh BTM Utama sehingga menimbulkan rasa percaya dari

⁴⁶ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta; Prenada Media Group, 2005), h 53.

pedagang terhadap BMT Utama untuk menabung di BMT Utama. Seperti yang si ungkapkan oleh Ibu Sri dan Ibu Tumpi

Berdasarkan analisis diatas peneliti simpulkan ada 2 faktor yang mempengaruhi pedagang dalam menabung di BTM Utama dan Koperasi Yuliana Jaya yaitu faktor internal dan faktor eksternal. adapun faktor internal yang mempengaruhi pedagang dalam menabung di BTM Utama dan Koperasi Yuliana Jaya adalah kepribadian, motivasi, sikap dan kepercayaan. Dari ketiga faktor internal yang ada faktor kepribadian lebih dominan dibandingkan dengan faktor lainnya. Faktor kepribadian ini lebih dominan dikarenakan para pedagang memiliki sudah memiliki kesadaran dalam menabung yang dipersiapkan untuk kebutuhan yang akan datang.

Faktor ekstenal yang mempengaruhi pedagang dalam menabung di BTM Utama dan Koperasi Yuliana Jaya adalah faktor lokasi,dan pelayanan. Dari kedua faktor ini, faktor pelayanan yang paling dominan dalam mempengaruhi pedagang dalam menabung di BTM Utama dan Koperasi Yuliana Jaya. Faktor pelayanan menajdi faktor yang lebih dominan disebabkan BTM Utama dan Koperasi Yuliana Jaya memberikan pelayanan yang cukup baik yaitu dengan sistem pelayanan jemput bola.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT di pengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal.

faktor internal yang mempengaruhi yaitu kepribadian, sikap, motivasi, dan kepercayaan. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi adalah faktor lokasi dan pelayanan. Faktor internal yang dominan yaitu faktor kepribadian sedangkan faktor eksternal didominasi oleh pelayanan.

Minat masyarakat terhadap produk simpanan timbul karena adanya sistem yang mudah didapat dan dipahami oleh anggota seperti produk tabungan Mudharabah biasa dan tabungan harian. Tabungan ini merupakan tabungan yang waktu dan pembayarannya tidak ditentukan serta sewaktu-waktu bisa diambil kapan saja. Selain itu, pelayanan yang diberikan oleh pihak lembaga keuangan memberikan kemudahan seperti sistem jemput bola, dimana anggota tidak perlu repot-repot datang ke kantor untuk menabung karena pihak BMT yang akan mengambilnya ketempat anggota. Rasa kepuasan setelah bergabung menjadi anggota simpanan juga mempengaruhi minat anggota.

B. SARAN

Penulis memberikan saran sebagai uraian dari penelitian ini, agar BTM Utama dan Koperasi Yulianan Jaya lebih meningkatkan pelayanan kepada anggota terutama untuk simpanan supaya anggota bisa lebih percaya kepada BTM Utama dan Koperasi Yuliana Jaya. Pengurus BTM Utama dan Koperasi Yulianan Jaya harus bisa membuktikan kepada para anggotanya bahwa pengurus BTM Utama dan Koperasi Yulianan Jaya bisa dipercaya dalam mengelolah dana serta menjelaskan kepada anggota tentang manfaat menabung yang diperoleh dari produk tabungan yang ditawarkan.

Semakin banyak anggota tabungan maka pihak BTM Utama dan Koperasi yulianan Jaya agar dapat mengembangkan lebih banyak usaha dengan adanya tambahan modal dari simpanan tersebut. dari simpanan ini juga akan meningkatkan pendapatan karena akan semakin maju akan menambah kepercayaan dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Bungin, Burham. *Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Fahmi, Irham, *Pengantar Perbankan Teori dan Aplikasi*, Bandung: alfabeta, 2014.
- Fatoni, Abdurrahmat. *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Fauzi, Yayan. *Faktor – faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (kasus pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)*. Fakultas Syariah Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta: 2010.
- Huda, Nurul. *Baitul Mal Wa Tamwil*. Jakarta: Amzah, 2016.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014.
- Kasmir. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers, 2104.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2006.
- Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Mujiono, Djoko, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: ANDI, 2015.
- Narbuko, Cholid & Achmadi, Abu. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016
- Nasution, S. *Metode Research*. Jakarta; Bumi Aksara, 2012.
- Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertai Karya Ilmiah*. Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2010.
- Pratiwi, Yenny dan Wardana, I Made. "E-jurnal Manajemen Unud", *Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. Bali: Fakultas Ekonomin dan Bisnis Unud, Vol.5.

Ridwan, Ahmad Hasan,*Manajemen Baiyul Mal Wal Tamwil*,Bandung:CV Pustaka Setia,2013.

Ridwan, Muhammad,*Manajemen Baitul Mal Wal Tamwil*,Yogyakarta:UIN Press,2004.

S, Orizanti Nurul. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Produk Simpanan Mudharabah (Studi Kasus Pada KJKS BMT Muamlat Rowosari,Tegal)*. Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo : 2011.

Sangadji, EttaMamang dan Sopiah,*Prilaku Konsumen Pendekatan Praktis*,Yogyakarta:Cv Andi Offset,2013.

Saputri, Wyska Mielanti Dana. *Faktor – faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa UIN Sunan Kalijaga untuk menabung di bank syariah*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta : 2017.

Suryabrata, Sumadi.*Metodologi Penelitian*.Jakarta:Rajawali Pers, 2004.

Yuniarti, Vinna Sri.*Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*.Bandung:CV. Setia Pustaka,2015.

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 2300/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2018
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

18 Oktober 2018

Kepada Yth:

1. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H
2. Era Yudistira, M.Ak
di – Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Ema Rahmawati
NPM : 1502100046
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1-Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pedagang Dalam Menabung Di BMT (Studi Kasus Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelembagaan



MUHAMMAD SALEH

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

FAKTOR YANG MEMPENGARUNGI MINAT PEDAGANG DALAM MENABUNG DI BMT (Studi Kasus Pasar Pagi(Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan)

A. Wawancara

1. Wawancara dengan pedagang pasar pagi (nasabah)

- a. Mengapa anda memilih menabung di BMT ?
- b. Produk simpanan apa yang anda minati di BMT ?
- c. Apa keuntungan yang anda dapat setelah menabung di BMT ?
- d. Apa saja faktor yang mempengaruhi anda menabung di BMT ?
- e. Apakah faktor kepribadian dan motivasi mempengaruhi anda dalam menabung di BMT ?
- f. Apakah faktor sikap dan keyakinan mempengaruhi anda dalam menabung di BMT ?
- g. Apakah faktor pelayanan mempengaruhi anda dalam menabung di BMT ?
- h. Apakah faktor bagi hasil mempengaruhi anda dalam menabung di BMT ?
- i. Apakah faktor lokasi mempengaruhi anda dalam menabung di BMT ?
- j. Apakah faktor promosi mempengaruhi anda dalam menabung di BMT ?
- k. Apakah anda pernah mengalami pelayanan yang kurang baik dari BMT ?

2. Wawancara dengan pihak BMT

- a. Apa saja faktor yang mempengaruhi minat pedagang dalam menabung di BMT ?
- b. Apakah faktor pelayanan yang diberikan mempengaruhi minat pedagang untuk menabung ?
- c. Apakah faktor bagi hasil yang diberikan mempengaruhi minat pedagang untuk menabung?
- d. Apakah promosi yang dilakukan mempengaruhi minat pedagang untuk menabung ?
- e. Apakah lokasi kantor yang berdekatan dengan area pasar mempengaruhi minat pedagang untuk menabung ?
- f. Apa saja produk tabungan yang paling diminati oleh nasabah ?
- g. Apa saja upaya yang dilakukan untuk mempertahankan kepercayaan nasabah?
- h. Apa saja upaya yang dilakukan untuk menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan yang lain?

B. Dokumentasi

1. Profil Pasar Pagi (templek) Desa Wonosari kecamatan Pekalongan.

Metro, Mei 2019
Mahasiswa Peneliti



Ema Rahmawati
Npm. 1502100046

Mengetahui,

Pembimbing I



Hj. Siti Zulfakha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 1998032 001

Pembimbing II



Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-692/In.28/S/OT.01/07/2019**

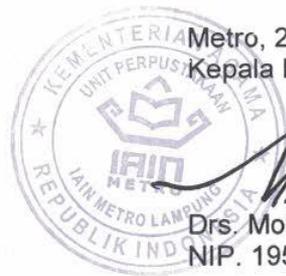
Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : EMA RAHMAWATI
NPM : 1502100046
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1502100046.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 22 Juli 2019
Kepala Perpustakaan

[Handwritten Signature]
Drs. Mokhtardi Sudin, M.Pd.
NIP. 19580311981031001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 1668/In.28/D.1/TL.01/06/2019

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : **EMA RAHMAWATI**
NPM : 1502100046
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

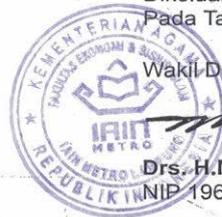
- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekal, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG DALAM MENABUNG DI BMT (Studi Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 28 Juni 2019

Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA
NIP. 19650111 199303 1 001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1669/In.28/D.1/TL.00/06/2019
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Ketua Pasar Pagi (Templek) Desa
Wonosari Kecamatan Pekal
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1668/In.28/D.1/TL.01/06/2019,
tanggal 28 Juni 2019 atas nama saudara:

Nama : **EMA RAHMAWATI**
NPM : 1502100046
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekal, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG DALAM MENABUNG DI BMT (Studi Pasar Pagi (Templek) Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

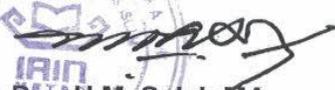
Metro, 28 Juni 2019
Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA
NIP. 19650111 199303 1 001afa

Foto Penelitian



Wawancara dengan Ibu Uli selaku Marketing Koperasi Yuliana Jaya



Wawancara dengan Ibu Hima selaku Marketing dari BTM Utama



Wawancara dengan Ibu Eka selaku pedagang dan anggota



Wawancara dengan Ibu Maryati selaku pedagang dan anggota



Wawancara dengan Ibu Sri selaku pedagang dan anggota



Wawancara dengan Ibu Tumpi selaku pedagang dan anggota



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ema Rahma Wati
NPM : 1502100046

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /S1PBS
Semester/TA : VIII/2019/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	msd 16-7/19 kmsn 18-7/19		<ul style="list-style-type: none">- APD sudah ace belum? izin rist sudah belum?- hal. thg pdr uraikan san fiatuhis trail wawancara dulu spt apa? tidak perlu bicare fi dulu!- di analisis → bukan ke hal penelitian wawancara bgu kjaan berdasar fi?	
	23/19 /7		ace sub IV-V leang/copi	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag,MH
NIP : 19720611 199803 2 001

Ema Rahma Wati
NPM. 1502100046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.ain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ema Rahma Wati
NPM : 1502100046

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /S1PBS
Semester/TA : VIII/2019/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	Selasa/ 16/19 7	✓	Acc Bab 4 & 5 Lanjutan ke PB 1	

Dosen Pembimbing II

Era Yudistira, M.Ak

NIP : 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs,

Ema Rahma Wati

NPM. 1502100046



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Emma Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VIII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin / 17-19 7	✓	- setelah analisis peneliti terkait dg faktor internal / eksternal yg telah diterapkan di sana, tambahkan paragraf ttg faktor apa yg paling ber- pengaruh. (dilihat dari internal & eksternal) - perbaiki kalimat pd barisan. Gunakan kata ^{an} yg sifatnya lebih ilmiah & aka- demis.	 

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Emma Rahmawati
NPM. 1502100046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ema Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VIII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin/ 08/19 09	✓	<ul style="list-style-type: none">- terkait struktur organisasi, perlu ditambahkan deskripsi fungsi dari masing-masing.- pembahasan ttg tabungan bukan berbicara ttg margin melainkan bagi hasil dan deskripsikan bagaimana penerapannya disana.- perbaiki pedoman penulisan sesuai dg pedoman yg ada.	 ef ef ef

Dosen Pembimbing II

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs.

Ema Rahmawati
NPM. 1502100046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ema Rahma Wati
NPM : 1502100046

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /S1PBS
Semester/TA : VIII/2019/2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	Selasa/ 16/19 7	✓	<ul style="list-style-type: none">- tambahkan abstrak penelitian. Formatnya sesuaikan dg panduan yg ada di buku pedoman.- sematkan daftar pustaka setelah revisi (tambahkan) dari landasan teori ataupun referensi lainnya.	 

Dosen Pembimbing II

Era Yudistira, M.Ak
NIP : 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs,

Ema Rahma Wati
NPM. 1502100046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Emah Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VIII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	28/19 /5		<ul style="list-style-type: none">- APD → pembalikan ttg faktor → giring ke perbuatan yg spt majelis keumuman masalah - Mana cuman ! ?- Dulu geg dg pihak BMT → bubarng ada koperasi lain ?- baca dan pahami dtt.	
	19/2019 /6		<p>ace APD lanjut ke pendisa</p>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Emah Rahmawati
NPM. 1502100046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Emah Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VIII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	15/2019 /5		menanyakan sample dan sumber sekunder berdasarkan tema nya? marketing → apa konsep bmt utama? bagaimana dan bany bmt nya mes aktif	
	20/2019 /5		acc BAB I - III layak atau APD dan Riset	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Emah Rahmawati
NPM. 1502100046



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Emma Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VIII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	10/2019 /5		<p>LBM → masih terlalu umum sehingga masalah tdk terjawab. Ilustrasi : ada BMT/koperasi, ada yg menabung → ada Kaws → anggota tetap menabung Beberapa data : total, yg menabung di mana? yg kecern, yg tetap menabung sehingga terbac : sudah kecern tapi tetap minat menabung - mengapa?/ada apa?</p>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Emma Rahmawati
NPM. 1502100046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ema Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VIII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	24/2019 /05		ACC <u>OUTLINE</u> ACC <u>APD</u> Lampiran ke PB I.	ef ef

Dosen Pembimbing II

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs.

Ema Rahmawati
NPM. 1502100046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Emma Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	28/2018 11 Rabw.		<ul style="list-style-type: none">- masih perlu ditampilkan fenomena yg uda di lapangan terkait latar belakang masalah penelitian ini dilakukan.- perbaiki footnote atas hasil wawancara dan alamat website (artikel dari internet).- LBM perlu disajikan secara berstruktur.- perbaiki manfaat penelitian dan penelitian sebelumnya sesuai dg arahan.	el el el el

Dosen Pembimbing II

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs.

Emma Rahmawati
NPM. 1502100046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Ema Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jom'at 30/2018 11		<ul style="list-style-type: none">- beberapa pernyataan pd LBM perlu didukung referensi ataupun data dukung lainnya.- hasil prasurvey perlu ditampilkan siapa yg menjadi narasumber.- tujuan penelitian bukan berupa halimat tanya.- manfaat secara praktis perlu disesuaikan dg fokus penelitian.- deskripsikan secara singkat hasil dari penelitian yg relevan.	 el el el el el

Dosen Pembimbing II

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs.

Ema Rahmawati
NPM. 1502100046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Ema Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	19/10/18 Rabu		<ul style="list-style-type: none">- Penyajian perbedaan & perbedaan antara penelitian ini dg penelitian sebelumnya diperbaiki sesuai dg arahan.- penyajian teori pd landasan teori harusnya tersistematis.- teori yg digunakan dipilih antara perilaku konsumen dg keputusan konsumen.- teori tabungan sudah masuk pd teori produk BMT.- tambahkan teori produk dan operasional BMT.	 ef ef ef ef

Dosen Pembimbing II

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs.

Ema Rahmawati
NPM. 1502100046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Ema Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at / 04/ - 18 01		<ul style="list-style-type: none">- perbaiki kesalahan pd redaksi penulisan.- tambahkan uraian ttg teknik analisa data dlm berfikir secara induktif- jika ada teori ttg penentuan sample dg menggunakan teknik snowball, tambahkan pd teknik pengambilan sampling (hitungannya secara persentase).- tambahkan daftar pustaka.	 ef ef ef ef

Dosen Pembimbing II

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs.

Ema Rahmawati
NPM. 1502100046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47298; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syarah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Ema Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat / 11/10/19		- perbaiki daftar pustaka sesuai dg pedoman penulisan.	

Dosen Pembimbing II

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Mahasiswa Ybs.

Ema Rahmawati
NPM. 1502100046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296. website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Ema Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Sabtu / 12 / - 19 01		ACC BAB 1,2,3 Lanjut ke PB I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Era Yudistira, M.Ak
NIP. 19901003 201503 2 010

Ema Rahmawati
NPM. 1502100046



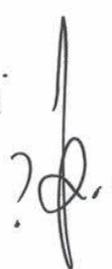
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Ema Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VIII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	4/10/03		<p>- LBM → belum tergambar seem jelas → terlihat aturan kecerdasan dan tetap menabung → ini dan apa dan mengapa? </p> <p>- Bab II → menabung, minat → cukup.</p>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001


Ema Rahmawati
NPM. 1502100046



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47298; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Emah Rahmawati**
NPM : 1502100046

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VIII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	26/10 /3		Bab III → hars ides apa sumber data primer dan sekunder dan teknik wawancara	
	9/10 /21		acc di sekuirorkean lagi	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Emah Rahmawati
NPM. 1502100046

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Ema Rahmawati, lahir pada tanggal 27 Mei 1997 di Gantiwarno Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur, dari pasangan Bapak Nurdi Antoro dan Ibu Maryati. Peneliti merupakan anak ketiga dari Tiga bersaudara.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di TK Dharma Wanita lulus pada tahun 2003, kemudian melanjutkan ke SD Negeri 1 Gantiwarno, lulus pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pada SMP Negeri 1 Pekalongan, lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan pada MAN 1 Metro, lulus pada tahun 2015. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan pada Program Studi S1 Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro dimulai pada Semester I Tahun Ajaran 2015/2016, yang kemudian pada Tahun 2017, STAIN Jurai Siwo Metro beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

