

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan meningkatnya rasa taat dalam beragama, masyarakat muslim menjadikan syariah islam sebagai pedoman dalam menjalankan kehidupan sosial-ekonominya. Hal ini mengakibatkan banyak lembaga bisnis islam yang menjalankan kegiatan operasionalnya dan usahanya berdasarkan prinsip islam. Begitu juga dengan lembaga keuangan syariah yaitu perbankan syariah yang saat ini juga mengalami perkembangan yang sangat pesat diakibatkan dari seiringnya kesadaran masyarakat muslim tentang riba yang secara tegas dilarang dalam Al-Quran. Sejalan dengan perkembangan perbankan syariah ini, tentunya akan membuat masyarakat semakin banyak memiliki pilihan untuk mengambil keputusan dalam menyimpan dananya.

Secara operasional bank syariah belum bisa menjangkau masyarakat kecil. Hal inilah yang mendasari munculnya lembaga keuangan BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*) yang merupakan salah satu lembaga yang pelaksanaannya berbasis syariah yang berguna bagi pelaku bisnis untuk memahami hak dan kewajibannya, sehingga terwujud bisnis yang adil, wajar, sehat dan dinamis.¹

Secara kelembagaan regulasi pemerintah bahwa BMT di persamakan pembinaanya dengan koperasi sehingga aturan perundang-undangan BMT berpedoman kepada undang-undang Nomer 25 Tahun 1992 tentang

¹ Krisna Sudjana dan Riskison, "Peran Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) dalam Mewujudkan Ekonomi Syariah yang Kompetitif", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol. 6 No. 02 (2020): 185-194.

perkoperasian.² Demikian juga dalam operasionalnya kegiatan BMT harus selalu berkoordinasi dengan suku dinas koperasi atau Dinas koperasi atau kementerian koperasi sesuai dengan tataran kewewenangan.³

Keberadaan BMT ditengah-tengah masyarakat saat ini memberikan angin segar bagi masyarakat terutama di pedesaan. Mereka yang tidak terjangkau perbankan atau memiliki pengalaman pahit dengan perbankan akan mempertimbangkan menggunakan BMT.⁴ Pada era globalisasi ini BMT mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Pertumbuhan BMT bukan menjadi jaminan akan terbebas dari tantangan. Salah satu tantangan tersebut selain pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, inovasi produk sebagai akibat dari tuntutan dan harapan masyarakat juga menjadi tantangan tersendiri bagi BMT. Hal inilah yang menjadi dasar bagi BMT lebih meningkatkan kekuatan dalam bersaing dengan BMT lainnya. Karena maraknya BMT saat ini, BMT NU Jawa Timur Cabang Galis menerapkan beberapa produk simpanan. Salah satunya adalah produk yang menggunakan akad *Mudharabah* seperti Simpanan Pendidikan Fathonah (SIDIK FATHONAH), Simpanan Berjangka Mudarabah (SIBERKAH), Simpanan Haji dan Umrah (SAHARA), Simpanan Lebaran (SABAR), Tabungan *Mudharabah* (TABAH), Tabungan Ukhrawi (TARAWI).

Untuk dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, BMT perlu mengambil langkah-langkah strategis. Masyarakat memiliki hak mutlak untuk

² Fadhila Mursid, *Kebijakan Regulasi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)* (Bandung: CV Media Sains Indonesia), 66.

³ Abdullah, Fathoni, *Etika Bisnis Syariah* (Jakarta: Yayasan Pendidikan Nur Azza Lestari, 2018), 406.

⁴ Shcohrul Rohmatul Ajija, Ahmad Hudaifah dkk, *Koperasi BMT (Teori, Aplikasi, dan Inovasi)* (Colomadu: CV Inti Media Komunika, 2020), 13-14.

mengambil keputusan menabung di lembaga keuangan yang di inginkan. Maka untuk memaksimalkan daya saing diantara lembaga keuangan lainnya perlu adanya layanan pemasaran jasa. Kegiatan pemasaran ini dilakukan untuk memengaruhi pelanggan agar pelanggan mengetahui, dan senang kemudian menggunakan produk yang ditawarkan dan pada akhirnya pelanggan akan merasa puas.

Menurut Eisenfuhr dalam Lunenburg pengambilan keputusan adalah proses membuat pilihan dari sejumlah alternatif untuk mencapai hasil yang diinginkan.⁵ Keputusan membeli merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.⁶

Persaingan untuk mendapatkan maupun mempertahankan anggota untuk tetap menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Galis tidaklah mudah dilakukan, melihat perkembangan Anggota yang menabung pada BMT NU Jawa Timur mengalami peningkatan yang sangat baik, terbukti dari terus bertambahnya anggota yang menabung.

Konsumen sangatlah penting bagi meningkatnya BMT NU Jawa Timur Cabang Galis. Dengan Memahami harapan atau keinginan konsumen dari produk atau melayani calon anggota, maka hal itu menjadi nilai tambah bagi BMT NU Jawa Timur Cabang Galis. Menurut Irma Munafatillah selaku salah satu karyawan

⁵ Ita Lizawati, "Pengaruh Gaya Kepemimpinan transformasional Terhadap Efektivitas Organisasi Melalui Pengambilan Keputusan", *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol 2 Nomer 4 (Oktober 2014), 1609.

⁶ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 25-27.

di BMT NU Jawa Timur Cabang Galis, sampai saat ini bagi BMT NU Jawa Timur Cabang Galis tentang keputusan anggota menabung masih menjadi tanda tanya. Faktor apa yang membuat Anggota BMT NU Jawa Timur Cabang Galis memutuskan dan Mempercayakan untuk menabung atau menitipkan dananya di BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.⁷ Diduga keputusan anggota untuk menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Galis disebabkan oleh beberapa Faktor.

Faktor yang pertama yaitu Lokasi. Lokasi adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk cabang dan pusat pengendalian perbankan.⁸ Lokasi yang strategis merupakan hal yang paling penting untuk dipertimbangkan dalam menarik nasabah untuk menggunakan produk dan jasa yang dimiliki oleh lembaga keuangan.⁹ BMT NU Jawa Timur Cabang Galis memiliki yang strategis yang mana BMT NU Jawa Timur cabang Galis ini berada ditengah-tengah tiga pasar. Di arah barat terdapat dua pasar yaitu pasar Pagendingan dan pasar larangan, sdangkan dari arah Timur pasar keppo.

Penelitian yang dilakukan oleh Susanti menyatakan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung.¹⁰ Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Abil Hasan dan Edy Sujoko tentang pengaruh Bagi Hasil dan Lokasi terhadap keputusan menabung anggota BMT UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi menyatakan bahwa

⁷ Irma Munafatillah, Teller BMT NU Cabang Galis, *Wawancara Langsung* (19 Mei 2022)

⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2018), 146.

⁹ Erik Rif'ad Hendra Putra dan Ade Sofyan Mulazid, "Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menabung di PT Panin Dubai Syariah Bank", *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 3 No. 1 (Juni, 2018), 2.

¹⁰ Susanti Mei Diana, "Pengaruh Pengetahuan, lokasi, Kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan anggota menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe" (Disertai, IAIN Surakarta, Sukoharjo, 2017), 72.

variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di BMT UGT Sidogiri Capem Pesanggaran.¹¹

Bagi hasil selain untuk menghindari praktik riba yang ada pada lembaga keuangan konvensional, juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan menabung.¹² Bagi Hasil merupakan bentuk *return* (peroleh aktivitas usaha) dari kontrak investasi dari waktu ke waktu, tidak pasti dan tidak tetap pada lembaga keuangan Islam. Besar kecilnya perolehan kembali itu tergantung pada hasil usaha yang benar-benar diperoleh lembaga keuangan Islam.¹³ Sebagai konsekuensi dari kerja sama adalah memikul resiko, baik untung maupun rugi. Jika untung yang diperoleh besar maka penyedia dana dan pekerja menikmati bersama sesuai dengan kesepakatan sebelumnya, dan jika rugi usaha maka harus dirasakan bersama pula.¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Erif Rif'ad Hendra Putra dan Ade Sofyan Mulazid menyatakan bahwa variabel bagi hasil tidak berpengaruh secara signifikan terhadap proses menabung anggota.¹⁵ Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Atanasius tentang pengaruh bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan

¹¹ Abil Hasan dan Edy Sujoko, "Pengaruh Bagi Hasil dan Lokasi terhadap Keputusan Menabung Anggota BMT_UGT Sidogiri Capem Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi", *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* Vol. 2 No. 1, (Februari, 2021), 129.

¹² Ibid, 121.

¹³ Zaenal Arifin, *Akad Mudharabah* (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2021), 13.

¹⁴ Raihanah Daulay, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap keputusan menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan", *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol 12 No. 1 (2012), 5-6.

¹⁵ Erif Rif'ad Hendra Putra, dan Ade Sofyan Mulazid, "Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di PT Panin Dubai Syariah Bank", *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol 3 No. 1 (Juni, 2018), 14.

Smudharabah menyatakan bahwa Variabel bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *mudharabah*.¹⁶

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan menabung adalah *Personal Selling*. *Personal Selling* atau penjualan pribadi merupakan komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk, sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.¹⁷ Menurut Kotler dan Keller menyebutkan penjualan pribadi adalah interaksi tatap muka dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan untuk membuat presentasi, menjawab pertanyaan, dan pengadaan pesanan.¹⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Lia Aslikhatin tentang pengaruh *personal selling* dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah dalam menabung di KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Welahan kabupaten Jepara mengatakan bahwa *Personal Selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS Al-Hikmah Cabang Welahan.¹⁹

Dengan semakin banyaknya lembaga keuangan maka akan meningkatkan persaingan yang ketat, sehingga dalam menjalankan lembaga BMT harus dapat

¹⁶ Atanasius Hardian Permana Yogiarto, “Pengaruh Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan *Mudharabah*: Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan” (Disertai, Universitas Negeri Yogyakarta, Sleman), 89.

¹⁷ Melati, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 141.

¹⁸ Rachmat Tri Yuli Yanto dan Adesotya Lintang Prili prbowo, “Pengaruh *Personal Selling* terhadap pencapaian penjualan pada produk pembiayaan KPR Bersubsidi di Bank BTN Syariah Bandung”, *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* Vol 10, No 1, (Maret, 2020), 3.

¹⁹ Lia Aslikhatin, “Pengaruh *Personal Selling* Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di KSPPS BMT Al-Hikmah Cabang Welahan Kabupaten Jepara” (Disertai, IAIN Kudus, Kudus), 65.

membaca faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih untuk menyimpan dananya di BMT NU Jawa Timur Cabang Galis. Apakah ada variabel-variabel yang telah diteliti sebelumnya mempengaruhi keputusan anggota dalam menabung di BMT NU Jawa Timur Cabang Galis. Pada umumnya calon anggota yang akan menabung tentunya akan menabung akan memilih lembaga keuangan yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil, dan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan di teliti dan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Apakah Lokasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis?
2. Apakah Bagi Hasil Berpengaruh Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis?
3. Apakah *Personal Selling* Berpengaruh Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis?
4. Apakah Lokasi, Bagi Hasil, Dan *Personal Selling* Berpengaruh Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Anggota menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis.
2. Untuk mengetahui pengaruh Bagi Hasil terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Personal Selling* terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis.
4. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan *Personal Selling* terhadap keputusan anggota menabung di KSPPS BMT NU Cabang Galis.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi Penelitian adalah anggapan-anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian.²⁰ Asumsi sangat diperlukan dalam melakukan suatu penelitian, agar peneliti memiliki dasar pijakan yang kokoh terhadap masalah yang diteliti.

²⁰ Abd Mukhid, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Surabaya: CV. Jakat Media Publishing, 2021), 60.

Dalam hal ini, beberapa peneliti berasumsi bahwa keputusan menabung di pengaruhi oleh Lokasi²¹, Kualitas Produk²², Bagi Hasil²³, Kualitas Pelayanan²⁴, *Personal Selling*²⁵, berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung. Namun dalam penelitian ini yang digunakan adalah Lokasi, Bagi Hasil dan *Personal Selling*, sedangkan variabel lain yang tidak digunakan ialah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. Nilainya dianggap konstan (*Ceteris Paribus*).

E. Hipotesis Penelitian

1. H1: Ada pengaruh signifikan Lokasi terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.
2. H2: Ada pengaruh signifikan Bagi Hasil terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.
3. H3: Ada pengaruh signifikan *Personal Selling* terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.

²¹ Rizqa Ramadhani dkk, "Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang", *Jurnal Muqtasid* Vol 3. Nomer 2, (Desember 2012).

²² Melita Puji Pramudani, "pengaruh kualitas produk, religiusitas, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan mahasiswa menabung di Bank Syariah", *SYI'AH ISTIQHADI: journal of islamic, finance and banking* Vol 5 No.2, (November 2021).

²³ Trisera Renny Hapsari dkk, "Pengaruh Kualitas Produk dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia Syariah (Studi Kasus Pada Kantor Kas Baiturrahman Bank Muamalat Indonesia Syariah Semarang)", *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Vol 4. Nomer 1, (Desember 2014).

²⁴ Syuhada', dan Nuzulaha Fitria, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Keputusan Anggota Menabung Pada Kspps BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur" *ADILLA: jurnal ekonomi syariah* Vol 4 No. 1, (Januari 2021).

²⁵ Jamaluddin dkk, "Pengaruh *Personal Selling* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada PT Bank Danamon Indonesia Tbk Cabang Katamsa Medan", *Gorontalo Manajement Research* Vol 2. Nomer 2, (Oktober 2019)

4. H4: Ada pengaruh signifikan Lokasi, Bagi Hasil dan *Personal Selling* terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian tentang pengaruh lokasi, bagi hasil an personal selling terhadap keputusan anggota menabung baik secara teoritis maupun secara praktis sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Sebagai penambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota menabung, serta media untuk belajar dalam memecahkan masalah.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang serupa. Sehingga akan lebih menyempurnakan kekurangan penelitian-penelitian selanjutnya.

3. Bagi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis

Semoga dengan adanya penelitian ini diharapkan sebagai salah satu sarana informasi yang bisa meningkatkan minat menabung calon anggota dan juga guna untuk memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Variabel

Dalam ruang lingkup penelitian, yang dijelaskan didalamnya berupa batasan-batasan atas variabel-variabel yang diteliti, populasi atau subjek

penelitian dan lokasi penelitian. Di dalamnya juga dipaparkan penjabaran variabel menjadi subvariabel beserta indikator-indikatornya.²⁶

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁷ Penelitian ini melibatkan beberapa variabel independen (variabel X) dan variabel dependen (variabel Y). Variabel ini yang dapat mempengaruhi perubahan independen dan mempunyai hubungan yang positif ataupun yang negatif bagi variabel dependen nantinya.²⁸ Variabel dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen (X) yaitu *Lokasi*, *Bagi Hasil*, dan *Persona Selling*. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan.²⁹ Variabel dependen (Y) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *Keputusan Anggota*. Agar variabel fokusnya tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang akan diteliti, yaitu sebagai berikut:

a. Lokasi (Variabel X1)

Indikator dari lokasi sebagai berikut:³⁰

- 1) Akses.
- 2) Visabilitas.
- 3) Lalu Lintas (*Traffic*).

²⁶ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasam: Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020), 19.

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 36.

²⁸ Fatati Nuryana, *Statistik Bisnis Jilid 1*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 27.

²⁹ Ibid.

³⁰ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfactiob Edisi 4*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), 93.

- 4) Tempat Parkir.
- 5) Ekspansi.
- 6) Lingkungan.
- 7) Kompetisi.
- 8) Peraturan Pemerintah

b. Bagi Hasil (Variabel X2)

Indikator dari bagi hasil sebagai berikut:³¹

- 1) Kejelasan besarnya nisbah.
- 2) Manfaat dari bagi hasil.
- 3) Bagi hasil yang kompetitif.

c. *Personal Selling* (Variabel X3)

Indikator dari *Personal Selling* sebagai Berikut:³²

- 1) Kemampuan Komunikasi.
- 2) Pengetahuan Produk.
- 3) Kreativitas.
- 4) Empati.

d. Keputusan Anggota (variabel Y)

Indikator dari keputusan anggota sebagai berikut:³³

- 1) Mengidentifikasi masalah.

³¹ Susanti Mei Diana, “Pengaruh Pengetahuan Lokasi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe” (IAIN Surakarta, Surakarta, 2016), 24.

³² Devina Florencia Sukmana, “Pengaruh personal selling dan brand activation terhadap Purchase intention konsumen pada produk santan bubuk sasa PT Sasa Inti di Surabaya”, *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol 4 No. 1, (2017), 2.

³³ Hengki Mangiring Parulian Simamata dkk, *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 104.

- 2) Pencarian Informasi.
- 3) Evaluasi Alternatif.
- 4) Pembelian.
- 5) Kepuasan atau ketidakpuasan pasca pembelian.

2. Ruang Lingkup Lokasi

Penelitian ini dalam hal lokasi atau objek penelitian mengambil di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis yang beralamat di Jl. Raya Pamekasan-Sumenep, Pandian, Ponteh, Galis, Kabupaten Pamekasan.

H. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman mengenai maksud dari judul “Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan *Personal Selling* terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis”, maka perlu kiranya peneliti merumuskan definisi-definisi istilah sebagai berikut:

1. Lokasi merupakan komponen penting, dimana disinilah tempat menjalan aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.³⁴ KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis beroperasi di lokasi yang strategis, karena berada di antara 3 pasar. Diarah Barat terdapat pasar Pagendingan Dan Pasar Larangan, Sedangkan diarah Timur terdapat Pasar Keppo.
2. Bagi Hasil adalah dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil menyangkut kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk

³⁴ I Gst. B. Ngr dkk, *Kewirausahaan*, (Bandung: Nilacakra, 2021), 117.

kepentingan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat.³⁵

3. *Personal Selling* atau penjualan pribadi merupakan sebuah proses penjualan yang dilakukan tenaga penjual dengan calon pembeli guna melakukan penawaran dan penjelasan mengenai produk secara langsung.³⁶
4. Keputusan Anggota merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan anggota tersebut.³⁷

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesamaan dalam bahasan terhadap penelitian sebelumnya, maka perlu adanya pembahasan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur terhadap judul yang akan dibahas nantinya. Dari penelusuran penulis terdapat studi karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan tema “Pengaruh Lokasi, Bagi Hasil dan *Personal Selling* terhadap Keputusan Anggota Menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis”, penulis menemukan beberapa tema yang sedikit mirip dengan tema yang penulis teliti diantaranya:

1. Diana Ulfa dan Utami Tri Sulistyorini yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokai, dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali (Studi Pada PT BPD Jawa

³⁵ Novita Erliana Sari, dkk, Penerapan Prinsip Bagi Hasil dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun, *Jurnal Promos: Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro* Vol 5. Nomer , (2017), 61.

³⁶ Ratna Sari, Penerapan Periklanan dan Personal Selling terhadap Volume Penjualan Pada PT. Rasio Citra Anak Siantar (CAS) 89,4 FM Pematangsiantar, *Jurnal MAKER* Vol 2. No 1, (Juni 2016), 36.

³⁷ Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 57.

Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi secara parsial terhadap keputusan menabung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.³⁸

2. Abdul Rouf, Fitria Masruroh dkk, “Analisis Pengaruh Advertising Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Di BMT UGT Sidogiri Muncar”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis linear berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa personal selling berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.³⁹
3. Maisur, Muhammad Arfan, dan M Shabri, “Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan Analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menyatakan

³⁸ Diana Ulfa dan Utami Tri Sulistyorini, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali (Studi Pada PT BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA), *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah* Vol 8. No 1, (Januari 2018), 69.

³⁹ Abdul Rouf, Fitria Masruroh, dkk, “Analisis Pengaruh Advertising Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Di BMT UGT Sidogiri Muncar” *Kabilah: Journal of Social Community* Vol 6 No. 2, (Desember 2021), 160.

bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$.⁴⁰

Tabel 1.1
Kajian Penelitian Terdahulu

Nama Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Diana Ulfa dan Utami Tri Sulistyorini (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokai, dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Kembali (Studi Pada PT BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA)	Menggunakan metode kuantitatif dengan regresi linear berganda.	Lokasi Penelitian Ini Dilakukan Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis. Sedangkan penelitian terdahulu dilakukan di PT BPD Jawa Tengah Kantor Cabang Pembantu Syariah UNISSULA

⁴⁰ Maisur, dkk, Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh, *Jurnal Magister Akuntansi*, Vol 4. No 2, (Mei 2015), 6.

<p>Abdul Rouf, Fitria Masruroh, dkk (2021)</p>	<p>Analisis Pengaruh Advertising Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Di BMT UGT Sidogiri Muncar</p>	<p>Menggunakan metode kuantitatif dengan regresi linear bergabda</p>	<p>Lokasi penelitian ini Dilakukan Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis. Sedangkan penelitian terdahulu dilakukan di BMT UGT Sidogiri Muncar.</p>
<p>Maisur, Muhammad Arfan, dan M Shabri</p>	<p>Pengaruh Prinsip Bagi Hasil,Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh</p>	<p>Menggunakan metode kuantitatif dengan regresi linear berganda.</p>	<p>Lokasi Penelitian Ini Dilakukan Di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis. Sedangkan penelitian terdahulu dilakukan di Bank Syariah Di Banda Aceh</p>