

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

BMT (*Baitul maal wat tamwil*) merupakan lembaga keuangan bisnis yang berlandaskan prinsip syariah serta memiliki peran sosial. Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota nasabah serta menyalurkannya kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Namun demikian terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank. Karena BMT bukan bank, maka ia tidak tunduk pada aturan perbankan.¹

Melihat kebutuhan masyarakat dalam menyimpan uang dan perlunya tambahan modal untuk melakukan berbagai usaha yang terus meningkat, menuntut adanya sebuah gagasan dalam mengadakan suatu lembaga keuangan yang dapat dan mampu melayani kebutuhan masyarakat tersebut. Indonesia merupakan Negara berpenduduk muslim terbesar di dunia hampir 85% yang tersebar dari sabang sampai merauke, sehingga merupakan potensi besar bagi perkembangan keuangan syariah yaitu melalui *Baitul Maal Wat*

¹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil*, Yogyakarta: Pinbuk D.I.Y, 2004, hal. 126.

Tamwil (BMT) dan perbankan syariah. Keduanya diyakini mempunyai keunggulan tersendiri sebagai bagian ekonomi syariah dalam berbagai sektor.

Secara prinsip BMT dan bank syariah sama-sama menjunjung tinggi asas ekonomi Islam dalam sistem maupun operasionalnya. Dalam persaingannya, untuk menghadapi perbankan syariah yang juga menyasar pembiayaan untuk sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Ketua Umum Perhimpunan BMT Indonesia, Joelarso mengatakan, pihaknya memang memiliki sistem bagaimana memberdayakan masyarakat di *level* mikro dengan menggunakan dua strategi.²

Dua strategi itu adalah menyiapkan skim khusus untuk pembiayaan setiap sektor dan pendekatan emosional. Maksud skim khusus pembiayaan itu adalah BMT melakukan penyesuaian terhadap kebutuhan masyarakat seperti pada skim pola pembiayaan pertanian, skim pola pembiayaan peternakan, dan lain-lain. Cara lainnya, pihaknya melakukan interaksi emosional yang intens terhadap peminjam (debitur). Artinya, hubungan yang dijalin tidak hanya bersifat finansial. Perbankan memang punya kelebihan pada teknologi dan sistem, tetapi BMT unggul pada pendekatan humanisnya kepada nasabah.

Keunggulan lainnya ialah ketika bank tidak mau memberi pinjaman kepada nasabah yang penghasilannya hanya 10 dolar per hari. Sedangkan BMT masih mau memberi pinjaman kepada anggota yang penghasilannya 2 dolar per hari. Selain itu hitungan mikro yang ada di bank adalah pembiayaan

² Ing, *Ini Kelebihan BMT Dibanding Perbankan*, (<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/14/10/23/ndw0x4-ini-kelebihan-bmt-dibanding-perbankan> - diakses pada 22 Mei 2017).

dengan nilai Rp 50-100 juta. Sedangkan BMT masih berani memberikan pinjaman dengan nilai Rp 100.000.³

Untuk membuka sebuah cabang, sebuah bank memerlukan dana lebih dari Rp 1 miliar. Jumlah ini belum termasuk gaji dan operasional pegawai. Cabang ini secara berkala dievaluasi dan harus mencapai target tertentu. Bagi bank hal ini tidak mudah bila membuka di lokasi yang tidak strategis. Di sinilah keunggulan BMT yang tidak dimiliki oleh bank, karena syarat modal awal untuk memulai operasi berkisar antara Rp 10 juta sampai dengan Rp 30 juta.⁴ Dasar hukum mendirikan koperasi adalah UU Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian dan PP Nomor 4 Tahun 1994 tentang tata cara pengesahan akta pendirian dan perubahan anggaran dasar koperasi.

Tak hanya itu, untuk memperluas pangsa pasar BMT juga melakukan beberapa langkah. Di antaranya BMT yang tidak hanya dimanfaatkan untuk bisnis, melainkan juga sosial, *baitul tamwil*. Selain itu, menerapkan program BMT *back to house* yang artinya menyejahterakan umat, tidak hanya kesejahteraan lahiriyah tetapi juga batiniyah. Yang juga menjadi sasaran selain pelaku UMKM adalah keluarga sebagai komunitas terkecil.

Di Indonesia, BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang memiliki perkembangan yang sangat pesat. Berikut ini adalah sekilas data mengenai jumlah pertumbuhan BMT yang ada di Indonesia:

³ Ing, *BMT tak takut bersaing dengan Bank Syariah*, (<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/12/06/28/m6byym-bmt-tak-takut-bersaing-dengan-bank-syariah> - diakses pada 25 Mei 2017).

⁴ *Ibid.*

Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Jumlah BMT di Indonesia

| Tahun | Jumlah BMT/Unit |
|--------------|------------------------|
| 1995 | 300 |
| 1997 | 1.501 |
| 2005 | 3.038 |
| 2015 | 212.135 |

(Sumber: PINBUK Pusat Inkubasi Usaha Kecil)

Pada akhir tahun 1995 tercatat kurang lebih berdiri terdapat 300 BMT di Indonesia lalu naik menjadi 1.501 pada tahun 1997, pada akhir tahun 2005 terdapat 3.038 BMT dan pada akhir tahun 2015 naik menjadi 212.135 unit BMT yang tercatat di PINBUK (Pusat Inkubasi Usaha Kecil) dengan total aset sebesar 15 Triliun. Angka ini lebih besar jika dibandingkan dengan pertumbuhan Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang informasinya penulis ambil dari data Statistik Perbankan Syariah milik OJK tahun 2015. Berikut adalah datanya dari tahun 2014, 2015 hingga 2016:⁵

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Kantor BUS, UUS dan BPRS

| Jumlah Kantor | 2014 | 2015 | 2016 |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|
| BUS | 2.163 | 1.990 | 1.869 |
| UUS | 320 | 311 | 332 |
| BPRS | 439 | 446 | 453 |

⁵ OJK, *Statistik Perbankan Syariah*, Volume 15, No 1, Tahun 2016.

Dari kedua tabel di atas terlihat bahwa pertumbuhan BMT memang jauh lebih cepat jika dibandingkan dengan BUS, UUS dan BPRS.

Salah satu BMT yang terus berkembang yaitu BMT yang terdapat di Daerah Istimewa Yogyakarta. Bahkan BMT di DIY disebut sebagai barometer BMT di Indonesia, karena salah satu yang paling banyak jumlah dan produktivitasnya. Menurut Sutardi, Ketua Lembaga Pengembangan Potensi Koperasi Syariah (LPPKS) ABSINDO (Asosiasi BMT Indonesia) wilayah Yogyakarta. Ada empat hal yang menjadi jati diri BMT yakni: syariah, lembaga koperasi sektor mikro, mengembangkan amal sosial, dan lembaga wakaf produktif. Nilai aset yang dimiliki BMT di kota Yogyakarta terus tumbuh secara signifikan hingga mencapai Rp. 900.000.000.000 lebih pada tahun ini. Ditargetkan, pada tahun yang akan datang mencapai level 1 Triliun rupiah. Ketua Asosiasi *Baitul Maal wat Tamwil* se-Indonesia (Absindo) kota Yogyakarta, Saiful Rijal mengatakan, saat ini ada sekitar 40 BMT di kota Yogyakarta yang secara aktif melayani beberapa produk layanan. Pertumbuhan aset BMT rata-rata 40 persen pertahun dan potensinya di Yogyakarta masih tinggi.⁶

Di sisi lain, dari banyaknya lembaga keuangan yang ada dan maraknya perusahaan yang dibangun guna memenuhi kebutuhan bisnis, pasti timbulah yang dinamakan dengan persaingan. Persaingan merupakan hal umum dan wajar dalam dunia bisnis maupun di dunia perbankan syariah. Perusahaan jasa keuangan lainnya seperti asuransi, pegadaian, perusahaan

⁶ Ing, *Asset bmt di Yogyakarta*, (<http://jogja.tribunnews.com/2015/11/11/aset-bmt-di-yogya-tumbuh-hingga-rp-900-miliar> -diakses pada 18 Mei 2017).

sekuritas, *money changer*, jasa pengiriman (*transfer*) uang cepat, dan berbagai lembaga keuangan lainnya tidak mau kalah dalam persaingan.⁷ Setiap pesaing sudah pasti memiliki strategi tersendiri untuk mematisasi lawannya. Semakin ketat persaingan, maka semakin canggih strategi yang dijalankan. Bukan tidak mungkin strategi yang dijalankan memiliki kemiripan, karena banyak sekali strategi yang dapat dijalankan oleh pesaing.⁸

Salah satu keputusan paling penting yang perlu diambil oleh perusahaan adalah di mana mereka akan menempatkan kegiatan operasionalnya, sehingga keputusan yang harus diambil selanjutnya adalah strategi lokasi. Lokasi yang strategis merupakan wilayah penempatan operasi sebuah perusahaan yang dapat memberikan keuntungan maksimal terhadap perusahaan tersebut, karena tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan.⁹ Pada umumnya keputusan lokasi merupakan keputusan jangka panjang, susah sekali untuk direvisi, dan mempunyai efek pada biaya transportasi, pajak, upah, sewa dan lain-lain.

Lokasi usaha merupakan salah satu faktor yang menentukan di dalam perkembangan perusahaan. Namun rupanya masih banyak perusahaan-perusahaan terutama industri kecil dan menengah yang belum memikirkan hal ini. Lokasi usaha ini pada umumnya dianggap sebagai barang yang sudah jadi, sehingga tidak ada atau sedikit sekali perusahaan yang berfikir efek dari

⁷ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, hal. 62.

⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2008, hal. 205.

⁹ Handoko, T. Hani, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi I, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2000, hal. 58.

lokasi usaha tersebut. Masalah lokasi usaha, pada dewasa ini sudah merupakan suatu hal yang perlu direncanakan dengan baik. Faktor-faktor pemilihan lokasi memang perlu dipertimbangkan oleh pemilik usaha dalam menentukan lokasi usahanya, karena lokasi usaha merupakan salah satu strategi bisnis. Adapun faktor-faktor tersebut antara lain: aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas (*traffic*), tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan dan peraturan pemerintah.¹⁰

Salah satu lembaga keuangan syariah yang lokasi usahanya menarik perhatian penulis yaitu BMT TAMZIS yang merupakan salah satu BMT terbesar di Indonesia, yang sudah memiliki banyak kantor cabang dan memasuki kota-kota besar di Jawa terutama seperti Jakarta, Bandung, Purwokerto, Purbalingga, Cilacap, Banjarnegara, Wonosobo, Temanggung, Magelang dan Yogyakarta.¹¹ Sebagai perbandingan BMT besar lainnya, terutama yang ada di Yogyakarta yaitu BMT BIF dan BMT Beringharjo. Berikut akan ditampilkan datanya dalam bentuk tabel :

Tabel 1.3 Perbandingan BMT TAMZIF, BIF dan Beringharjo

| Nama BMT | Jumlah Kantor | | Keterangan |
|----------|---------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------|
| | Pusat | Cabang | |
| TAMZIS | 2 | 35 | Lokasi kantor sudah tersebar di berbagai wilayah Indonesia terutama di Jawa |

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi, 2000, hal. 42.

¹¹ Ing, *Kantor Cabang*, (<https://www.tamzis.id/page/6-kantor-cabang> - diakses pada 23 Mei 2017).

| | | | |
|----------------------------------|---|----|-----------------------------------------------------------------------------|
| BIF ¹² | 1 | 10 | Lokasi kantor masih terfokus di beberapa wilayah DIY saja |
| Beringharjo ¹³ | 1 | 12 | Lokasi kantor sudah tersebar di berbagai wilayah Indonesia terutama di Jawa |

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa BMT TAMZIS memiliki jumlah kantor terbanyak dibandingkan dengan BMT BIF dan BMT Beringharjo. Jika dicermati dari wilayah ekspansinya, BMT TAMZIS dan BMT Beringharjo sudah memasuki beberapa wilayah di Indonesia terutama di Jawa sedangkan BMT BIF sendiri terfokus untuk mengembangkan lahan bisnisnya di wilayah Yogyakarta. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti BMT TAMZIS.

BMT TAMZIS cabang Bantul yang berada di Jl. Jend. Sudirman Plaza A-6, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan cabang BMT TAMZIS yang akan menjadi obyek penelitian penulis. BMT ini memang memiliki lokasi yang cukup strategis karena berada di salah satu jalan utama Bantul, namun di sisi lain terdapat banyak lembaga-lembaga yang bergerak di bidang yang sama yakni bidang keuangan dengan lokasi berdekatan. Ditambah lagi semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan menyimpan uang dan perlunya pinjaman modal untuk usaha, sehingga bisa dipastikan persaingan antar lembaga tersebut dapat dikatakan ketat.

¹² Ing, Kantor Cabang BMT BIF, (<https://bmt-bif.co.id/index.php?menu=kcabangs&view=related> – diakses pada 26 Mei 2017).

¹³ Ing, Kantor Cabang, (<http://bmtberingharjo.com/> - diakses pada 26 Mei 2017).

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin melakukan sebuah penelitian dalam rangka memenuhi Tugas Akhir yang berjudul “**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN LOKASI USAHA BMT TAMZIS CABANG BANTUL**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha BMT TAMZIS cabang Bantul?
2. Apakah faktor yang paling dominan mempengaruhi pemilihan lokasi usaha BMT TAMZIS cabang Bantul?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha BMT TAMZIS cabang Bantul.
2. Mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi pemilihan lokasi usaha BMT TAMZIS cabang Bantul.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis bagi kalangan akademis, dan praktis. Adapun beberapa manfaat penelitian yang diharapkan tersebut sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan manfaat secara teoritis, sehingga dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia perbankan dan membantu dalam menyumbangkan gagasan dan ilmu pengetahuan bagi pengembangan penelitian berikutnya.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai alat memperdalam ilmu pengetahuan tentang ekonomi Islam dan Lembaga Keuangan Syariah khususnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha BMT TAMZIS cabang Bantul.

b. Bagi BMT TAMZIS

Sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran dalam membuat kebijaksanaan atau keputusan dalam menentukan lokasi usaha BMT TAMZIS yang baru.

c. Peneliti Selanjutnya

Dapat menjadi sarana untuk menambah wawasan keilmuan dan menambah referensi untuk penelitian berikutnya yang lebih sempurna dan lebih mengerucut lagi. Sehingga dengan adanya penelitian ini dapat menjadi tolak ukur peneliti selanjutnya untuk lebih mengembangkan penelitian ini.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini mengacu pada jurnal-jurnal atau penelitian terdahulu untuk dijadikan sebagai acuan penelitian. Adapun acuan jurnal dan penelitian terdahulu, yaitu:

Pertama, Jurnal Pendidikan Ekonomi (I Wayan Sastrawan); Volume 5; Nomor 1; Tahun 2015; Judul “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima Di Pantai Penimbangan Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha PKL di Pantai penimbangan dipengaruhi oleh faktor aksesibilitas, faktor visibilitas, faktor lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, persaingan dan peraturan pemerintah. Dari kedelapan faktor tersebut, faktor yang paling dominan mempengaruhi pemilihan lokasi usaha PKL di pantai penimbangan adalah aksesibilitas dapat menjelaskan pemilihan lokasi usaha. Perbedaan dengan penelitian yang akan saya lakukan terletak pada tahun penelitian, metode analisis data dan objek penelitian.

Kedua, Jurnal Sarjana Teknik Informatika (Cindra Onggo & Fiftin Noviyanto); Volume 1; Nomor 1; Tahun 2013; Judul “*Sistem Pendukung Keputusan Untuk Pemilihan Lokasi Pembukaan Cabang Usaha Variasi Mobil Dengan Metode Promethee*”. Hasil dari penelitian ini adalah suatu aplikasi Sistem Pendukung Keputusan untuk membantu para pengambil keputusan dalam pemilihan lokasi cabang usaha variasi mobil. *Output* berupa ranking lokasi yang digunakan untuk rekomendasi pembukaan cabang usaha

variasi mobil. Perbedaan dengan penelitian yang akan saya lakukan terletak pada tahun penelitian, metode analisis data dan objek penelitian.

Ketiga, Jurnal Saintek UNEJ (Ifrina Nurita, Saiful Bukhori, Windi Eka Yulia Retnani); Volume 1; Nomor 1; Tahun 2013; Judul “*Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode *single linkage* merupakan metode *clustering* terbaik yang mempunyai nilai rasio simpangan baku dalam kelompok (Sw) dan simpangan baku antar kelompok (Sb) paling kecil dibandingkan keempat metode lainnya. Analisis secara spasial menunjukkan bahwa kedekatan lokasi dengan perguruan tinggi serta tingginya kepadatan dan pendapatan perkapita penduduk berpengaruh terhadap tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba di Kabupaten Jember. Perbedaan dengan penelitian yang akan saya lakukan terletak pada jenis variabel, tahun penelitian, metode analisis data dan objek penelitian.

Keempat, Skripsi (Ayu Hadiati); Tahun 2016; Judul “*Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Yang Mempengaruhi Kesuksesan Usaha (Studi Kasus: Pedagang Handphone Sepanjang Jalan Moses)*”. Hasil olah data penelitian menunjukkan bahwa, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :
$$Y = -0,222 + 0,368X_1 + 0,294X_2 + 0,399X_3 + 0,311X_4 + 0,394X_5$$
. Pada persamaan regresi linier berganda urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh terhadap kesuksesan usaha adalah variabel lingkungan bisnis dengan koefisien regresi sebesar 0,399, yang kedua

keamanan dengan koefisien regresi sebesar 0,394, ketiga biaya sewa dengan koefisien regresi sebesar 0,368, lalu keempat kedekatan dengan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,311 dan yang terakhir adalah kedekatan infrastruktur dengan koefisien regresi sebesar 0,294. Hasil uji F menunjukkan bahwa kelima variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Perbedaan dengan penelitian yang akan saya lakukan terletak pada jenis variabel, tahun penelitian, metode analisis data dan objek penelitian.

Kelima, Tugas Akhir (Rizqa Ramadhani Tyas); Tahun 2012; Judul “*Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di BMT Sumber Mulia Tuntang*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles* terhadap keputusan menabung. Hal ini berarti kesediaan karyawan dan pengelola BMT Sumber Mulia untuk lebih peduli dengan memberikan pemahaman dan perhatian kepada nasabah menyebabkan nasabah mau untuk menabung. Perbedaan dengan penelitian yang akan saya lakukan terletak pada jenis variabel, tahun penelitian, metode analisis data dan objek penelitian.

F. Kerangka Teori

1. Lokasi Perusahaan

Terlebih dahulu dikemukakan adanya perbedaan pengertian tentang tempat perusahaan. Badan usaha maupun perusahaan tidak membedakan mengenai tempat usaha, yaitu tempat di mana kegiatan usaha dijalankan dengan baik secara administratif maupun produktif.¹⁴

Tempat perusahaan akan merupakan masalah bila :

- a. Perusahaan baru akan didirikan, dari tiada menjadi ada (*promotion*).
- b. Perusahaan mengalami kemajuan sehingga perlu mengadakan ekspansi (perluasan) diperlukan tempat tambahan atau tempat yang sama sekali baru.
- c. Perusahaan harus pindah tempat karena tempat yang sekarang secara ekonomis tidak menguntungkan atau karena peraturan perusahaan harus pindah.

Hal-hal tersebut di atas menyebabkan pemikiran mencari tempat yang tentunya secara ekonomis tepat. Untuk menentukan lokasi yang menekan biaya distribusi sampai pada titik yang minimal adalah tidak begitu mudah, karena harus dipertimbangkan berbagai faktor. Sekali kita menentukan tempat perusahaan itu salah, maka akan menyebabkan kerugian yang terus menerus.

¹⁴ Wasis, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Bandung: Alumni, 1992, hal. 61-62.

Lokasi perusahaan perlu mendapat sorotan yang mendalam sebelum memutuskannya pada suatu tempat tertentu, karena suatu keputusan yang diambil mengenai hal tersebut, memegang peranan dalam merealisasikan tujuan perusahaan yang didirikan. Pada permulaan pendirian suatu perusahaan, persoalan mengenai lokasi perusahaan selalu muncul. Setiap orang akan selalu berusaha memilih lokasi perusahaan di mana memberikan keuntungan sebesar-besarnya. Pemilihan lokasi perusahaan ini selalu didasarkan atas motif ekonomi.¹⁵

2. Jenis-Jenis Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan dapat dibedakan atas empat jenis lokasi, yaitu:¹⁶

a. Lokasi Terikat Pada Alam

Lokasi perusahaan terikat pada alam ialah lokasi perusahaan yang tidak dipengaruhi oleh manusia tetapi tergantung atau terikat pada alam. Misalnya lokasi perusahaan pertanian seperti perkebunan sayur mayur, harus berada di tempat beriklim sesuai dengan kebutuhan. Umumnya segala perusahaan yang bersifat pertanian, lokasi perusahaannya selalu terikat kepada alam.

¹⁵ *Ibid.*, hal. 60.

¹⁶ Supriyono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, Edisi 2, Yogyakarta: BPFE, 1998, hal. 41-42.

b. Lokasi Berdasar Sejarah

Lokasi perusahaan berdasar sejarah ialah bahwa perusahaan menjalankan aktivitas-aktivitasnya di suatu daerah hanya dapat dijelaskan berdasar sejarah. Contoh lokasi perusahaan seperti pabrik batik yang lokasinya di Yogja. Mengapa justru di Yogya dan kenapa tidak di daerah pematang siantar? Ini hanya dapat dijelaskan berdasarkan sejarah.

Pada mula industri batik di Yogyakarta, dimulai sebagai seni kerajinan yang dikerjakan oleh wanita di Kraton. Seni kerajinan ini kemudian dicontoh oleh masyarakat umum, malahan sudah menjadi kebiasaan bahwa ketika tidak ada pekerjaan di sawah, wanita Yogyakarta mengerjakan pembatikan. Kemudian pembatikan ini diorganisir sedemikian rupa di Yogyakarta. Karena di Yogyakarta didapati tenaga-tenaga pembatik yang berpengalaman.

c. Lokasi Ditetapkan Pemerintah

Lokasi ditetapkan pemerintah adalah lokasi tempat atau daerah yang ditetapkan pemerintah sebagai tempat khusus bagi perusahaan tertentu. Misalnya lokasi perusahaan babi dan lokasi pabrik senjata.

Penetapan tersebut oleh pemerintah karena pertimbangan-pertimbangan tertentu, misalnya menjaga bahaya yang mungkin timbul dari suatu pabrik senjata, atau untuk menjaga kesehatan, ditetapkan lokasi pemeliharaan babi. Karena alasan politis, pemerintah dapat menetapkan lokasi perusahaan pada suatu daerah

tertentu misalnya tahun 70-an pabrik tekstil di tetapkan di Pematang Siantar (kemudian ditutup, karena tidak memenuhi persyaratan dari segi ekonomi).

d. Lokasi Atas Dasar Faktor Ekonomi

Kimball Sr. dan Kimball Jr, berpendapat bahwa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi perusahaan khususnya industri (pabrik) adalah sebagai berikut:¹⁷

- 1) *Nearness to material*
- 2) *Nearness to markets*
- 3) *Water power*
- 4) *Supply of labour*
- 5) *Favourable climate*
- 6) *Capital available for investment*

3. Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi seringkali menentukan kesuksesan suatu usaha, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu usaha. Pemilihan tempat atau lokasi usaha yang potensial memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut¹⁸ :

a. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah konsep yang menggabungkan sistem pengaturan tata guna lahan secara geografis dengan sistem jaringan

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi, 2000, hal. 42.

transportasi yang menghubungkannya. Aksesibilitas merupakan suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi tata guna lahan berinteraksi satu sama lain dan mudah atau susahya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi.¹⁹

Klasifikasi tingkat aksesibilitas dapat diukur dengan menggunakan jarak tempuh dan kondisi prasarana yang meliputi akses jalan maupun transportasi. Jika kondisi prasarananya bagus dan jaraknya dekat, maka akan semakin mudah bagi nasabah untuk datang ke BMT. Untuk lebih detailnya bisa diperhatikan tabel berikut²⁰ :

Tabel 1.4 Parameter Aksesibilitas

| Kondisi Prasarana | JARAK | |
|--------------------------|------------------------|------------------------|
| | Dekat | Jauh |
| Baik | Aksesibilitas Tinggi | Aksesibilitas Menengah |
| Buruk | Aksesibilitas Menengah | Aksesibilitas Rendah |

b. Visibilitas

Visibilitas adalah keadaan di mana dapat dilihat maupun diamati. Dalam dunia bisnis visibilitas merupakan salah satu cara untuk menjangkau pelanggan, yang tujuannya jelas untuk menarik dan mengikat perhatian pelanggan.

¹⁹ Ofyar Z. Tamin, *Perencanaan & Permodelan Transportasi*, Edisi Kedua, Bandung: ITB, 2000, hal. 51-52.

²⁰ *Ibid.*

Kriterianya meliputi :

- 1) Lokasi yang bisa dan mudah dilihat dari jalan raya.
 - 2) Petunjuk jelas menuju lokasi, arah atau plang jalan.
- c. Lalu lintas (*traffic*), di mana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan yaitu:
- 1) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying*, yaitu proses pembelian yang sering tanpa terencana atau tanpa melalui usaha-usaha khusus. Biasanya konsumen tertarik untuk membeli setelah melihat-lihat toko maupun produknya.
 - 2) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, atau ambulans.
- d. Tempat parkir

Tempat parkir didefinisikan tempat khusus bagi kendaraan untuk berhenti demi keselamatan. Ruang atau halaman kosong cenderung dapat digunakan untuk tempat parkir. Parkir mempunyai tujuan yang baik akses yang mudah, jika seseorang tidak dapat memarkir kendaraannya, dia tidak bisa membuat perjalanan. Jika parkir terlalu jauh dari tujuan, orang akan beralih pergi ke tempat lain. Sehingga tujuan utama adalah agar lokasi parkir sedekat mungkin dengan tujuan perjalanan.²¹

²¹ *Ibid.*, hal. 542.

Kriteria peletakan fasilitas parkir :

- 1) Tempat parkir diusahakan di permukaan yang datar agar kendaraan tidak menggelinding.
- 2) Tempat parkir dengan bangunan (tempat kegiatan) diusahakan dekat, jangan terlalu jauh agar kegiatan lebih mudah & efisien.
- 3) Ukuran luas tempat parkir sesuai dengan kebutuhan.
- 4) Tersedia sarana penunjang, misalnya tempat duduk dan tempat sampah.
- 5) Arah masuk dan keluar parkir harus jelas.
- 6) Terdapat pos penjagaan, seperti satpam.

e. Ekspansi

Ekspansi adalah aktivitas memperbesar/ memperluas usaha yang ditandai dengan penciptaan pasar baru, perluasan modal, fasilitas, perekrutan pegawai, dan lain-lain. Yang menjadi indikator dalam ekspansi di sini ada dua, yaitu :

- 1) Bertambahnya modal kerja

Modal kerja adalah dana yang harus tersedia untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan sehari-hari.

- 2) Bertambahnya modal tetap

Modal tetap adalah modal yang memberikan jasa untuk proses produksi dalam waktu lama, misalkan tanah, mesin dan gendung.

f. Lingkungan

Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Indikator lingkungan dibagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Lingkungan Eksternal merupakan elemen-elemen di luar perusahaan yang relevan terhadap kegiatan operasional sehari-hari yang meliputi sosial budaya, politik dan alam.
- 2) Lingkungan Internal berada di dalam perusahaan meliputi tenaga kerja, modal dan manajemen.

g. Persaingan

Yang menjadi indikator dalam persaingan jasa keuangan merupakan strategi yang diterapkan, seperti :

- 1) *Competitive positioning*, yaitu metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi relatifnya dibanding para pesaing.
- 2) Manajemen Permintaan, melihat bagaimana kondisi pasar.
- 3) Fokus, sesuai dengan tujuan awal didirikan.

h. Peraturan pemerintah

Kewajiban setiap orang atau badan yang akan mendirikan bangunan untuk memiliki Izin Mendirikan Bangunan diatur pada Pasal 5 ayat 1 Perda 7 Tahun 2009.

4. Pengambilan Keputusan

Pada analisa terakhir efektivitas kepemimpinan seseorang diukur dari kecekatan, kemahiran dan kemampuannya mengambil keputusan

yang rasional, logis, berdasarkan daya pikir yang kreatif dan inovatif, digabung dengan pendekatan yang intuitif dengan memanfaatkan berbagai pelajaran yang diperoleh dari pengalaman.

Pengambilan keputusan merupakan inti kepemimpinan karena pengambilan keputusan adalah kegiatan intelektual yang secara sadar dilakukan oleh seseorang sehingga lebih menjamin bahwa hal-hal yang dihadapi oleh organisasi telah diperhitungkan sebelumnya dan dengan demikian terhindar dari berbagai jenis pendadakan.

Penelitian para ahli dan pengalaman para praktisi menunjukkan bahwa keputusan yang baik adalah keputusan yang memenuhi berbagai persyaratan. Syarat-syarat itu antara lain:²²

- a. Keputusan yang dibuat baik yang bersifat strategis, taktis maupun operasional, harus berkaitan langsung dengan tujuan dan berbagai sasaran yang ingin dicapai.
- b. Keputusan yang diambil harus memenuhi persyaratan rasionalitas dan logika yang berarti menuntut pendekatan ilmiah berdasarkan berbagai teori dan asas yang telah berhasil dikembangkan oleh para ahli.
- c. Keputusan yang diambil dengan menggunakan pendekatan ilmiah digabung dengan daya pikir yang kreatif, inovatif, intuitif dan bahkan emosional.

²² Siagian, *Teori Dan Praktek Pengambilan Keputusan*, Jakarta: Haji Masagung, 1988, hal. 19.

- d. Keputusan yang diambil harus dapat dilaksanakan.
- e. Keputusan yang diambil harus diterima dan dipahami baik oleh kelompok pimpinan yang bertanggung jawab maupun oleh para pelaksana kegiatan operasional.

Karena itu berbagai model, metode dan teknik pengambilan keputusan, harus dikuasai oleh orang-orang yang menduduki jabatan pimpinan apapun bentuk, jenis dan ukuran organisasi yang dipimpinya.

5. Pengertian BMT

BMT itu singkatan atau kepanjangan dari *Baitul Maal Wat Tamwil*. BMT adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil (syariah), menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin. Secara konseptual, BMT memiliki dua fungsi: *Baitul tamwil* (*bait*= rumah, *at tamwil*= pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil terutama dengan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. *Baitul maal* (*bait*= rumah, *maal*= harta), menerima titipan dana zakat, infak dan shadaqah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.²³

BMT sesuai dengan namanya terdiri dari dua fungsi utama, yaitu :

²³ Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Ombak, 2014, hal. 143-144.

- a. *Baitul Tamwil* (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.
- b. *Baitul Mal* (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu BMT juga bisa menerima titipan zakat, infak dan sedekah serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.

6. Tujuan BMT

Berdirinya BMT bukan berarti bukan tanpa tujuan ataupun hanya sebagai pelaku kelembagaan keuangan bisnis tetapi tujuan didirikannya BMT adalah untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Terutama menjauhkan masyarakat dari praktek ekonomi non syariah agar menuju ekonomi syariah yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan Islam serta tidak merugikan satu sama lainnya.

Tujuan BMT adalah untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta meningkatkan kekuatan dan posisi pengusaha kelas bawah dengan pelaku ekonomi yang lain. BMT bersifat usaha bisnis, mandiri ditumbuh kembangkan secara swadaya dan dikelola secara profesional sehingga mencapai tingkat efisiensi tertinggi.²⁴

Melakukan pembinaan dan pendanaan kecil seperti UMKM dan unit mikro lainnya yang dirasa memerlukan pendanaan agar usahanya maju dan lancar. Tujuan BMT juga untuk menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti membagi dalam empat bab yang akan diuraikan dalam sub-sub bab. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan, dalam bab ini dipaparkan mengenai latar belakang dari permasalahan yang peneliti kaji, rumusan permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka dan kerangka teori.

BAB II Metode Penelitian, bab ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yang menguraikan jenis penelitian, objek dan subjek penelitian, metode pengumpulan data, sumber data, kebasahan dan kredibilitas, serta analisis data.

²⁴ *Ibid.*

BAB III Hasil Dan Pembahasan, membahas tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha BMT TAMZIS cabang Bantul dan faktor yang paling dominan mempengaruhi pemilihan lokasi usaha BMT TAMZIS cabang Bantul.

BAB IV Penutup, berisi tentang kesimpulan dari seluruh penelitian yang dilakukan, dan saran yang ditujukan untuk BMT TAMZIS maupun penelitian selanjutnya.