

**PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN RASIONAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM MEMILIH  
JASA BMT UGT SIDOGIRI CAPEM GADANG**

**SKRIPSI**

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA



**UNIVERSITAS ISLAM  
RADEN RAHMAT**

Disusun Oleh:

**CITA ASTRY AGUSTIN**

**NIM. 21612061014**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT**

**MALANG**

**2025**

**HALAMAN JUDUL**  
**PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN RASIONAL**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM MEMILIH**  
**JASA BMT UGT SIDOGIRI CAPEM GADANG**

**SKRIPSI**

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA



Disusun Oleh:

**CITA ASTRY AGUSTIN**

**NIM. 21612061014**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT**

**MALANG**

**2025**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI



YAYASAN PERGURUAN TINGGI ISLAM RADEN RAHMAT

UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

*Inspiring, Excellent, Humble*

### TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN RASIONAL  
TERHADAP KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM MEMILIH  
JASA BMT UGT CAPEM GADANG

Disusun oleh : CITA ASTRI AGUSTIN

NIM : 21612061014

Prodi : PERBANKAN SYARIAH

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

Didepan tim penguji

Malang, 31 MEI 2025

Mengetahui & menyetujui

Kaprodi,

(Andriati Aziizah Syafitri, S.Pd., M.Ak)

NIDN. 0714049303

Pembimbing,

(Dr. Abdillah Ubaidillah, S.E.M.M)

NIDN.210217702

UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

Lantai II, Gedung K.H. Mahmud Zubaidi, Jalan Raya Mojosari 02, Kepanjen - Malang Jawa Timur  
Telp: (0341) 399099 - Kode POS. 65163 Email: [feb@uniramalang.ac.id](mailto:feb@uniramalang.ac.id) Website: <http://www.feb.uniramalang.ac.id>

## TANDA PENGESAHAN

### TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI, PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG.

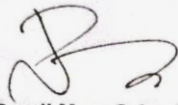
NAMA : Cita Astri Agustin  
NIM : 21612061014  
HARI : Rabu  
TANGGAL : 11 Juni 2025  
JUDUL : Pengaruh Faktor Emosional Dan Rasional Terhadap Keputusan Pedagang Dalam Memilih Jasa BMT UGT Capem Gadang

DINYATAKAN LULUS

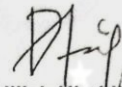
MAJELIS PENGUJI



Andriati Aziizah Syafitri, M.Ak  
NIDN. 0714049303



M. Romli Muar S.Ag, M.HI  
NIDN. 0706076704



Dr. Abdillah Ubaidi, S.E., M.M  
NIDN. 2102127702

MENGESAHKAN,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Raden Rahmat Malang  
Dekan,



Dr. W. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M  
NIDN. 0713047901

UNIVERSITAS ISLAM  
RADEN RAHMAT

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis menyadari bahwa selama proses sampai terselesaikannya skripsi ini banyak mendapatkan masukan dan kontribusi dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, taburan cinta dan kasih sayangmu telah memberikanku kekuatan, atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.
2. Ucapan terimakasih kepada pintu surgaku Ibu Mella Sundari. Alhamdulillah berkat dukungan dan semangat beliau, penulis bisa sampai pada tahap ini dan bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Terimakasih atas doa yang selalu dilangitkan untuk penulis. Terimakasih sudah menjadi wanita kuat dan tangguh dan pekerja keras sehingga bisa menjadi panutan bagi penulis. Penulis persembahkan karya tulis kecil ini untuk ibu atas segala usaha yang telah ibu diberikan.
3. Kepada saudaraku yang tak kalah penting kehadirannya Mas Ali Al-Imran. Penulis ucapkan banyak terimakasih atas didikan dan materi yang selalu beliau berikan selama ini. Terimakasih atas perjuangan dan usaha yang selalu diberikan kepada penulis. Terimakasih atas dukungan dan kasih sayang yang telah diberikan dan kakak paling hebat dan kuat bagi penulis. Karya kecil ini penulis persembahkan untuk beliau.
4. Kepada kucing penulis (Miko, Miki, Gembil, Chleo). Terimakasih sudah hadir dan terimakasih sudah menghibur penulis selama pengerjaan skripsi.

5. Terakhir Cita Astri Agustin, ya! Saya sendiri, terimakasih telah kuat dan mampu berusaha hingga berada di titik ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan yang datang sili berganti dan tiada hentinya. Tidak pernah menyerah sesulit apapun proses yang dilalui dalam penyusunan skripsi ini dan bisa menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Hal ini merupakan pencapaian yang sangat besar dan patut dibanggakan untuk diri sendiri. Semoga ilmu yang telah ku dapatkan ini bisa bermanfaat untuk banyak orang.



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 yang berbunyi: lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya dan pasal 70 yang berbunyi: lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)).

Malang, 20 Mei 2025

Yang menyatakan,



Cita Astri Agustin

UNIVERSITAS ISLAM  
RADEN RAHMAT

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor emosional dan rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa BMT UGT Sidogiri Capem Gadang. Faktor emosional dan rasional merupakan dua aspek penting yang dapat mempengaruhi keputusan pedagang dalam memilih jasa keuangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Survei dilakukan dengan sampel pedagang yang menggunakan jasa BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel faktor emosional secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa BMT UGT Sidogiri Capem Gadang, variabel faktor rasional secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa BMT UGT Sidogiri Capem Gadang. Secara simultan variabel faktor emosional dan faktor rasional secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih jasa BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.

**Kata Kunci:** *Faktor Emosional, Faktor Rasional, Keputusan Pedagang.*

UNIVERSITAS ISLAM  
RADEN RAHMAT

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat serta hidayahnya kepada penulis, memberi kesempatan, memberi kesehatan, kemudahan dan melapangkan pemikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu yang berjudul **“PENGARUH FAKTOR EMOSIONAL DAN RASIONAL TERHADAP KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM MEMILIH JASA BMT UGT SIDOGIRI CAPEM GADANG”**. Salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Perbankan Syariah adalah menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa bahasa yang digunakan dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dan penulis berharap setiap doa, bantuan, dukungan, motivasi, saran dan arahan yang diberikan dapat dilakukan dengan baik sehingga memperoleh balasan yang baik dari Allah SWT. Maka dari itu, penulis berharap tulisan ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat digunakan untuk kemajuan akademik.

Dalam proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan-bantuan berbagai pihak, maka dari itu penulis menyampaikan penghargaan berupa ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Raden Rahmat Malang, Bapak KH. Imron Rosyadi Hamid, S.E., M.Si., Ph.D
2. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Bapak Dr. M. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M
3. Ibu Andriati Aziizah Syafitri, S.Pd., M.Ak selaku Kaprodi Perbankan Syariah

4. Bapak Dr. Abdillah Ubaidi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas bimbingan, kritik dan saran, dan selalu meluangkan waktunya disela kesibukan. Berkat masukan, dukungan dan arahan dari beliau penulis bisa menyusun skripsi ini dengan baik dan dapat menyelesaikan dengan tepat waktu.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Universitas Islam Raden Rahmat Malang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, khususnya Prodi Perbankan Syariah yang telah banyak sekali berbagi pengalaman dan keilmuannya selama penulis menimba ilmu sampai dengan penulis menyelesaikan studi.
6. Sujud dan terimakasih yang dalam penulis persembahkan kepada ibu dan kakak penulis atas dorongan yang kuat, kebijaksanaan dan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman angkatan 2021 khususnya dari Program Studi Perbankan Syariah yang tak mampu penulis tulis satu persatu. Terimakasih bersama kalian penulis dapat merasakan keindahan deitengah perbedaan. Terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan hingga penyelesaian penyusunan skripsi ini. Doaku semoga kita semua diberi kesuksesan dalam setiap langkah yang ditempuh.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan masukan, pemikiran dalam penyusunan skripsi ini.

Malang, 20 Mei 2025

Penulis

Cita Astri Agustin

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Penelitian.....	9
1.6 Metode Penelitian.....	9
1.7 Penegasan Istilah.....	9
1.8 Penelitian Terdahulu.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Pustaka.....	23
2.3 Kerangka Pikir.....	39

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	41
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	42
3.3 Populasi dan Sampel .....	42
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.6 Instrumen Penelitian.....	51
3.7 Teknik Analisis Data.....	54
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
3.9 Uji Hipotesis .....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	62
4.2 Karakteristik Responden .....	62
4.3 Hasil Pengujian Data.....	65
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	72
4.5 Uji Hipotesis .....	74
4.6 Pembahasan.....	78
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3. 1 Jumlah Nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.....	43
Tabel 3. 2 Variabel, Indikator, dan Item Penelitian .....	47
Tabel 3. 3 Skala Likert .....	53
Tabel 4. 1 Jumlah Responden .....	62
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Usia .....	64
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah .....	65
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Emosional.....	66
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Rasional.....	67
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pedagang .....	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	69

UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	70
Gambar 4. 2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	71
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	72
Gambar 4. 4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	73
Gambar 4. 5 Hasil Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi) .....	74
Gambar 4. 6 Hasil Uji t (Parsial).....	76
Gambar 4. 7 Hasil Uji f Simultan .....	78



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner.....	92
Lampiran 1. 2 Uji Validitas .....	98
Lampiran 1. 3 Uji Reliabilitas .....	102
Lampiran 1. 4 Uji Asumsi Klasik.....	103
Lampiran 1. 5 Analisis Regresi Linear Berganda .....	105
Lampiran 1. 6 Uji Hipotesis .....	106
Lampiran 1. 7 Biodata Penulis .....	107



UNIVERSITAS ISLAM  
**RADEN RAHMAT**

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Lembaga keuangan Indonesia telah berkembang dan maju dengan sangat pesat, salah satunya adalah lembaga keuangan syariah. Perkembangan perbankan dengan menggunakan prinsip syariah atau Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) di Indonesia, bukanlah hal yang asing lagi. Sejak tahun 1992, telah muncul Lembaga Keuangan berbasis Syariah yang melarang praktek dengan konsep bunga (riba) pada operasionalnya. Faktor yang melatarbelakangi lahirnya Bank Syariah adalah pelarangan riba secara tegas dalam Al-Qur'an (Darwanto, 2017).

Abrori (2023), mengungkapkan bahwa dalam era globalisasi saat ini, minat masyarakat terhadap lembaga keuangan, khususnya lembaga keuangan syariah, menunjukkan peningkatan yang signifikan. Peningkatan ini dipengaruhi oleh penerapan sistem operasional yang khas pada lembaga keuangan syariah, yang menekankan prinsip bagi hasil serta pelaksanaan akad-akad yang berlandaskan pada nilai-nilai dan ketentuan syariah Islam. Ciri khas ini membedakan lembaga keuangan syariah dari lembaga keuangan konvensional yang umumnya menerapkan sistem bunga. Masyarakat menilai sistem ini lebih aman dan memberikan rasa nyaman karena tidak mengandung unsur riba. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, kesetaraan, transparansi, dan sifat universal menjadikan perbankan syariah sebagai alternatif

yang diyakini mampu memberikan perlindungan terhadap aset dan kekayaan masyarakat secara lebih etis dan berkeadilan.

Seiring dengan pesatnya perkembangan lembaga keuangan syariah, telah muncul berbagai bentuk Unit Usaha Mikro Syariah yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di kalangan lapisan bawah. Contoh dari unit usaha ini meliputi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), koperasi simpan pinjam yang berlandaskan prinsip syariah, serta Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Berbagai lembaga keuangan syariah tersebut memiliki potensi yang signifikan dalam menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Di antara semua itu, BMT menjadi salah satu institusi yang saat ini aktif menjembatani kebutuhan ekonomi masyarakat secara langsung. Baitul Maal wat Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan syariah non-bank yang ditujukan untuk berbagai kelompok masyarakat. BMT UGT merupakan lembaga ekonomi yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, serta berupaya mengembangkan kegiatan ekonomi produktif dan melakukan penanaman modal untuk mendorong peningkatan aktivitas usahanya (Melina, 2020).

Berdasarkan penelitian menurut Hidayat (2018), menjelaskan bahwa BMT UGT memiliki peran penting dalam menyediakan layanan keuangan bagi masyarakat, terutama di daerah pedesaan. BMT UGT tidak hanya berfungsi sebagai lembaga keuangan, tetapi juga sebagai wadah pemberdayaan ekonomi masyarakat. Perkembangan Baitul Maal wat Tamwil (BMT) UGT yang sangat pesat memang memberikan harapan, namun di sisi lain terdapat tantangan yang menghadang di lapangan. Dari perspektif eksternal, BMT UGT mengalami penurunan kualitas, terutama dalam penilaian yang diberikan oleh masyarakat. Hal ini terlihat dari berbagai persepsi masyarakat mengenai kinerja BMT UGT,

yang antara lain disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan edukasi mengenai keberadaan BMT UGT. Rendahnya kualitas ini berdampak negatif pada kemampuan BMT UGT untuk membangun persepsi positif di masyarakat mengenai integrasi ke Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS). Dengan berbagai macam permasalahan tersebut, diharapkan agar BMT UGT dapat berkembang dibutuhkan konsistensi, kedisiplinan dan kerja sama antar semua komponen yang saling terikat, sehingga peran BMT UGT terhadap pemberdayaan ekonomi akan relevan dan efektif.

Keputusan pedagang untuk memilih suatu lembaga keuangan, termasuk BMT UGT dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat emosional maupun rasional. Pada dasarnya, perilaku pedagang berasal dari dorongan dalam diri mereka sendiri dan dari pihak lain. Mereka jadi termotivasi untuk memastikan dan memilih produk yang ditawarkan oleh BMT UGT. Perilaku pedagang dikaitkan dengan perilaku mereka saat mencari informasi tentang berbagai layanan yang tersedia di BMT UGT dan bagaimana mereka mengambil keputusan. Mengevaluasi, membeli, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa adalah bagian dari proses pengambilan keputusan yang dikenal sebagai perilaku konsumen. Perilaku konsumen menentukan keputusan konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka (Puspitasari, 2022).

Menurut Diana (2018), menyatakan bahwa sumberdaya, dinamika ekonomi suatu daerah, serta pandangan masyarakat terhadap perilaku ekonomi dan institusi keuangan syariah dapat berfungsi sebagai instrumen yang efektif dalam mendukung proses penyebaran informasi dan merancang taktik pemasaran bagi lembaga keuangan syariah yang akan beroperasi di wilayah tersebut. Sedangkan menurut Magda (2019), Setiap individu memiliki perbedaan dalam cara berpikir, berucap, dan bertindak. Suatu perbuatan akan dinilai positif apabila

sejalan dengan ajaran agama yang dianut, sedangkan tindakan yang bertentangan dengan ajaran tersebut cenderung dipandang sebagai sesuatu yang negatif atau tidak baik. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya bertransaksi dengan prinsip syariah, banyak pedagang telah mempertimbangkan untuk menggunakan layanan berbasis syariah. Keputusan nasabah dalam memilih layanan berbasis syariah dipengaruhi oleh sejumlah faktor, yang mencakup pertimbangan rasional maupun emosional. Faktor emosional dan rasional menjadi fokus dalam penelitian ini karena individu cenderung membuat keputusan secara rasional dengan mempertimbangkan berbagai aspek, sebelum mengambil suatu tindakan atau pilihan. Selain itu, mereka juga mengandalkan emosi atau perasaan mereka untuk menghindari kesalahan dalam pengambilan keputusan di masa depan, dengan mempertimbangkan risiko dan manfaat yang mungkin diperoleh dari pilihan tersebut.

Sebelum membahas faktor emosional dan rasional dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan penjelasan tentang keduanya. Rasional dan emosional adalah bentuk pikiran dari diri manusia, masing-masing berpikir rasional dan merasa emosional. Sebenarnya kedua pendekatan pemahaman ini berbeda, tetapi keduanya saling mempengaruhi dan membentuk kehidupan mental manusia. Pikiran rasional adalah proses berpikir yang logis, sistematis, dan objektif yang melibatkan penggunaan akal dan penalaran untuk memahami situasi, mengevaluasi pilihan, dan membuat keputusan yang tepat. Namun, pikiran emosional adalah proses berpikir yang dipengaruhi oleh emosi, perasaan, dan pengalaman subjektif. Pikiran emosional seringkali tidak logis dan tidak objektif karena dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti emosi, pengalaman subjektif,

prasangka, dan kebiasaan. Pada umumnya, pemikiran rasional dan emosional saling melengkapi (Kamal, 2019).

Menurut Puspitasari (2022), faktor emosional termasuk kepercayaan, kenyamanan, dan kepuasan terhadap pelayanan BMT UGT. Pedagang dapat dipengaruhi oleh keyakinan agama mereka, keinginan untuk membantu kemajuan ekonomi, dan keinginan untuk mendukung lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan nilai-nilai Islam. Faktor emosional juga dapat dikaitkan dengan persepsi seseorang terhadap reputasi lembaga keuangan syariah tertentu, pengalaman pribadi, dan pengaruh sosial. Di sisi lain, faktor rasional termasuk pertimbangan logistik dan tujuan dalam memilih layanan lembaga keuangan syariah. Nasabah mungkin mempertimbangkan hal-hal seperti manfaat yang diharapkan dari produk dan layanan, biaya dan tarif, kebijakan BMT UGT Sidogiri, akses, dan keamanan transaksi. Faktor-faktor ini dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan jasa Baitul Maal wat Tamwil (BMT).

Dalam jurnal penelitian yang ditulis oleh KHOIR (2018), dijelaskan bahwa faktor emosional dalam konteks penelitian ini meliputi ketaatan beragama, aspek psikologis, dan karakteristik produk Islami. Penerapan faktor ketiga ini dalam kebiasaan menabung para pedagang di BMT UGT diyakini dapat berkontribusi pada perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan pedagang yang secara emosional lebih mengutamakan kepentingan akhirat dibandingkan kepentingan duniawi, yang dapat mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang mendukung prinsip-prinsip syariah.

Faktor rasional dalam penelitian ini meliputi biaya transaksi, reputasi, dan kemudahan transaksi. Biaya transaksi yang rendah, transparan dan kompetitif akan mendorong pedagang untuk melakukan transaksi di BMT UGT. Pedagang

yang mempertimbangkan reputasi BMT UGT yang baik akan lebih cenderung memilih BMT UGT. Kemudahan transaksi mencakup hal-hal yang membuat pedagang senang dan nyaman, bukan hanya kebutuhan tepat guna. Sangat penting bagi BMT UGT untuk mengetahui kepuasan nasabah karena kepuasan nasabah mendorong mereka untuk membangun hubungan yang kuat dengan BMT UGT sehingga bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan memastikan bahwa sebanyak mungkin orang memiliki pengalaman yang baik dan sedikit mungkin orang yang memiliki pengalaman yang buruk (Diana, 2018).

Ketertarikan atau ketidak tertarikan seseorang terhadap suatu lembaga keuangan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk faktor psikologis yang mencakup aspek perilaku, sikap, dan preferensi individu. Selain faktor psikologis, terdapat pula sejumlah faktor lain yang turut memengaruhi keputusan pedagang untuk menggunakan layanan perbankan, seperti kualitas pelayanan, tingkat keamanan, serta pengalaman yang diperoleh dari nasabah lain (Harahap, 2020).

Penelitian tentang pengaruh faktor emosional dan rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih untuk menggunakan layanan BMT UGT sangat penting dan perlu dilakukan. Memahami kedua komponen ini dapat membantu BMT UGT dan pihak terkait membuat strategi pemasaran yang lebih baik dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang menggunakan layanan BMT UGT. Penelitian ini juga dapat membantu peneliti memahami perilaku konsumen dalam BMT UGT. Berbagai penelitian terdahulu telah mengidentifikasi sejumlah variabel yang memengaruhi keputusan pedagang dalam memilih untuk menggunakan jasa BMT UGT.

Misalnya, Puspitasari (2022) menyeliti bagaimana pengaruh faktor motivasi, faktor rasional, dan faktor emosional terhadap keputusan pedagang dalam

memilih jasa perbankan syariah, dan Bayu dan Koko (2022) menemukan dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini untuk memperluas pemahaman kita terhadap penelitian sebelumnya dan meningkatkan pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang untuk memanfaatkan layanan BMT UGT. Kami juga berharap dapat memanfaatkan temuan ini untuk mendorong kemajuan BMT UGT di masa depan.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Faktor emosional apakah yang mempengaruhi keputusan pedagang dalam memilih jasa BMT UGT?
- 2) Faktor rasional apakah yang mempengaruhi keputusan pedagang dalam memilih jasa BMT UGT?
- 3) Apakah ada hubungan antara faktor emosional dan faktor rasional dengan keputusan pedagang dalam memilih jasa BMT UGT?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Menganalisis faktor-faktor emosional yang berpengaruh terhadap keputusan pedagang dalam memilih layanan BMT UGT.
- 2) Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pedagang dalam memilih layanan BMT UGT.

- 3) Meneliti hubungan antara faktor emosional dan faktor rasional dengan keputusan pedagang dalam memilih layanan BMT UGT.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yang dapat diperoleh, antara lain:

##### A. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman penulis tentang berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pedagang dalam memilih layanan perbankan syariah. Selain itu, penulis juga dapat mengasah keterampilan dalam penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil penelitian.

##### B. Bagi BMT UGT Sidogiri Capem Gadang

BMT UGT dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengembangkan rencana pemasaran produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pedagang. Penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat keunggulan kompetitif. Dengan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah, BMT dapat berkembang menjadi lembaga keuangan yang lebih relevan, kompetitif, dan berkelanjutan.

##### C. Bagi Nasabah

Penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi BMT UGT tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan bagi kesejahteraan nasabah. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi nasabah, BMT UGT dapat memberikan pelayanan yang lebih baik, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah peneliti, untuk menghindari terlalu meluasnya masalah yang dibahas maka fokus utama dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh faktor emosional dan rasional terhadap keputusan pedagang dalam memilih layanan yang ditawarkan oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Gadang. Adapun objek dalam penelitian ini adalah pedagang di Pasar Gadang yang menjadi nasabah BMT UGT Sidogiri Capem Gadang. Pemilihan lokasi ini dikarenakan masih terbatasnya penelitian yang telah dilakukan di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang.

### **1.6 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Survei dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada pedagang yang terpilih. Kuesioner dapat diisi secara mandiri oleh responden atau dengan bantuan peneliti sesuai kebutuhan. Metodologi penelitian ini dirancang untuk mengumpulkan data yang diperlukan dan menganalisis hubungan dari faktor emosional, faktor rasional dan keputusan pedagang dalam memilih jasa BMT UGT dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

### **1.7 Penegasan Istilah**

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman, memudahkan menelaah, dan memahami pokok-pokok permasalahan dalam pembahasan selanjutnya, maka dari itu penulis menegaskan pengertian yang ada dalam judul proposal skripsi diatas. Adapun istilah-istilah yang dikemukakan dalam judul adalah sebagai berikut:

### 1) Emosional

Emosi merupakan kondisi yang bersifat biologis dan psikologis yang dapat memicu munculnya perasaan serta pemikiran tertentu, sekaligus membentuk serangkaian kecenderungan perilaku atau respons untuk bertindak. Hal ini disebabkan oleh sifat dasar emosi yang merupakan dorongan untuk melakukan tindakan. Emosi dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan seseorang, termasuk persepsi, pengambilan keputusan, interaksi sosial, kesehatan mental, dan kesejahteraan secara keseluruhan.

Emosional adalah pemikiran internal pedagang dan respon terhadap rangsangan luar yang memotivasi mereka untuk menabung atau bertransaksi dengan bank syariah.

### 2) Rasional

Rasional merujuk pada kemampuan individu dalam proses berpikir yang didasarkan pada logika, penalaran, dan pertimbangan berdasarkan informasi dan bukti yang ada. Rasionalitas melibatkan penggunaan pemikiran yang objektif dan logis untuk mencapai kesimpulan atau membuat keputusan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

Rasional adalah lebih mempertimbangkan kemudahan yang akan diperoleh sesaat setelah melakukan peminjaman daripada sebelum melakukan peminjaman. Rasional ini timbul dari pikiran dalam diri pedagang dan metode berpikir yang mengutamakan akal di atas pengetahuan sambil mencari landasan fakta, kegunaan dan alternatif yang memiliki kelebihan.

### 3) Keputusan

Keputusan merupakan suatu proses yang dimulai dengan pengidentifikasian permasalahan, yang mencakup analisis isu hingga menghasilkan keputusan atau saran yang dapat diambil. Saran yang diterima oleh konsumen dapat dijadikan acuan dalam proses pengambilan keputusan. Dalam hal ini, konsumen menerapkan keterampilan pengambilan keputusan untuk menentukan produk atau layanan yang akan mereka pilih.

Proses pengambilan keputusan ini melibatkan evaluasi terhadap berbagai aspek, seperti harga, kualitas, reputasi merek, serta ulasan atau testimoni dari konsumen lain. Selain itu, faktor psikologis dan sosial, seperti pengalaman pribadi serta pengaruh dari lingkungan sosial, turut memengaruhi preferensi dan keputusan akhir konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa.

Keputusan juga dapat diartikan sebagai proses seleksi atau penetapan tindakan dari sejumlah opsi yang tersedia. Dalam konteks proses pengambilan keputusan, istilah keputusan mengacu pada hasil dari proses pemikiran, penilaian, serta evaluasi yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam menentukan pilihan yang dianggap paling tepat, efisien, dan sesuai dengan kondisi tertentu.

## 1.8 Penelitian Terdahulu

Pertama, Jurnal Penelitian yang berjudul "*Pengaruh Faktor Emosional Dan Rasional Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Simpanan Ceria Prima (Studi Pada BMT Assyaf'iyah Berkah Nasional Gading Rejo)*" (Saputra, 2023). Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa variabel faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih untuk

menabung pada produk Ceria Prima. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas sebesar 0,000, yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan nasabah dipengaruhi oleh sejumlah aspek rasional, antara lain kualitas pelayanan, kenyamanan, serta tingkat kepuasan yang diperoleh dari penggunaan produk Simpanan Ceria Prima.

Kedua, Jurnal Penelitian yang berjudul “Tata Kelola Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Berbasis Prinsip 6C dan Modal Sosial: Studi Kasus Pada BMT Mekar Da'wah” (Darwanto, 2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan pada BMT Mekar Da'wah didasarkan pada konsep 6C (*character, capacity, capital, collateral, condition of economy dan constraint*) yang diterapkan dengan pengumpulan informasi mengenai calon nasabah yang akan melakukan pengajuan pembiayaan dengan ketentuan. Modal sosial yang dimiliki oleh BMT Mekar Da'wah adalah adanya kepercayaan terbentuk akibat hubungan baik dengan masyarakat seperti kerja sama dalam beberapa kegiatan kemasyarakatan. Selain itu adanya *shared value* yang terbentuk dari kepercayaan masyarakat terhadap nilai religiusitas pengelola BMT merupakan salah satu modal sosial.

Ketiga, Jurnal Penelitian yang berjudul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Dewan Masjid Indonesia (DMI) Kota Pekanbaru*” (Parlindungan, 2019). Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT DMI Kota Pekanbaru. Selain itu, faktor keunggulan yang dimiliki oleh BMT serta tingkat religiusitas nasabah juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan tersebut. Secara simultan, ketiga variabel tersebut yakni bauran

pemasaran, keunggulan BMT, dan religiusitas secara signifikan berkontribusi terhadap keputusan nasabah dalam memilih untuk menabung di BMT DMI Kota Pekanbaru, dengan total kontribusi pengaruh sebesar 62,1%.

Keempat, Jurnal Penelitian yang berjudul “ *Analisis Pengaruh Jaminan Rasa Aman Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di BMT UGT Sidogiri Capem Gadang Kota Malang*” (Naufal, 2021). Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa secara parsial variabel jaminan rasa aman memiliki pengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung, demikian pula variabel kepercayaan yang juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah. Secara simultan, kedua variabel tersebut jaminan rasa aman dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu (Capem) Gadang, Kota Malang.

Kelima, Jurnal Penelitian yang berjudul “*Dampak Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Pengambilan Keputusan Menjadi Anggota Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) (Studi 22 Hadimulyo Barat Kecamatan Metro Pusat Kota Metro)*” (Aviyasti, 2023). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa dampak persepsi dan minat masyarakat terhadap pengambilan keputusan menjadi anggota BMT ada dua hasil yaitu yang pertama berdampak positif dimana BMT sangat membantu perekonomian terutama untuk UMKM, yang kedua berdampak negatif karena masyarakat memandang BMT adalah lembaga keuangan yang belum besar dan tidak terkenal seperti Bank. Untuk minat nasabah dipengaruhi oleh kebutuhan dimana jika persepsi masyarakat positif terhadap BMT maka masyarakat berminat untuk menjadi anggota BMT dan jika masyarakat memiliki persepsi negatif maka masyarakat tidak memiliki minat untuk menjadi anggota BMT.