

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Koperasi adalah organisasi ekonomi kerakyatan yang bersifat sosial, atau bentuk organisasi ekonomi kerakyatan yang didirikan dengan beranggotakan golongan-golongan berpenghasilan rendah dengan maksud untuk bekerja sama guna meningkatkan kesejahteraanannya.

Koperasi Indonesia apabila mengacu UU Pokok Perkoperasian No. 12 Tahun 1967, memiliki tiga landasan, yaitu landasan ideal berupa Pancasila, selanjutnya UUD 1945 sebagai landasan strukturan serta Pasal 33 Ayat 1 UUD 1945 dan juga interpretasi dan landasan psikologisnya, yakni teman yang setia (gotong royong) dan kesadaran pribadi sebagai landasan geraknya.

Surat Keputusan (Kepmen) Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tanggal 10 September 2004, No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004, tentang implementasi koperasi jasa keuangan Syariah Menunjukkan aktivitas menjadi landasan dari terlahirnya Koperasi Syariah Indonesia. Keputusan tersebut memberikan fasilitas untuk pendirian koperasi syariah sebagai UJKS (Unit Jasa Keuangan Syariah) atau KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah), sebuah sistem yang membantu semua koperasi usaha di Indonesia untuk mempunyai unit jasa keuangan syariah¹

Berbagai jenis koperasi lahir selaras dengan berbagai jenis usaha guna meningkatkan taraf hidup. Dalam arti luas, koperasi mencakup lima jenis, yakni koperasi niaga, koperasi jasa, koperasi produksi, koperasi simpan-pinjam (kredit), serta koperasi konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat berharga bagi sebuah perusahaan, maka tidak heran bahwa terdapat slogan “pelanggan merupakan raja” dan harus diberi pelayanan sebaik mungkin.

Prinsip koperasi syariah berbeda dari koperasi konvensional. Letak perbedaan tersebut yaitu pada perolehan keuntungannya, di mana terdapat perangkat bunga yang dikenal dalam koperasi konvensional, sementara prinsip bagi hasil diterapkan pada koperasi

1 Danang Prio Utomo, Huzain Jailani, Regita Ayu Cahyati, “Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Koperasi Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Koperasi Simpanan Pinjam Pembiayaan Syariah (Kspps) Nur Hayyu Ambara Ntb”, *Jurnal ekonomi dan keuangan syariah* 12, no. 2 (2021):162.

syariah. Larangan riba dalam seluruh jenis transaksi adalah prinsip utama dari koperasi syariah.

Kewajiban untuk mendapatkan keuntungan bisnis halal dan membentuk kemitraan yang saling menguntungkan dengan melakukan kegiatan bisnis berdasarkan ketidakberpihakan, keadilan, dan transparansi. Koperasi Islam juga wajib mengelola dan mengeluarkan zakat untuk membantu pengembangan lingkungan masyarakat.

Syariah melarang riba atau dalam hal ini adanya bunga, akan tetapi layanan, produk, dan kegiatan usaha dari koperasi syariah secara praktiknya tidak didasarkan terhadap bunga tetapi tidak dipahami dengan baik oleh khalayak umum. Selain hal tersebut, beberapa khalayak juga sudah memahami terkait koperasi syariah secara umum, akan tetapi masih asing dengan produknya oleh karena itu mengakibatkan khalayak tidak bersedia memanfaatkan penawaran dan sebatas tertarik pada mereka yang berkeinginan untuk menabung menghindari riba. Koperasi syariah pada faktanya juga memberikan fasilitas yang sama pentingnya seperti koperasi konvensional.²

Nasabah memilih Koperasi Syariah ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik itu dari nasabah itu sendiri ataupun faktor dari luar. preferensi nasabah mempergunakan jasa saham syariah terpilih dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni:

Pertama, dimana motivasi menghindari riba adalah suatu faktor manusia yang mengarahkan dan mendorong perilaku untuk mencapai suatu tujuan. Mengacu hasil penelitian sebelumnya bisa dilihat bahwa hal yang paling penting bagi nasabah dalam menjaga hubungan dengan bank syariah yaitu keputusan pada prinsip syariah. Klien memilih menegaskan keyakinan pada koperasi Syariah dan keyakinan pada larangan riba Islam.

Kedua, informasi yang dipahami nasabah merupakan faktor yang turut menentukan preferensi nasabah untuk menentukan suatu layanan kolaboratif syariah. Pengetahuan sendiri apabila mengacu Kamus Besar Bahasa Indonesia, bisa dikatakan segala sesuatu terkait sesuatu atau suatu hal yang diketahui. Pengetahuan pelanggan ini mengacu pada seluruh pengetahuan pelanggan tentang manfaat layanan dan produk, dan informasi lain yang menyangkut layanan

2 Hilmi Musyaffa Dan Muhammad Iqbal, "Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah" *Journal of Islamic Economics & Business* 2, no. 2, (2022):167-168.

dan produk. Sebagai nasabah, pengetahuan tentang koperasi syariah khususnya.

Secara umum pengetahuan konsumen tentang koperasi syariah meliputi informasi tentang produk, jasa, dan informasi terkait penerapan nilai-nilai syariah oleh koperasi syariah. Keputusan masyarakat dipengaruhi oleh pengertian koperasi syariah tersebut. Sedikit mungkin pengetahuan yang menyangkut koperasi syariah, demikian pula keinginan dan visi menjadi nasabah koperasi syariah.³

Selain motivasi, koperasi syariah harus berinvestasi dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan cara meneliti dan memantau isu-isu yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam penggunaan layanan koperasi. Sebab dalam hal ini nasabah adalah jantung dari perusahaan, sehingga *product knowledge* bisa mempengaruhi keputusan nasabah untuk menentukan atau memilih koperasi syariah.

Product knowledge atau dinyatakan sebagai pengetahuan produk yakni pengetahuan konsumen tentang jasa atau produk yang dikonsumsi. Dibutuhkannya pengetahuan produk ini sebagai landasan dari kesuksesan produk, sebagian besar lewat partisipasi atau penggunaan produk. Harapannya melalui adanya pengetahuan konsumen terkait produk maka akan memiliki efek positif pada kepuasan, karena pengetahuan membuat produk lebih realistis.⁴

Koperasi adalah badan usaha yang menjalankan usahanya menurut asas kekeluargaan dan kerakyatan serta beranggotakan badan hukum atau perseorangan. Aksi koperasi ini adalah kelanjutan dari Pasal 33 Ayat 1 UUD 1945. Fungsi dari koperasi adalah pilar perekonomian nasional, sebagai bagian integral dari sistem perekonomian nasional.

Koperasi dengan peranannya sebagai pelaku ekonomi adalah organisasi ekonomi yang berupaya mengerahkan potensi sumber daya ekonomi untuk mensejahterakan anggotanya. Sebab terbatasnya sumber keuangan ini serta koperasi harus mendahulukan kebutuhan anggotanya dalam rencana pembangunannya.⁵ Sehingga koperasi harus memenuhi asas dan prinsip keuangan koperasi serta harus dapat bekerja secara efisien (Pasal 1 angka 1).

3 Hilmi Musyaffa Dan Muhammad Iqbal, "Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah" *Journal of Islamic Economics & Business* 2, no. 2, (2022):167–168.

4 Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta : Kencana, 2011), 31.

5 Cahya Amalia Rizkulillah, Happy Sista Devy, Versiandika Yudha Pratama, "Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi" , *Jurnal ilmiah ilmu manajemen dan kewirausahaan* 2, no 1 (2022):138.

Prinsip-prinsip koperasi sebagaimana Pasal 5 angka 1, yaitu:

1. “Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.
2. Manajemen bersifat demokratis.
3. Pembagian sisa hasil usaha akan dilakukan secara adil sesuai dengan volume kegiatan usaha masing-masing anggota.
4. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal.
5. Kemandirian”.

Mengacu Undang-undang Koperasi Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992, memperhatikan beberapa hal di bawah ini:

1. “Bahwa koperasi baik sebagai gerakan ekonomi rakyat maupun sebagai badan usaha berperan serta untuk mewujudkan masyarakat yang maju. Adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dalam tata perekonomian nasional yang disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.
2. Bahwa koperasi perlu lebih membangun dirinya dan dibangun menjadi kuat dan mandiri berdasarkan prinsip koperasi sehingga mampu berperan sebagai sokoguru perekonomian nasional.
3. Bahwa pembangunan koperasi merupakan tugas dan tanggung jawab Pemerintah dan seluruh rakyat.
4. Bahwa untuk mewujudkan hal-hal tersebut dan menyelaraskan dengan perkembangan keadaan, perlu mengatur kembali ketentuan tentang perkoperasian dalam satu Undang-undang sebagai pengganti Undang-undang Nomor 12 Tahun 1967 tentang pokok-pokok Perkoperasian”.⁶

Semakin terjadi perkembangan perekonomian di Indonesia, terutama yang menyangkut kompetisi dalam sektor perbankan pada beberapa tahun ini. Beberapa bank swasta ataupun pemerintahan terlihat berupaya keras dalam menawarkan produknya kepada konsumen.

Produk didefinisikan sebagai suatu hal yang bisa memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan. Sementara Philip Kotler memberikan definisi komprehensif dari produk yakni suatu hal yang bisa ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan dan dibeli, untuk dikonsumsi ataupun dipergunakan yang bisa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Jenis produk mencakup produk yang menyangkut benda berwujud atau fisik semacam mobil, rumah, kursi, meja, buku, serta sebagainya. Dan produk tidak berwujud umumnya

6 Heri Hermawan, *Literasi Media Kesadaran Dan Analisis*, 34.

dinamakan jasa, semacam ide-ide, organisasi, kegiatan, tempat, dan pribadi⁷

Kualitas produk merupakan akumulasi kepuasan secara menyeluruh. Anggota melakukan pembelian layanan perbankan dalam rangka memecahkan permasalahan, serta anggota menambah nilai relatif pada kemampuan layanan dalam melakukannya. Nilai yang dilaporkan oleh anggota bergantung pada manfaat yang mereka terima. Capaian atas kualitas produk perbankan yaitu dengan meningkatkan layanan atau nilai produk untuk memenuhi ekspektasi nasabah dan dengan cara terlebih dulu menentukan total ekspektasi nasabah. Kualitas produk juga sifatnya krusial untuk perusahaan. Maka dari hal tersebut, haruslah menghasilkan produk yang memenuhi harapan dan kebutuhan anggotanya.

Selain itu, produk yang berbeda dengan perusahaan lain juga diminati oleh para member. Jika kebutuhan dan keinginan anggota dapat terpenuhi, mereka akan tertarik dan memilih lembaga keuangan. Umumnya produk tabungan, pembiayaan, deposito, giro dan lain-lain diproduksi. Citra perusahaan yang baik dapat diketahui dengan meningkatkan kualitas produknya⁸

Promosi yaitu kegiatan untuk menarik nasabah agar membeli atau memilih produk yang ditawarkan. Dengan menginformasikan keunggulan-keunggulan dan berbeda dari produk yang lain. Serta memiliki kualitas yang baik dan keistimewaan di banding produk pesaing⁹

Promosi memegang peranan penting dalam menginformasikan kepada konsumen, sehingga mereka mengetahui bahwa semakin luas periklanan maka akan semakin luas pula informasinya. agar konsumen semakin paham dan mengerti akan produk yang diinginkan. Efektivitas dan frekuensi kampanye Perseroan menghasilkan peningkatan kesadaran konsumen terhadap produk yang diiklankan. Periklanan adalah sarana untuk mempengaruhi permintaan barang dan jasa. Kampanye harus menarik, tidak hanya untuk kesan pertama, tetapi juga untuk merangsang keingintahuan dan kegairahan pelanggan terhadap produk yang diiklankan¹⁰

7 Kasmir, *Manajemen perbankan*, 159.

8 Cahya Amalia Rizkulillah, Versiandika Yudha Pratama, "Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan dan Promosi Dalam Mempengaruhi Minat Menabung Anggota Koperasi", *Jurnal ilmiah ilmu manajemen dan kewirausahaan* 2, no 1 (2022):138.

9 Heri Hermawan, "*Literasi Media Kesadaran Dan Analisis*", 34.

10 Kasmir, *Manajemen perbankan*, 159.

Kepuasan anggota adalah nilai bagi anggota (nilai pelanggan). Monroe memahami nilai anggota (nilai pelanggan) sebagai kompromi antara manfaat produk, kualitas persepsi anggota, serta pengorbanan yang dibayarkan.

Nilai anggota juga dapat ditinjau sebagai ekspresi manfaat, kualitas, serta pengorbanan untuk memperoleh jasa atau produk. Produk atau layanan perbankan bernilai tinggi di mata anggota ketika menyiratkan kualitas, manfaat, dan pengorbanan serendah mungkin.

Tabel 1.1. Jumlah Anggota Tabungan KSPSS Berkah Abadi Gemilang Cabang Bangsri Tahun 2018-2022

Tahun	Jumlah Anggota Menabung
2018	1
2019	6
2020	16
2021	18
2022	43

Sumber : Data Sekunder SIMRAYA Tahun 2018-2022.

Dilihat dari perkembangannya minat menabung di KSPSS BERKAH ABADI GEMILANG cabang Bangsri ini mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Tentunya terdapat berbagai faktor yang mempengaruhinya. Baik dari segi pelayanan, kualitas produk, *image* perusahaan ataupun cara promosi yang dilakukan.

Ketertarikan penelitian guna melakukan pengkajian atas permasalahan kualitas produk dan promosi dengan meninjau pengaruhnya terhadap minat anggota menabung pada masyarakat. Selain itu, penelitian ini sangat menarik untuk di bahas dan diteliti mengingat pentingnya memperhatikan kualitas produk dan promosi dalam mempengaruhi minat anggota menabung. Mengacu pemaparan di atas, bisa dilihat bahwa kepuasan anggota dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas promosi. Ini bisa dimanfaatkan sebagai tujuan utama untuk perencanaan strategi pemasaran di perbankan dalam jangka panjang. Berlandaskan pemaparan tersebut, peneliti berkeinginan untuk mengadakan penelitian terkait produk dan kualitas promosi pada KSPSS Berkah Abadi Gemilang Jepara. Sehingga, **“PENGARUH PENGETAHUAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA MENABUNG DI KSPSS BERKAH ABADI GEMILANG”** ditetapkan sebagai judul penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Peneliti memutuskan untuk mengembangkan sejumlah rumusan masalah berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, yakni nantinya akan menjadi subjek penelitian ini. Berikut ini rumusan utama yang digunakan dalam penelitian:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung di Kspps Berkah Abadi Gemilang unit bangsri secara signifikan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung di Kspps Berkah Abadi Gemilang Cabang Bangsri?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan anggota menabung di Kspps Berkah Abadi Gemilang Cabang Bangsri?

C. Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dari penulis:

1. Menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap keputusan menabung anggota Kspps Berkah Abadi unit Bangsri Gemilang.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menabung anggota Kspps Berkah Abadi unit Bangsri Gemilang.
3. Analisis pengaruh promosi terhadap keputusan menabung anggota unit Kspps Berkah Abadi Gemilang Bangsri.
4. Menganalisis pengaruh secara simultan pengetahuan, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan menabung anggota Kspps Berkah Abadi unit Bangsri Gemilang.
5. Untuk menganalisis variabel manakah diantara pengetahuan Kspps Berkah Abadi Unit Gemilang Bangsri, kualitas produk dan promosi yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan anggota untuk menabung. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan anggota menabung di Kspps Berkah Abadi Gemilang Unit Bangsri.
6. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan anggota menabung di Kspps Berkah Abadi Gemilang Unit Bangsri.
7. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan pengetahuan, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan anggota menabung di Kspps Berkah Abadi Gemilang Unit Bangsri.
8. Untuk menganalisis variabel apa yang paling berpengaruh diantara pengetahuan, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan anggota menabung di Kspps Berkah Abadi Gemilang Unit Bangsri.

D. Manfaat Penelitian

Penulis diharapkan bisa memberi manfaat untuk berbagai pihak yang terlihat berdasarkan hasil potensi keuntungan :

1. Manfaat Teoritis
Bisa dijadikan landasan pemikiran untuk memperkuat dan membangun teori ilmu pengetahuan terkait perbankan syariah serta menjadi pengetahuan tambahan untuk berbagai pihak.
2. Manfaat praktis:
 - a. Selain untuk memperoleh gelar sarjana, sebaiknya penulis memperbandingkan konsep yang sebelumnya sudah dipelajari dengan praktik nyata yang tidak menyangkut analisis pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan anggota untuk menabung di Kspps Berkah Abadi Gemilang Unit Bangsri.
 - b. Bagi industri perbankan, mengembangkan industri perbankan syariah Indonesia guna lebih meningkatkan kinerja Kspps Berkah Abadi Gemilang.
 - c. Bagi akademisi, memperluas pemahaman tentang bagaimana keputusan anggota untuk menabung di Kspps Berkah Abadi Gemilang Unit Bangsri dipengaruhi oleh promosi dan kualitas produk.
 - d. Sebagai bahan informasi bagi nasabah jasa keuangan syariah dan untuk mengetahui dampak promosi dan kualitas produk terhadap keputusan anggota menabung di Kspps berkah abadi gemilang cabang Bangsri.

E. Sistematika Penulisan

Dalam rangka melakukan penelitian ilmiah dan sistematis di masa depan, penelitian yang sistematis atau penulisan skripsi di maksudkan dalam rangka memberi garis besar dan gambaran dari seluruh komponen yang saling berkaitan. Penulis akan menyusun pendekatan sistematis penulisan skripsi sebagaimana di bawah ini:

1. Bagian Pertama, meliputi:
Bagian pertama meliputi; halaman judul, nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi.
2. Bagian Isi, meliputi:
Berisikan garis besar yang menyangkut lima bab, dimana antar bab tersebut saling berhubungan sebab adalah satu kesatuan yang utuh. Lima bab tersebut, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Berisikan pengaruh pengetahuan, definisi pengetahuan, faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan, dimensi pengetahuan, pengertian kualitas produk, dimensi kualitas produk, jenis-jenis produk tabungan di kspps berkah abadi gemilang, pengertian promosi, tujuan promosi, bauran promosi, pengertian keputusan, kondisi dalam mengambil keputusan, tahap-tahap dalam pengambilan keputusan, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, setting penelitian, desain dan definisi oprasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, serta teknik untuk mengumpulkan dan menganalisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Membahas tentang gambaran obyek penelitian, sejarah kspps berkah abadi gemilang, informasi dasar tentang responden, termasuk usia, jenis kelamin, pekerjaan responden, pendidikan responden, uji validitas, uji realibilitas, hasil uji asumsi klasik, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, uji normalitas, uji hetorokedastisitas, uji hepotesis, analisis regresi linier berganda, uji koefisien regresi secara persial (uji t), uji f, analisis determinasi(R^2), dan pembahasan.

BAB V : PENUTUPAN

Membahas tentang kesimpulan dan saran.

3. Bagian akhir mencakup: Daftar pustaka, Daftar riwayat pendidikan, Lampiran-lampiran.