

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara berpenduduk muslim terbesar di dunia hampir 85% yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Oleh karena itu, Indonesia merupakan salah satu modal utama bagi Bank maupun Lembaga Keuangan Syariah (LKS) untuk menjangkau nasabah khususnya yang beragama Islam.¹ Praktik muamalah saat ini banyak dikembangkan dalam berbagai keuangan syariah, salah satunya adalah perbankan syariah.

Pelaksanaan fungsi-fungsi seperti pembiayaan, penitipan harta, pinjam-meminjam uang, bahkan pengiriman uang, sebenarnya telah menjadi tradisi sejak zaman Rasulullah,. Akan tetapi pada saat itu, fungsi-fungsi tersebut masih secara sederhana dan bersifat perseorangan sesuai kebutuhan masyarakat, sehingga belum terlembagakan secara sistematis. Sebenarnya, Islam juga telah memiliki aturan yang cukup komprehensif mengenai hukum-hukum dalam suatu perekonomian, yang bisa digali lebih lanjut dalam Al-Qur'an, Hadits ataupun buku-buku karya para ulama.²

Koperasi Syariah mulai dibicarakan ketika banyak orang menyikapi pesatnya pertumbuhan Baitul Maal Wattamwil (BMT) di Indonesia. BMT Bina Insan Kamil Jakarta yang berdiri pada tahun 1992 menjadi inspirasi berdirinya BMT-BMT di Indonesia. BMT-BMT ini ternyata memberi manfaat bagi kalangan pengusaha kecil di sektor informal yang tidak tersentuh oleh sektor perbankan.

BMT memiliki basis kegiatan ekonomi rakyat dengan falsafah yang sama yaitu dari anggota, oleh anggota, dan untuk anggota. Berdasarkan Undang-

¹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 2.

² Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, CV PUSTAKA SETIA, Bandung, 2013, hlm. 15-16.

Undang RI Nomor 25 tahun 1992, BMT berhak menggunakan badan hukum koperasi. Berdasarkan UU tersebut BMT pada dasarnya sama dengan koperasi simpan pinjam atau unit simpan pinjam konvensional, perbedaannya hanya terletak pada kegiatan operasional yang menggunakan prinsip syariah dan etika moral dengan melihat kaidah halal dan haram dalam melakukan usahanya. Jika melihat dari banyaknya akad-akad muamalat, tidak menutup kemungkinan Koperasi Syariah dapat berbentuk Koperasi Serba Usaha (KSU). Ditinjau dari akad persewaan, gadai dan jual beli secara tunai (*Bai'Al Musawamah*) maka dapat dikatakan Koperasi Syariah adalah KSU Syariah. Di sisi lain kegiatan usaha pembiayaan anggota dalam bentuk tidak tunai dapat dikategorikan sebagai Unit Simpan Pinjam (USP) atau Unit Jasa Keuangan Syariah dari KSU Syariah tersebut.³

Banyak orang yang menganggap bahwa koperasi merupakan lembaga usaha yang cocok untuk rakyat kecil. Koperasi yang memiliki nilai-nilai yang mulia seperti kejujuran, keterbukaan, menolong diri sendiri, tanggungjawab sendiri, demokrasi, persamaan, keadilan, solidaritas, tanggungjawab sosial dan kepedulian terhadap orang lain. Pada akhirnya untuk menentukan boleh tidaknya berkoperasi dalam pandangan Islam harus dikembalikan pada sifat koperasi sebagai praktek muamalah. Hukum koperasi dapat ditetapkan berdasarkan ciri dan sifat-sifat koperasi itu sendiri dalam menjalankan roda kegiatannya. Mengingat dalam kenyataannya, koperasi berbeda-beda substansi model pergerakannya.

Koperasi simpan pinjam berbeda dengan koperasi yang bergerak dalam bidang usaha perdagangan dan jasa lainnya. Koperasi simpan pinjam bahkan banyak menetapkan bunga lebih tinggi dari bank-bank konvensional. Koperasi seperti ini harus ditolak karena termasuk menjalankan sistem ribawi yang diharamkan. Adapun koperasi, kumpulan orang yang mengusahakan modal

³ Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi (Pokok-Pokok Pikiran Mengenai Manajemen dan Kewirausahaan Koperasi)*, Erlangga, Jakarta, 2010, hlm. 9-10.

bersama untuk suatu usaha perdagangan atau jasa yang dikelola bersama dan hasil keuntungan dibagi bersama, selagi perdagangan atau jasa itu layak dan tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan, maka dibolehkan. Apalagi keberadaan koperasi itu memudahkan dan meringankan masyarakat yang bersangkutan.⁴

Koperasi bergerak pada sektor jasa, yang mengharuskan kita belajar bagaimana memasarkan jasa dengan baik. Jasa sendiri memiliki arti suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Sering kali kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu (*time-based*), dalam bentuk suatu kegiatan (*performances*) yang akan membawa hasil yang diinginkan oleh penerima, obyek, maupun aset-aset lainnya yang menjadi tanggungjawab dari pembeli. Sebagai pertukaran dari uang, waktu dan upaya, pelanggan jasa berharap akan mendapatkan nilai (*value*) dari suatu akses ke barang-barang tenaga kerja, tenaga ahli, fasilitas, jejaring dan system tertentu. Tetapi para pelanggan tidak akan mendapat hak milik dari unsur-unsur fisik yang terlibat dalam penyediaan jasa tersebut.⁵

Semakin banyaknya pelaku usaha dalam bidang jasa seperti ini, setiap perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dalam memasarkan produk-produknya. Membuat inovasi yang lebih menarik di kalangan masyarakat dan mempromosikan produk-produk yang ada dengan bahasa yang lebih baik sehingga mudah dapat diterima oleh masyarakat di sekitar. Tidak sedikit dan berakhir dengan penipuan, hal ini yang membuat masyarakat tidak mudah percaya dengan perusahaan di bidang jasa. Maka dari itu, ketika mempromosikan produk, perusahaan juga dituntut untuk memberikan bukti bahwa perusahaan tersebut tidak seperti perusahaan jasa lain yang hanya iming-iming belaka,

⁴ Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi (Pokok-Pokok Pikiran Mengenai Manajemen dan Kewirausahaan Koperasi)*, Erlangga, Jakarta, 2010, hlm. 14-15.

⁵ Christopher Lovelock, dkk, *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi perspektif Indonesia – Jilid I)*, Erlangga, Jakarta, 2010, hlm. 16.

diharapkan dengan hal ini bisa mewujudkan loyalitas dan kepercayaan terhadap nasabahnya.

Selain itu, produk pembiayaan yang ditawarkan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera banyak pilihan dan dikelola dengan berdasarkan prinsip *mudharabah* yang nisbah bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati. *Bai' Bitsamanajil* dengan sistem pengadaan barang, dimana KSPPS BMT BUS mendapatkan keuntungan yang telah disepakati dan pembayarannya dilakukan dengan system angsuran dengan jangka waktu yang telah disepakati. Kegiatan *Murabahah* dimana jual beli pada harga pokok dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati. *Ijarah* pembiayaan dengan system sewa menyewa dalam jangka waktu yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Dan yang terakhir adalah pembiayaan *Qardul Hasan* (penyaluran dana) kepada anggota dengan ketentuan anggota wajib mengembalikan dana yang telah diterima sesuai dengan waktu yang telah disepakati.

Supaya bisa menarik perhatian nasabah, KSPPS BMT Ummat Sejahtera menawarkan kualitas produk yang ada. Tetapi produk pembiayaan di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Kudus Kota yang baru berjalan hanya dua, yaitu *murabahah* dan *mudharabah*. Yang membedakan diantara kedua produk pembiayaan diatas adalah dimana produk *mudharabah* merupakan produk yang sangat diminati oleh para nasabah KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kudus Kota dibandingkan dengan produk *murabahah*.

Berikut adalah data nasabah yang bertransaksi pada pembiayaan produk pembiayaan mudharabah pada tahun 2013-2017 :

Tabel 1.1
Data Nasabah pembiayaan Mudharabah di KSPPS BMT Bina Umat
Sejahtera Cabang Kudus Kota pada Tahun 2013-2017

Tahun	Jumlah Nasabah	Besar Pembiayaan	Outstanding Pokok
2013	355	1.886.065.600	1.556.157.135
2014	402	2.056.965.600	1.235.695.235
2015	445	2.385.888.600	1.655.289.185
2016	509	2.579.779.600	1.757.271.584
2017	598	2.773.879.600	1.237.755.138

Dari data di atas sudah terlihat bahwa dari tahun ke tahun jumlah nasabah pada pembiayaan mudharabah semakin naik dan jumlah pembiayaan yang dikeluarkan pihak BMT juga semakin meningkat. Akan tetapi, jumlah pembiayaan yang diterima nasabah belum seluruhnya dikembalikan ke pihak BMT, dikarenakan angsurannya belum jatuh tempo dan terkadang mengalami kredit macet.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Firza Aulia Viranti dan Adhitya Ginanjar, yang berjudul *“Influence of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRIS Case Study in BRI Syariah”*. Menunjukkan bahwa fasilitas, promosi, produk, dan lokasi menunjukkan nilai yang signifikan terhadap keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah BRIS. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas, promosi, produk dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan secara individu atau parsial terhadap keputusan nasabah non muslim.

Sedangkan penelitian dari Chusnul (2014) yang berjudul *“Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Layanan terhadap Masyarakat memilih Bank Syariah di Surakarta”*. Menunjukkan bahwa, pelayanan dan lokasi berpengaruh

terhadap masyarakat memilih bank syariah. Sedangkan produk dan promosi tidak berpengaruh terhadap masyarakat memilih bank syariah.

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat perbedaan pendapat antara para peneliti tentang produk dan promosi. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti ulang tentang produk dan promosi tersebut.

Dapat dipahami bahwa terdapat *gap research* diantaranya adalah dimana minat nasabah dalam meminjam uang pada produk pembiayaan mudharabah di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Kudus Kota terus meningkat. Dan yang terpenting adalah keputusan nasabah untuk secara terus menerus berlangganan dengan perusahaan tersebut dalam jangka waktu yang lama. Dengan adanya *Produk, Pelayanan dan Promosi*, maka akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti dan mengambil judul : **“Pengaruh Produk, Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Mudharabah di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Kudus Kota”**.

B. Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian dapat berfokus pada permasalahan, maka disajikan batasan penelitian sebagai berikut:

1. Objek yang dijadikan penelitian adalah karyawan dan nasabah di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kudus Kota.
2. Yang diteliti adalah pengaruh produk, pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.
3. Minat yang diteliti adalah minat konsumen dalam memilih produk pembiayaan mudharabah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *produk* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah ?
2. Apakah *pelayanan* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah ?
3. Apakah *promosi* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah ?
4. Bagaimana pengaruh produk, pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh *produk* terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh *pelayanan* terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh *promosi* terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah.
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh *produk, pelayanan dan promosi* terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan mudharabah.

E. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat baik teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Dapat mengembangkan Ilmu Pengetahuan Ekonomi Syariah untuk penelitian lebih lanjut mengenai faktor minat menabung di koperasi syariah. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan pengetahuan bagi mahasiswa dan para pembaca tentang mengembangkan wawasan keilmuan dan dapat bermanfaat bagi ilmu ekonomi Islam, diharapkan lembaga pengajaran dapat memperoleh informasi yang akurat mengenai kegiatan lembaga keuangan syariah yang menyangkut minat menabung di koperasi syariah.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap agar dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang dunia lembaga keuangan dan sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola koperasi syariah agar lebih meningkatkan anggota nasabah.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut ini adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagaian Awal

Bagaian awal ini, terdiri dari: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini, memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab I dengan bab lainnya saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh. Adapun kelima bab itu sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Kajian Pustaka

Bab ini berisi tentang pengertian *produk, pelayanan, promosi*, pembiayaan mudharabah, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, serta hipotesis penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrument, uji asumsi klasik, dan analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan mengenai masalah penelitian dan saran-saran yang diberikan berdasarkan hasil analisis pada bab-bab.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir ini meliputi daftar pustaka, daftar riwayat hidup pendidikan dan lampiran-lampiran.