

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi perkembangan lembaga keuangan semakin pesat, hal inipun sejalan dengan perkembangan lembaga keuangan yakni Perbankan Syariah yang kini juga mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan kesadaran masyarakat muslim akan riba yang secara tegas dilarang dalam Al-quran,¹ perkembangan perbankan Syariah tentunya akan semakin membuat masyarakat memiliki pilihan untuk menentukan keputusannya dalam menyimpan dananya.

Pada mulanya koperasi syariah adalah sekelompok swadaya masyarakat syariah namun demikian memiliki kinerja layaknya sebuah bank.² Diklasifikasikan BMT sebagai KSM guna menghindari jeratan hukum sebagai bank gelap dan adanya program hubungan bank dan KSM (PHBK), yakni pola hubungan kerja antara bank dan swadaya masyarakat. Program ini merupakan hasil kerjasama Bank Indonesia. Berdasarkan amanat yang terkandung dalam pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 menyatakan bahwa perekonomian Indonesia disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas kekeluargaan pada dasarnya adalah semua aktifitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah.

Pada saat ini setiap Koperasi Syariah dituntut untuk dapat merancang strategi pemasaran jasa yang tepat dalam memberikan jasa keuangan kepada nasabah agar dapat mencapai target yang telah ditetapkan. Strategi pemasaran jasa kini dilakukan secara terpadu sebagai usaha untuk memenuhi keinginan nasabah atau anggota. Secara umum strategi pemasaran jasa dilakukan dengan menetapkan

¹ Moh. Rifa'i, *Konsep Perbankan Syariah*, (Semarang: Cv. Wicaksana, 2002), 11.

² Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Jasa Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 7.

bauran pemasaran produk, promosi, harga, dan lokasi serta ditambah dengan bagi hasil.

Menurut Kasmir Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.³ Produk terdiri dari dua jenis yaitu yang berkaitan dengan fisik atau benda terwujud dan yang tidak berwujud. Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir, kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dalam kegiatan ini setiap bank atau lembaga syariah berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Lokasi adalah gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan di mana lokasi yang strategis. Bagi hasil merupakan suatu tabungan yang dijalankan berdasarkan akad mudharabah. Dimana nasabah akan mendapatkan bagi hasil sebagai keuntungan yang akan didapatnya karena telah menyimpan dananya dengan menggunakan tabungan bagi hasil.

Pentingnya produk tabungan bagi Koperasi Syariah yaitu untuk mencari anggota sebanyak mungkin, untuk menarik keputusan menabung, serta membandingkan produk koperasi syariah dengan produk koperasi syariah lainnya, sedangkan pentingnya produk tabungan bagi anggota yaitu untuk mencari Koperasi Syariah yang lebih aman, menguntungkan dan murah, selain pentingnya produk menabung ada pula faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menabung antara lain: kekayaan yang dimiliki, konsumsi, pekerjaan, sosial dan budaya.

Agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, Koperasi Syariah perlu diambil langkah-langkah strategis. Masyarakat memiliki hak mutlak untuk mengambil keputusan menyimpan dana di lembaga keuangan yang diinginkan sehingga untuk memaksimalkan daya saing diantara lembaga keuangan yang perlu adanya peningkatan produk/jasa, proses dan manusia.⁴ Dengan memberikan pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif

³ kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002), 155-159.

⁴ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT. Kencana, 2011), 42-43.

bagi setiap anggota maupun calon anggota sehingga dapat menarik anggota maupun calon anggota untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

Dalam hal ini KSPPS Al-hikmah Semesta Kudus memberikan pelayanan yang bermacam-macam seperti layanan jemput bola sehingga masyarakat tidak perlu repot ketika akan menabung atau mengambil simpanannya. KSPPS Al-hikmah Semesta Kudus menggunakan sistem nisbah atau presentase bagi hasil pada akadnya. Dengan nisbah bagi hasil yang tinggi masyarakat akan tertarik untuk menitipkan dananya pada bank dengan harapan mendapatkan imbalan yang diterima oleh kedua belah pihak bank maupun anggota. Selain itu KSPPS Al-hikmah Semesta Kudus juga memberikan promosi dan Lokasi yang sangat strategis sehingga para nasabah ataupun calon nasabah bisa lebih cepat dan efisien bilamana ingin mengajukan pembiayaan ataupun menabung.

KSPPS Al- hikmah Semesta Kudus dalam produk simpanannya menggunakan akad mudharabah, murabahah, ijarah, dan rahn, produk simpanan yang ditawarkan KSPSS Al-hikmah Semesta Kudus kepada masyarakat yaitu simpanan suka rela lancar (SI RELA), simpanan sukarela berjangka (SI SUKA), Simpenmas (Simpanan Pendidikan Masa Depan), Simpanan Pensiun, Simpanan Beasiswa, Wadi'ah atau Simpanan Berlian, SISUKUR (Simpanan Qurban), SI UMMA (Simpanan Umroh), Simpanan Haji dan Wakaf Tunai.

Hal tersebut dapat di pertanggungjawabkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Olivia Firda Yuanita dengan judul “PENGARUH PRODUK, KUALITAS JASA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG berpengaruh positif terhadap keputusan menabung keputusan menabung”.⁵ Dan Penelitian yang dilakukan Ahmad Karisma Yudiarta “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Menabung di Bank Syariah Pelayanan, Bagi Hasil, Keyakinan dan

⁵ Olivia Firda Yuanita, “Pengaruh Produk dan Kualitas Jasa, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung” (*Skripsi*, IAIN Surakarta, 2017), 133.

Lokasi berpengaruh positif terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah”.⁶

Dalam lingkungan jasa perilaku konsumen harus diperhatikan dengan baik dan seksama, serta diperlukan strategi pemasaran atau bauran pemasaran yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan jika ingin maju perlu menerapkan strategi-strategi pemasaran Lembaga Keuangan non Bank seperti koperasi harus meningkatkan strategi yang kreatif dan inovatif agar calon para anggota tertarik untuk menjadi anggota koperasi, dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan serta tidak mengabaikan masukan dari calon anggota atau nasabah dalam merumuskan strategi pemasaran yang baik dan tepat sesuai dengan apa yang koperasi inginkan.

Persaingan untuk mendapatkan anggota maupun mempertahankan anggota untuk dapat tetap menggunakan produk yang dimiliki oleh KSPPS tidaklah mudah dilakukan. Anggota merupakan seseorang yang memiliki simpanan pokok atau wajib, jumlah anggota KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus sendiri masih jauh dari tingkat populasi Anggota Koperasi di tingkat Provinsi Jawa Tengah yaitu 4% - 10%. Sehingga membuat KSPPS diharuskan untuk memperbaiki semua kinerja dari aspek internal maupun aspek eksternal. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1

Jumlah Anggota Koperasi Jawa Tengah dan Jumlah Anggota BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Kudus

Keterangan	2014	2015	2016
Jawa Tengah *	22.563	23.059	21.434
KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus **	1.117	2.129	2.303

Sumber Data: *Data diperoleh dari Badan Pusat Statistik.

** Data diperoleh dari KPPS Al-hikmah Semesta Kudus.

⁶ Ahmad Karisma, “Analisis Faktor-Faktrtor Yang Memengaruhi Keputusan Menabung di Bank Syariah Pelayanan, Bagi Hasil, Keyakinan dan Lokasi” (*Skripsi*, UGM, 2017), 109.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah anggota mengalami peningkatan dari tahun ke tahun namun masih jauh di bawah tingkat Provinsi. Hal ini terbukti dengan data di atas yaitu : pada tahun 2014 jumlah anggota KSPPS sebanyak 1.117, pada tahun 2015 jumlah anggota KSPPS sebanyak 2.129, dan mengalami peningkatan pada tahun 2016 jumlah anggota sebanyak 2.303. sedangkan pada Koperasi tingkat Provinsi pada tahun 2014 jumlah anggota sebanyak 22.563, kemudian pada tahun 2015 yaitu sebanyak 23.059, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2016 yaitu sebanyak 21.434 anggota.

Dengan perbandingan atau presentase jumlah anggota KSPPS dengan Jumlah anggota populasi tingkat Provinsi yang masih rendah dan semakin meningkatnya Lembaga Keuangan maka akan meningkatkan persaingan yang ketat. Hal tersebut akan mulai menimbulkan permasalahan bagi KSPPS. Ini menjadi alasan untuk meneliti faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan menabung di KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus, sehubungan maraknya KSPPS yang bermunculan di perkotaan dan pedesaan. Untuk mengatasi permasalahan di atas ditarik judul :“ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI KSPPS AL-HIKMAH SEMESTA CABANG KUDUS”.

B. Penegasan Istilah

1. Analisis

Analisis yaitu penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.⁷

2. Faktor-faktor

Faktor merupakan hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (memengaruhi) terjadinya sesuatu. Dalam analisis faktor-faktor ini mencakup empat kategori yang di cantumkan yaitu : produk, promosi, lokasi dan bagi hasil.

3. Keputusan Menjadi Anggota

⁷ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 45.

Keputusan merupakan hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapinya.⁸

4. Koperasi Syariah

Koperasi Syariah yaitu koperasi yang kegiatan usahanya bergerak dibidang pembiayaan, investasi, dan simpanan dengan pola syariah.⁹

C. Fokus Penelitian

1. Produk

Produk merupakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk terdiri dari dua jenis yaitu yang berkaitan dengan fisik atau benda terwujud dan yang tidak berwujud.¹⁰

2. Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir, kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dalam kegiatan ini setiap bank atau lembaga syariah berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.¹¹

3. Lokasi

Lokasi merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan di mana lokasi yang strategis.¹²

4. Bagi Hasil

Bagi hasil merupakan suatu tabungan yang dijalankan berdasarkan akad mudharabah. Dimana nasabah akan mendapatkan bagi hasil sebagai keuntungan yang akan didapatnya karena telah menyimpan dananya dengan menggunakan tabungan bagi hasil. Pada sistem bagi hasil ini

⁸ Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 3.

⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 7

¹⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 189.

¹¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* 168.

¹² Kasmir. *Manajemen Perbankan*, 238.

pembagian keuntungan didasarkan pada nisbah atau prosentase yang telah ditentukan sesuai dengan kesepakatan pada awal perjanjian antara nasabah (shahibul maal) dan pihak bank (mudharib) tanpa adanya unsur paksaan.¹³

D. Rumusan Masalah

Permasalahan penelitian ini adalah adanya kestabilan jumlah anggota meningkat setiap tahun namun masih di bawah tingkat populasi koperasi Jawa Tengah dan persaingan antar bisnis Koperasi Syariah. Membuat Koperasi Syariah berlomba-lomba memajukan usahanya. Berdasarkan latar belakang di atas untuk memajukan Koperasi Syariah diperlukan strategi yang baik dan sesuai dengan kebutuhan Koperasi Syariah. Agar menarik masyarakat untuk menjadi anggota di KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus. Maka Koperasi Syariah perlu memberikan informasi kepada masyarakat antara lain : produk, promosi, lokasi dan bagi hasil. Dari empat hal tersebut dapat dirumuskan pernyataan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh produk terhadap keputusan menabung pada KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan menabung pada KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus?
3. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan menabung pada KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus?
4. Apakah terdapat pengaruh bagi hasil terhadap keputusan menabung pada KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan menabung pada KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus.
2. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan menabung pada KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus.

¹³ Ismail, *Perbankan Syariah*, 24.

3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan menabung pada KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus.
4. Untuk menganalisis pengaruh bagi hasil terhadap keputusan menabung pada KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

a. Untuk Ilmu Pengetahuan

Memberikan informasi dan sebagai bahan pembanding untuk penelitian lebih lanjut mengenai masalah sejenis dalam dimensi, tempat dan waktu yang berbeda, baik yang bersifat melanjutkan maupun bersifat melengkapi.

b. Bagi Koperasi Syariah

1) Memberikan suatu informasi yang bermanfaat bagi KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus, untuk mengetahui apa keinginan dan kebutuhan calon anggota maupun anggota terhadap Koperasi Syariah.

2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk meningkatkan kinerja KSPPS dan menentukan strategi-strategi apa saja yang harus diambil dalam kaitannya untuk meningkatkan jumlah anggota KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan masyarakat untuk menambah pengetahuan tentang KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus.

2. Secara Praktis

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi anggota di KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran dan garis-garis besar dari

setiap bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun :

1. Bagian Awal

Bagian awal ini, terdiri dari, halaman judul, halaman nota bimbingan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi dari daftar tabel.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab antara lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, focus penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori-teori digunakan untuk menunjang pembahasan penulisan ini, yang mencakup pengertian produk, promosi, lokasi, bagi hasil, keputusan menjadi anggota, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik dan analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Bab ini menguraikan gambaran umum lokasi, deskripsi data penelitian, hasil uji validitas dan reabilitas, hasil uji asumsi klasik, hasil uji analisis data, pembahasan hasil penelitian dan implikasi penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan saran-saran.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir ini meliputi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

