

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan perekonomian di Indonesia, maka mengakibatkan peningkatan permintaan akan kebutuhan pendanaan untuk kegiatan usaha, sehingga peranan sektor keuangan dalam pertumbuhan perekonomian negara tidak dapat dipungkiri memang sangat penting. Dalam perkembangannya, kegiatan perekonomian tidak akan berjalan tanpa adanya lembaga keuangan. Berkaitan dengan lembaga keuangan atau pembiayaan, koperasi merupakan badan usaha yang bergerak dibidang jasa keuangan untuk menghimpun dana dari para anggotanya yang kemudian menyalurkan kembali dana tersebut kepada para anggotanya atau masyarakat umum.

Pengertian dari koperasi itu sendiri adalah suatu kumpulan dari orang-orang yang mempunyai tujuan atau kepentingan bersama. Kelompok orang inilah yang akan menjadi anggota koperasi yang didirikannya. Pembentukan koperasi berdasarkan asas kekeluargaan dan gotong royong khususnya untuk membantu para anggotanya yang memerlukan bantuan baik berbentuk barang ataupun pinjaman uang.¹ Hal ini sejalan dengan pengertian Koperasi sebagaimana diatur pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, yaitu sebagai badan usaha yang beranggotakan orang-

¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Ed. Revisi 15*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), hal. 252

seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.²

Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan lembaga keuangan di Indonesia, lembaga keuangan syariah juga turut tumbuh dan berkembang dan menjadi solusi yang tepat atas kekhawatiran orang muslim dalam memilih lembaga jasa keuangan. Seperti asuransi syariah, lembaga pembiayaan syariah, pegadaian syariah, koperasi syariah, dan lembaga keuangan mikro syariah yang sering disebut Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah).³

Perkembangan koperasi syariah, meskipun jumlahnya saat ini masih minim, namun menunjukkan pertumbuhan positif. Tercatat bahwa jumlah anggota KJKS dan UJKS di Indonesia pada April 2012 sebanyak 232.558 orang, jumlah pinjaman yang disalurkan sebesar Rp. 1,64 Triliun dengan total aset sebesar Rp. 2,42 triliun. Pada semester I tahun 2014, Jumlah KJKS sebanyak 1.197 unit beranggotakan 136.710 orang dan memiliki aset Rp. 4,28 triliun, sedangkan UJKS Koperasi sebanyak 2.163 unit beranggotakan 333.282 orang dan memiliki aset Rp. 1,16 triliun.⁴ Tercatat (28 Oktober 2018) Jumlah

² Kementerian Keuangan, *Undang – undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992*, (Jakarta: tidak diterbitkan), hal. 2

³ Burhanuddin, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia*, (Malang : UIN – Maliki Press, 2013), hal. 131

⁴ Prastiwi Ika Ramdhani, *Trend Perkembangan KOPERASI Jasa Keuangan Syariah*, dalam <https://www.google.co.id/amp/s/koparsuzuki.wordpress.com/2017/03/02/trend-perkembangan-koperasi-jasa-keuangan-syariah/amp/> diakses 08 Oktober 2018

KSPPS sebanyak 2.253 unit dengan anggota 1,4 juta orang. Modal sendiri mencapai Rp. 968 miliar dan modal luar Rp. 3,9 triliun dengan volume usaha Rp. 5,2 triliun.⁵

Pembentukan Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah dimulai dengan adanya ketetapan hukum bahwa bunga (riba) merupakan sesuatu yang telah haramkan oleh agama. Dengan adanya larangan tersebut, kemudian timbul kesadaran pentingnya aplikasi prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi/bisnis yang bertujuan untuk menjauhkan umat dari praktik riba. Bukankan dalam Al-Qur'an ditegaskan bahwa Allah telah menghapuskan riba dan menyuburkan shadaqah (QS. Al-Baqarah[2]:276)⁶

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيلُ الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ﴿٢٧٦﴾

“Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa”.
(QS. Al-Baqarah: 276)

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ
الْعِقَابِ ﴿٢﴾

“... Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (QS. Al-Maidah: 2)

⁵ Humas Kemenkop dan UKM, , *Kinerja Koperasi Syariah di Indonesia Sangat Baik*, dalam www.depkop.co.id/content/read/kinerja-koperasi-syariah-di-indonesia-sangat-baik/ diakses 08 Oktober 2018

⁶ Burhanuddin, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia...*, hal. 133

Berdasarkan QS. Al-Maidah ayat 2 di atas dapat diketahui bahwa Allah memerintahkan untuk melakukan tolong-menolong dalam berbuat kebajikan dan taqwa. Hal ini sesuai dengan kegiatan koperasi yang saling bekerjasama dan saling menutupi kebutuhan antara satu anggota dengan anggota yang lain. Sementara itu berdasarkan QS. Al-Baqarah ayat 276 di atas dapat diketahui bahwa hukum memakan riba adalah haram, yang berarti jika seseorang melakukannya maka ia akan berbuat dosa, dan Allah tidak menyukai orang yang tetap dalam kekafiran dan selalu berbuat dosa. Oleh sebab itu hal yang membedakan antara koperasi syariah dengan koperasi konvensional dalam operasionalnya, adalah koperasi syariah tidak mengizinkan adanya riba atau dalam bahasa baku disebut bunga. Sistem bunga dalam koperasi syariah digantikan oleh sistem bagi hasil yang menyesuaikan dari keuntungan yang diperoleh anggota atas modal yang dipinjam, sehingga diharapkan transaksi di koperasi syariah dapat terhindar dari unsur kedzaliman dalam setiap produknya.

KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir adalah koperasi syariah terpercaya yang pembentukannya diprakarsai oleh ormas NU kecamatan Kalidawir. KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir hadir dengan berbagai produk yang disediakan, berupa produk penghimpunan dana dan penyaluran dana. Produk-produk yang diberikan oleh KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir disesuaikan dengan aturan syariat Islam dan juga KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir berusaha untuk tidak menyimpang dalam menjaga harta masyarakat agar terhindar dari adanya riba. Produk-produk yang terdapat di KSPPS BMT NUsantara UMAT

MANDIRI Kalidawir diantaranya adalah produk simpanan pelajar, simpanan amanah, simpanan masalah, simpanan umroh, simpanan haji, simpanan qurban, dan deposito mudharabah, serta produk pembiayaan berupa pembiayaan mudharabah, murabahah, ijarah, dan dana talangan haji. Hal ini disesuaikan dengan keadaan masyarakat sekitar guna mempermudah transaksi antara pihak koperasi dengan anggota atau masyarakat sekitar. Terbukti, meskipun baru saja berdiri, KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir makin berkembang dan diminati masyarakat sebagai lembaga keuangan alternatif.

Tabel 1.1 Jumlah Anggota KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tahun 2018

Produk	Jumlah Anggota
Simpanan	120
Pembiayaan	61

Sumber: KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa meskipun KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir merupakan koperasi syariah yang baru berdiri, namun sudah mendapatkan respon yang baik dari masyarakat. Sejak awal pembentukannya pada tanggal 4 Juli 2018 hingga rapat akhir tahun 2018, KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir sudah banyak diminati oleh masyarakat dengan jumlah anggota sebesar 181 orang, yang terdiri dari 120 anggota simpanan dan 61 anggota pembiayaan.

Permasalahan besar yang harus dihadapi oleh KSPPS BMT Nusantara UMAT MANDIRI diawal pendiriannya yakni tentang masyarakatnya yang masih enggan untuk memilih koperasi syariah dalam melakukan transaksi menyimpan maupun meminjam uang. Hal ini dikarenakan masyarakat, terutama masyarakat kalidawir, masih merasakan trauma berkepanjangan dari kasus penipuan yang dilakukan oleh koperasi berlabel syariah yang mempunyai kantor cabang di kalidawir, yakni Koperasi Pondok Pesantren Panca Hidayah pada tahun 2014 silam. Sebagaimana diberitakan Antara News Jawa Timur, Polisi akhirnya menangkap dan menahan dua pimpinan Koperasi Pondok Pesantren Panca Hidayah dan satu pimpinan Koperasi Sido Rukun, dengan tuduhan penggelapan dana nasabah miliaran rupiah. Antara di Tulungagung melaporkan, tiga pimpinan setingkat manajer Koperasi Panca Hidayah yang ditahan masing-masing adalah Kepala Unit Koperasi Panca Hidayah Unit 2 Kecamatan Sumbergempol, Sef, Kepala Koperasi Panca Hidayah Unit 1, Sur, dan Kepala Koperasi Sido Rukun Unit Ngrance, Kecamatan Pakel, SL. Ketiganya dianggap mengetahui aliran uang nasabah yang diduga sengaja digelapkan atau dialihkan untuk menyuntik permodalan koperasi simpan pinjam lainnya, seperti KSP Sido Rukun Unit Ngrace. "Ini untuk memudahkan penyelidikan kasus ini," kata Kasat Reskrim AKP Lahuri. Dia berdalih, pihaknya sengaja melakukan tindakan lebih awal untuk mencegah para pelaku kabur atau menghilangkan barang bukti. Gejolak perbankan membelit Koperasi Pondok Pesantren Panca Hidayah sejak pertengahan 2013. Ratusan bahkan ribuan nasabah yang sebelumnya beramai-ramai menginvestasikan uangnya

karena diberi iming-iming bunga bank sebesar 1,25 persen per bulan, melakukan "rush" atau penarikan uang besar-besaran begitu mengetahui keuangan Koperasi Panca Hidayah mulai goyah. Disebutkan, secara keseluruhan aset yang dikelola Kopontren Panca Hidayah mencapai kisaran Rp75 miliar. Dana sebesar itu merupakan hasil penggalangan dana para nasabah.⁷ Sehingga dari kasus ini, masyarakat menganggap bahwa koperasi yang mengatasnamakan syariah, sama seperti kasus 2014 silam, rawan untuk melakukan penipuan. Padahal dari kegiatan operasionalnya saja, jelas bahwa Kopontren Panca Hidayah menggunakan sistem bunga yang menandakan bahwa Kopontren Panca Hidayah bukanlah bagian dari koperasi syariah.

Seorang konsumen dalam menentukan keputusan pembeliannya dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari faktor budaya, faktor sosial, maupun faktor pribadi. Dari berbagai faktor tersebut, peneliti memilih untuk melakukan penelitian pada faktor budaya berupa pengetahuan anggota terhadap suatu produk dan citra lembaga yang dimiliki oleh lembaga koperasi syariah itu sendiri. Hal ini dikarenakan keberhasilan suatu koperasi syariah dalam tumbuh dan berkembang sangatlah dipengaruhi oleh kepercayaan (*trust*) dari masyarakat khususnya anggota, terhadap kinerja dari koperasi syariah tersebut. Kepercayaan dalam hal ini menyangkut apakah kedepannya memang koperasi syariah tersebut dapat memberikan *feedback* positif berupa kemaslahatan umat atau malah justru memberikan kerugian bagi para anggotanya.

⁷ Didik Kusbiantoro, *Polisi Tangkap Pimpinan Koperasi Panca Hidayah Tulungagung*, dalam <https://jatim.antaranews.com/berita/125868/polisi-tangkap-pimpinan-koperasi-panca-hidayah-tulungagung> diakses 29 Januari 2019

Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang banyak maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengelola informasi dan mampu merecall informasi dengan lebih baik.⁸ Dalam hal ini KSPPS BMT NUantara UMAT MANDIRI Kalidawir pada setiap sosialisasinya ke masyarakat, senantiasa memberitahukan bahwa koperasi ini beda dari koperasi tahun 2014 silam. KSPPS BMT NUantara UMAT MANDIRI berstatus badan hukum dan memiliki surat izin usaha resmi, serta dalam kegiatan operasioanlnya benar-benar menggunakan prinsip-prinsip syariah.

Selain faktor pengetahuan anggota, untuk lebih berkembang, suatu lembaga harus memiliki strategi untuk mendekati masyarakatnya yaitu salah satunya memperbaiki hubungannya dengan masyarakat. Dalam hal ini suatu perusahaan harus menciptakan citra yang baik di mata masyarakat. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat.⁹ Citra merek yang positif memberikan manfaat bagi produsen tersebut untuk lebih dikenal oleh konsumen. Dengan kata lain, konsumen akan menentukan pilihannya untuk membeli produk yang mempunyai *image* atau citra yang baik. Sebaliknya, apabila citra merek negatif maka konsumen cenderung mempertimbangkan lebih jauh lagi, bahkan mengurungkan pembelian produk merek yang bercitra

⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), hal. 119

⁹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal. 75

negatif.¹⁰ KSPPS BMT NUantara UMAT MANDIRI merupakan badan usaha bentukan ormas NU Kecamatan Kalidawir, yang dalam struktur pengurusannya melibatkan tokoh-tokoh NU dan para Kyai sebagai Dewan Pengawas Syariah, sehingga memiliki citra yang baik di mata masyarakat.

Alasan dari peneliti memilih KSPPS BMT NUantara UMAT MANDIRI Kalidawir sebagai tempat penelitian adalah karena meskipun ditengah-tengah keadaan yang sulit, dimana sedang terjadi krisis kepercayaan oleh masyarakat kalidawir terhadap koperasi berlabel syariah, namun KSPPS BMT NUantara UMAT MANDIRI Kalidawir dapat berdiri dan diterima dengan baik oleh masyarakat dengan berbekal nama baik dari ormas NU, dan secara bertahap memberikan *shock therapy* kepada masyarakat dengan cara memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang perbedaan signifikan antara koperasi syariah dan koperasi konvensional, baik itu dari prinsip, operasional, maupun produk-produknya.

Berdasarkan uraian di atas, dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah pengetahuan anggota dan citra lembaga memberikan dampak pada keputusan menjadi anggota koperasi, sehingga peneliti ingin mengangkat hal tersebut dalam suatu skripsi penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Anggota dan Citra Lembaga terhadap Keputusan menjadi Anggota KSPPS BMT NUantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung”**.

¹⁰ Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, *Salesman (Kepenjualan)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), hal. 93

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan tersebut dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Dalam menentukan suatu keputusan pembelian produk, masyarakat tentu lebih dulu melakukan berbagai pertimbangan sesuai dengan pengetahuan mereka tentang produk tersebut. Sehingga pengetahuan menjadi faktor yang penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan jasa yang ditawarkan KSPPS BMT NUantara UMAT MANDIRI Kalidawir Tulungagung, jika tidak diperhatikan dan kurangnya informasi yang diberikan maka masyarakat akan ragu untuk menggunakannya.
2. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat. Jika suatu organisasi mengalami krisis kepercayaan dari masyarakat umum, maka akan membawa dampak negatif terhadap citranya. Apabila citra merek negatif maka konsumen cenderung mempertimbangkan lebih jauh lagi, bahkan mengurungkan pembelian produk merek yang bercitra negatif. Oleh sebab itu, perlu adanya tindakan yang berkelanjutan dalam menjaga citra lembaga yang baik di masyarakat.
3. Dalam menentukan suatu keputusan, membutuhkan banyak pertimbangan karena berkaitan dengan dampak maupun risiko yang akan dihadapi dimasa yang akan datang, sehingga dalam pengambilan keputusan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang dapat digunakan untuk menarik minat menjadi anggota koperasi syariah tersebut.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh pengetahuan anggota terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir?
2. Apakah ada pengaruh citra lembaga terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir?
3. Apakah pengetahuan anggota dan citra lembaga secara bersama-sama mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh pengetahuan anggota terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir.
2. Untuk menguji pengaruh citra lembaga terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir.
3. Untuk menguji pengetahuan anggota dan citra lembaga secara bersama-sama mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan pengetahuan dibidang keilmuan khususnya di bidang lembaga keuangan syariah bahwa keputusan menjadi anggota suatu koperasi dapat dipengaruhi

oleh pengetahuan anggota dan citra lembaga yang baik tentang koperasi syariah tersebut.

2. Secara Praktis

a. Bagi Lembaga Keuangan Syariah (KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir maupun lembaga keuangan syariah lainnya, untuk dapat menjaga eksistensi lembaganya dengan cara mengetahui dan memanfaatkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi anggota, yang di dalamnya terdapat pengetahuan anggota dan citra baik yang dimiliki oleh lembaga keuangan syariah tersebut.

b. Bagi Akademik

Dari penelitian ini dapat dijadikan tambahan wawasan keilmuan di bidang perbankan syariah yang berkaitan dengan pengetahuan anggota dan citra lembaga terhadap keputusan menjadi anggota. Khususnya dalam mata kuliah manajemen pemasaran produk bank syariah dan etika perbankan syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang lembaga keuangan Islam khususnya dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi anggota

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi hanya dalam ruang lingkup dan keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Ruang lingkup

Ruang lingkup penelitian ini merupakan batasan-batasan yang dilihat dari variabel-variabel penelitian, dan menjelaskan tentang variabel-variabel tersebut. Dengan adanya ruang lingkup maka akan memudahkan agar tidak meluasnya penelitian ini. Variabel penelitian ini dilakukan dalam ruang lingkup pengetahuan anggota dan citra lembaga koperasi tersebut, serta mengenai riset konsumen yang hanya fokus terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir.

2. Keterbatasan Penelitian

Dari berbagai variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian, penulis hanya memakai dua variabel saja untuk dilakukan penelitian dalam pengaruhnya pada keputusan pembelian. Dua variabel tersebut yakni variabel pengetahuan anggota dan variabel citra lembaga dalam mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir.

G. Penegasan Istilah

Variabel penelitian dan operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Untuk

menghindari persepsi dan kesamaan konsep dalam mengartikan istilah maka akan diuraikan sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

a. Pengaruh

Pengaruh adalah suatu daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.¹¹ Pengaruh dalam penelitian ini diartikan sebagai daya yang timbul dari dua variabel berupa pengetahuan anggota dan citra lembaga pada KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir.

b. Pengetahuan Anggota

Pengetahuan menurut Women and Minor dalam Ujang Sumarwan adalah sejumlah pengalaman dengan informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki seseorang. Pengetahuan menurut Engel Blackwell dan Miniard dalam Ujang Sumarwan Secara umum pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang tersimpan dalam ingatan. Himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen didalam konsumen.¹² Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), anggota adalah orang (badan) yang menjadi bagian atau masuk dalam suatu golongan (perserikatan,

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 28

¹² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...*, hal. 147

dewan, panitia, dsb).¹³ Adapun yang dimaksud pengetahuan anggota dalam penelitian ini adalah semua informasi yang dimiliki anggota mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai anggota.

c. Citra Lembaga

Menurut Kotler dan Fox dalam Sutisna dalam Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, mendefinisikan citra sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, kesan-kesan, dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek.¹⁴ Adapun yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persepsi anggota terhadap KSPPS BMT NUsantara UMAT MANDIRI Kalidawir.

d. Keputusan menjadi Anggota

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, keputusan adalah hasil putusan: yang telah ditetapkan (sudah dipertimbangkan, dipikirkan, dsb).¹⁵ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), anggota adalah orang (badan) yang menjadi bagian atau masuk dalam suatu

¹³ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Budaya RI, *KBBI Daring*, dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Anggota> diakses 28 Agustus 2018

¹⁴ Sopiah dan Etta Mamang Sangadji, *Salesman (Kepenjualan)...*, hal. 76

¹⁵ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Budaya RI, *KBBI Daring*, dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Keputusan> diakses 28 Agustus 2018

golongan (perserikatan, dewan, panitia, dsb).¹⁶ Adapun yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu proses penentuan untuk menjadi anggota pada KSPPS BMT NUantara UMAT MANDIRI Kalidawir.

e. KSPPS BMT NUantara UMAT MANDIRI Kalidawir

KSPPS BMT NUantara UMAT MANDIRI Kalidawir adalah koperasi syariah yang beroperasi menggunakan prinsip-prinsip syariat Islam, terletak di Jl. Raya Karangtalun, Desa Karangtalun, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung. Dimana dalam operasionalnya menyediakan pelayanan keuangan berbasis syariah, baik dalam simpanan maupun pembiayaan.

2. Secara Operasional

Pengaruh Pengetahuan anggota dan Citra lembaga Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di KSPPS BMT NUantara UMAT MANDIRI Kalidawir adalah daya yang timbul dari tingkat pengetahuan anggota terhadap koperasi dan citra lembaga koperasi oleh para anggota yang berdampak pada keputusan seseorang menjadi anggota KSPPS BMT NUantara UMAT MANDIRI Kalidawir.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran isi skripsi maka sistematikanya adalah sebagai berikut:

¹⁶ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementrian Pendidikan dan Budaya RI, KBBI Daring, dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Anggota> diakses 28 Agustus 2018

BAB I PENDAHULUAN, di dalamnya memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI, di dalamnya memuat perilaku konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Pengetahuan anggota meliputi: pengertian pengetahuan anggota dan dimensi pengetahuan anggota. Citra lembaga meliputi: pengertian, jenis citra lembaga, faktor citra lembaga, dan dimensi citra lembaga. Keputusan menjadi anggota meliputi: pengertian dan proses pengambilan keputusan membeli. Penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian

BAB III METODE PENELITIAN, di dalamnya memuat: pendekatan dan jenis penelitian. Populasi, sampel, dan teknik sampling. Sumber data, variabel, dan skala pengukurannya. Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN, di dalamnya memuat: gambaran umum objek penelitian, deskripsi responden, deskripsi data, dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN, di dalamnya memuat pembahasan mengenai temuan-temuan penelitian yang telah ditemukan pada hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP, di dalamnya memuat kesimpulan dan saran.

Adapun bagian akhir dalam skripsi ini akan memuat tentang lampiran-lampiran yang diperlukan untuk meningkatkan validitas isi skripsi ini.