

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 dan menyalurkan dana. Koperasi menghimpun dana dari para anggotanya yang kemudian menyalurkan kembali dana tersebut kepada para anggotanya atau masyarakat umum. Hal ini sesuai dengan definisi lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana ke masyarakat yang membutuhkannya.

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-seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Pasal 3 menjelaskan bahwa Koperasi bertujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Status badan hukum Koperasi diatur pada pasal 9 yang menjelaskan bahwa Koperasi memperoleh status badan hukum setelah akta pendiriannya disahkan oleh pemerintah, pada pasal 10 ayat 1 menjelaskan bahwa untuk mendapatkan pengesahan sebagaimana dimaksud dalam pasal 9, para pendiri mengajukan permintaan tertulis disertai akta pendirian Koperasi. Pada pasal 10 ayat 2 dan 3 menjelaskan bahwa pengesahan akta pendirian diberikan dalam jangka waktu paling lama 3 (tiga) bulan setelah diterimanya permintaan pengesahan dan pengesahan akta pendirian diumumkan dalam berita Negara Republik Indonesia.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

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

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

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). BMT dan BTM merupakan lembaga keuangan mikro yang berbadan hukum koperasi syariah atau Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). 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 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

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 pukul 15.20 WIB

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 pukul 09.05 WIB

Pembentukan Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah dimulai dengan adanya ketetapan hukum bahwa bunga (riba) merupakan sesuatu yang telah diharamkan 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 وَيُرِي 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)⁷

... 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)⁸

KSPPS BTM Surya Madinah adalah salah satu koperasi syariah yang berkembang di Kabupaten Tulungagung. Dalam menghadapi persaingan dari

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

⁷ Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 276, Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Bogor: Kajian dan pengembangan Al-Qur'an LPMQ, 2018), hal. 47

⁸ Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 2, Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Bogor: Kajian dan pengembangan Al-Qur'an LPMQ, 2018), hal. 106

perbankan dan lembaga keuangan syariah lainnya, KSPPS BTM Surya Madinah menciptakan dan meluncurkan produk yang dimiliki, yang meliputi dari penyaluran dana berupa pembiayaan murabahah dan ijarah, sedangkan untuk produk penghimpunan dana ada tabungan wadiah, deposito berjangka, tabungan idul fitri, tabungan qurban, tabungan pendidikan, tabungan haji dan umrah, dan berbagai produk lain seperti produk simpana arisan dan pembayaran listrik. KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung memberikan pinjaman modal kepada para pengusaha kecil dan mikro dengan sistem bagi hasil dengan sistem syariah, terbukti KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung makin berkembang dan diminati masyarakat sebagai lembaga keuangan alternatif.

Tabel 1.1

Jumlah Anggota Tabungan Siwada KSPPS BTM Surya Madinah

Tahun	Jumlah Anggota
2013	5.553
2014	6.032
2015	7.068
2016	7.479
2017	7.889

Sumber : KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah anggota tabungan siwada pada KSPPS BTM Surya Madinah setiap tahunnya mengalami pertumbuhan, dengan tingkat pertumbuhan dapat mencapai 8% pertahunnya. Pada tabel diatas menunjukkan pada tahun 2013 sejumlah 5.553 anggota, tahun 2014 sejumlah 6.032 anggota, tahun 2015 sejumlah 7.068 anggota, tahun 2016 sejumlah 7.479

anggota dan tahun 2017 sejumlah 7.889 anggota. Meskipun produk KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung sudah banyak diminati masyarakat, perlu dilakukan serangkaian proses pemasaran yang baik untuk menghadapi persaingan dari lembaga keuangan syariah lainnya, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

Pemasaran menjadi kebutuhan utama pada setiap lembaga keuangan baik yang berkaitan dengan laba maupun nirlaba, meningkatkan perkembangan pasar dan persaingan yang semakin meningkat di dunia lembaga keuangan. Suatu pemasaran sangat penting dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah akan suatu produk dan jasa bank. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba.⁹ Terlebih bagi dunia perbankan yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan kebutuhan utama yang harus dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran maka kebutuhan nasabah juga tidak akan terpenuhi. Oleh karena itu, bagi dunia perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus-menerus.¹⁰ Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang didesain untuk memengaruhi pertukaran dalam mencapai tujuan organisasi. Strategi pemasaran diarahkan untuk meningkatkan kemungkinan atau frekuensi perilaku konsumen, seperti peningkatan kunjungan pada toko

⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 2

¹⁰ *Ibid.*, hal. 23

tertentu atau pembelian produk tertentu. Hal ini dapat dicapai dengan mengembangkan dan menyajikan bauran pemasaran yang diarahkan pada pasar sasaran yang dipilih.¹¹ *Marketing mix* atau bauran pemasaran merupakan serangkaian dari variable-variabel yang dimiliki oleh perusahaan atau alat-alat pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk melayani segmen pasar sasarannya.¹² Dalam hal ini, KSPPS BTM Surya Madinah terletak di lokasi yang strategis, yakni terletak di barat taman kota Tulungagung, memiliki manajemen yang baik, dan salah satu yang diunggulkan adalah layanan antar jemput simpanan anggotanya. Seperti yang disampaikan oleh salah satu karyawan, “selalu kami sampaikan kepada anggota kami, berapapun nilai nominal uang yang akan disimpan, sepuluh ribu pun kami mau mengambil, berapapun nilai nominal uang yang akan diambil, sepuluh ribu pun kami mau mengantar.”¹³

Selain faktor pemasaran, pengetahuan dan informasi yang dimiliki oleh anggota sangat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan anggota. Ketika anggota memiliki pengetahuan dan informasi yang lebih banyak maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Pengetahuan dapat menimbulkan beberapa efek pada pemakaian kriteria evaluasi oleh konsumen. Konsumen yang berpengetahuan banyak akan memiliki informasi yang disimpan di dalam ingatan mengenai dimensi-dimensi yang berguna untuk

¹¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Prespektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 8

¹² Nirwana, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*. (Malang: Penerbit Dioma, 2004), hal. 43

¹³ Hasil wawancara dengan salah satu karyawan KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung

memanding-bandingkan alternatif-alternatif pilihan. Informasi ini sangat tidak mungkin ada di dalam ingatan pemula. Akibatnya, pemula akan jauh lebih rentan terhadap pengaruh luar yang berusaha membentuk kriteria tertentu yang digunakan selama pengambilan keputusan.¹⁴ Setelah anggota memiliki banyak informasi tentang produk apa yang akan dipilih dan bagaimana proses untuk mendapatkan produk tersebut, maka akan semakin baik anggota dalam mengambil keputusan. Pengetahuan dan informasi membuat semakin tinggi lagi pertumbuhannya, karena anggota mempunyai permintaan dan antusias yang tinggi dikarenakan faktor pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh anggota. Dalam hal ini, KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung senantiasa berupaya memberikan pemahaman kepada anggota tentang produk-produk yang ada di BTM Surya Madinah Tulungagung. Hal ini disampaikan oleh salah satu karyawan KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung, “Terkadang saat ada waktu, kami selalu menjelaskan kepada anggota kami tentang produk-produk yang ada di lembaga kami.”¹⁵

Terdapat banyak penelitian yang telah dilakukan berkenaan dengan bauran pemasaran maupun pengetahuan anggota yang dimiliki koperasi syariah. Namun kebanyakan dari penelitian yang ada hanya membahas tentang salah satu variabel saja. Sehingga berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang bauran pemasaran dan pengetahuan anggota koperasi yang di miliki oleh KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung. Dalam

¹⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), hal. 120

¹⁵ Hasil wawancara dengan salah satu karyawan KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung

penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah bauran pemasaran yang dimiliki dan pengetahuan anggota terhadap koperasi tersebut memberikan dampak keputusan menjadi anggota koperasi. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengangkat hal tersebut dalam suatu skripsi penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran dan Pengetahuan Anggota terhadap Keputusan menjadi Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung.**

B. Identifikasi Masalah

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

1. Banyaknya persaingan yang terjadi, tidak hanya antara lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional, tetapi juga antar lembaga keuangan syariah, termasuk didalamnya Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah itu sendiri, sehingga mengharuskan lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan strategi pemasarannya melalui sistem yang terpadu yakni melalui bauran pemasaran.
2. 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 BTM Surya Madinah Tulungagung. Jika hal ini

tidak diperhatikan dan kurangnya informasi yang diberikan, maka masyarakat akan ragu untuk menggunakannya.

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.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung ?
2. Apakah ada pengaruh pengetahuan anggota terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung ?
3. Apakah bauran pemasaran dan pengetahuan anggota secara bersama-sama mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh pengetahuan anggota terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

3. Untuk menguji bauran pemasaran dan pengetahuan anggota secara bersama-sama mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan pengetahuan di bidang keilmuan khususnya di bidang lembaga keuangan bahwa keputusan menjadi anggota suatu koperasi dapat dipengaruhi oleh bauran pemasaran dan pengetahuan anggota yang baik tentang koperasi tersebut.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang lembaga keuangan Islam khususnya bauran pemasaran dan pengetahuan anggota koperasi.

b. Bagi KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak KSPPS BTM Surya Madinah untuk mengetahui bauran pemasaran dan pengetahuan anggota yang dimiliki tentang koperasi tersebut, agar dapat lebih menerapkan prinsip-prinsip syariah dan lebih meningkatkan implementasi prinsip-prinsip syariah tersebut dalam menjalankan

perusahaannya agar berhasil menjadi koperasi syariah yang diimpikan oleh masyarakat dan bisa lebih berkembang.

c. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi terutama bagi praktisi lembaga keuangan syariah dalam pengelolaan lembaganya.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi hanya dalam ruang lingkup 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 bauran pemasaran dan pengetahuan anggota tentang koperasi tersebut, serta mengenai riset konsumen yang hanya fokus terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

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 bauran pemasaran dan variabel pengetahuan anggota dalam

mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

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.¹⁶ Pengaruh dalam penelitian ini diartikan sebagai daya yang timbul dari dua variabel berupa bauran pemasaran dan pengetahuan anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

b. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 28

persaingan yang selalu berubah.¹⁷ Pemasaran dalam penelitian ini diartikan sebagai keseluruhan kegiatan bisnis dalam memenuhi kebutuhan anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

c. 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.¹⁸ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), anggota adalah orang (badan) yang menjadi bagian atau masuk dalam suatu golongan (perserikatan, dewan, panitia, dsb).¹⁹ 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.

¹⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 168

¹⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen...*, hal. 147

¹⁹ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Budaya RI, *KBBI Daring*, dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Anggota> diakses 28 Agustus 2018 pukul 18.04 WIB

d. Keputusan menjadi Anggota

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, keputusan adalah hasil putusan: yang telah ditetapkan (sudah dipertimbangkan, dipikirkan, dsb).²⁰ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), anggota adalah orang (badan) yang menjadi bagian atau masuk dalam suatu golongan (perserikatan, dewan, panitia, dsb).²¹ Adapun yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu proses penentuan untuk menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung

e. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah koperasi yang kegiatan usaha simpan, pinjam dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infak, sedekah, dan wakaf.²² Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba. KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung terletak di Jl. Kyai Haji Wahid Hasyim No. 48, Hutan, Kauman, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, yang dalam operasionalnya menyediakan pelayanan keuangan berbasis syariah, baik dalam simpanan maupun pembiayaan. Adapun yang dimaksud

²⁰ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Budaya RI, *KBBI Daring*, dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Keputusan> diakses 28 Agustus 2018 pukul 18.05 WIB

²¹ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Budaya RI, *KBBI Daring*, dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Anggota> diakses 28 Agustus 2018 pukul 18.30 WIB

²² Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, *Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi*, (Jakarta: Tidak diterbitkan, 2018) hal. 5

dari KSPPS BTM Surya Madinah adalah koperasi syariah yang beroperasi menggunakan prinsip-prinsip syariah Islam.

2. Secara Operasional

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran dan Pengetahuan Anggota Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung” peneliti bermaksud untuk menguji pengaruh Bauran Pemasaran (X_1), Pengetahuan Anggota (X_2) terhadap Keputusan menjadi Anggota (Y) di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran isi skripsi maka sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, di dalamnya memuat latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II Landasan Teori, di dalamnya memuat Manajemen Pemasaran, Bauran Pemasaran meliputi: pengertian bauran pemasaran dan elemen bauran pemasaran, Pengetahuan Anggota meliputi: pengertian pengetahuan anggota dan dimensi pengetahuan anggota, Keputusan menjadi Anggota meliputi: pengertian dan proses pengambilan keputusan membeli, Koperasi Simpan

Pinjam Pembiayaan Syariah, Baitul Tamwil Muhammadiyah, Kajian 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 pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, dan analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian, di dalamnya memuat: gambaran singkat 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.