

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Koperasi sebagai salah satu sektor ekonomi merupakan kerjasama yang bersifat ekonomi. Koperasi berasal dari kata *Co* dan *Operation* yang mengandung arti bekerja sama untuk mencapai tujuan. Berarti koperasi adalah kumpulan orang atau badan hukum bekerja sama yang memberikan kebebasan masuk dan keluar sebagai anggota untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat umumnya.

Dalam Undang-undang Perkoperasian No. 17 tahun 2012, Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama dibidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi.¹

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) sebelumnya di sebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) terlahir dari *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT). *Baitul Maal wat Tamwil* merupakan suatu lembaga yang mempunyai dua istilah, yaitu *baitul mal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran

¹Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian, <http://www.peraturan.go.id/uu/nomor-17-tahun-2012.html> diakses pada tanggal 28 Agustus 2018

dana yang *nonprofit*, seperti zakat, infak, dan sedekah. Adapun *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.² Jadi KSPPS merupakan lembaga yang termasuk *baitul tamwil*.

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan sebuah lembaga non bank yang berbentuk koperasi berbasis syariah. Misi BMT adalah membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dan struktur berdasarkan syariah dan diridhoi Allah SWT, yang tidak ada unsur bunga atau ribawi.³

Baitul Maal wat Tamwil adalah lembaga keuangan dengan konsep syariah yang lahir sebagai pilihan yang menggabungkan konsep *maal* dan *tamwil* dalam satu kegiatan lembaga. Konsep *maal* lahir dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat muslim dalam hal menghimpun dan menyalurkan dana untuk zakat, infak dan shadaqah (ZIS) secara produktif. Sedangkan konsep *tamwil* lahir untuk kegiatan bisnis produktif yang murni untuk mendapatkan keuntungan dengan sektor masyarakat menengah ke bawah (mikro). Kehadiran BMT untuk menyerap aspirasi masyarakat muslim di tengah kegelisahan kegiatan ekonomi dengan prinsip riba, sekaligus sebagai *supporting funding* untuk mengembangkan kegiatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah.

Kehadiran lembaga keuangan mikro syariah yang bernama *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) dirasakan telah membawa manfaat finansil bagi masyarakat, terutama masyarakat kecil yang tidak *bankable* dan menolak

² Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: kencana, 2015, hal. 315-316

³ Anita, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembiayaan Rumah (KPR) Syariah pada Bank Tabungan Negara (BTN) Surakarta*, (Surakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2012), hal. 2

riba, karena berorientasi pada ekonomi kerakyatan. Kehadiran BMT di satu sisi menjalankan misi ekonomi syariah dan di sisi lain mengemban tugas ekonomi kerakyatan dengan meningkatkan ekonomi mikro, itulah sebabnya perkembangan BMT sangat pesat di tengah perkembangan lembaga keuangan mikro konvensional lainnya.⁴

BMT PETA Tulungagung merupakan lembaga keuangan non bank yang berada di kota Tulungagung yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. BMT PETA Tulungagung berdiri ditengah-tengah masyarakat yang menginginkan perbaikan ekonomi dan menjadi salah satu lembaga keuangan non bank juga mempunyai tujuan yang sama dengan BMT-BMT lainnya sebagai lembaga untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat pada umumnya.

Disini penulis akan membahas BMT PETA Tulungagung, yang mana BMT PETA ini merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang melaksanakan fungsi intermediasi keuangan yaitu menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan. Dalam kegiatan menyalurkan dananya dalam bentuk pembiayaan, BMT PETA menggunakan akad bagi hasil yaitu mudharabah dan musyarakah sedangkan untuk akad jual beli yaitu murabahah, akad gadai yaitu rahn, akad jasa yaitu ijarah, akad hutang yaitu qord, dan akad qordul hasan.

KSPPS BMT PETA didirikan dengan maksud untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip syariah kedalam transaksinya.

⁴ Novita Dewi Masyithoh, *Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Atas Status Badan Hukum Dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*, Volume V/Edisi 2, (Semarang: IAIN Walisongo, 2014), hal. 18

Pertanyaan selanjutnya bagaimana respon para anggota *Murabahah* tentang adanya KSPPS BMT PETA dan apakah mereka berminat untuk mempraktikkan konsep syariah.

Semua transaksi yang dilakukan pada BMT PETA Tulungagung pada dasarnya harus bernilai syariah, yakni setiap transaksi dinilai sah apabila transaksi tersebut terpenuhi syarat dan rukunnya, bila tidak terpenuhi maka transaksi tersebut batal. Jadi, kedudukan akad sangat penting dalam penerapan prinsip-prinsip syariah. Salah satu akad yang digunakan BMT PETA Tulungagung dalam akad pembiayaan yang berbasis jual beli adalah *murabahah*.

Murabahah adalah suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan (*margin*) yang diinginkan.⁵

Perbedaan pembiayaan *murabahah* dibandingkan jenis pembiayaan yang lain disebabkan oleh beberapa faktor. Dari sisi penawaran, pembiayaan *murabahah* lebih minim risikonya dibandingkan dengan jenis pembiayaan bagi hasil. Selain itu pengembalian yang telah ditentukan sejak awal juga memudahkan BMT dalam memprediksi keuntungan yang akan diperoleh.

Sementara dari sisi anggota, pembiayaan *murabahah* dinilai lebih *simple* dibandingkan dengan jenis pembiayaan bagi hasil. Hal ini disebabkan kemiripan operasional *murabahah* dengan jenis kredit konsumtif yang

⁵ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 81-82

ditawarkan oleh perbankan konvensional, dimana masyarakat telah terbiasa dengan hal ini.

Tabel 1.1
Jumlah Anggota Pembiayaan

Anggota Pembiayaan	2014	2015	2016	2017	2018	Jumlah
Anggota pembiayaan <i>Murabahah</i>	7	65	17	58	31	178

Sumber : Data BMT PETA Tulungagung

Dapat dilihat pada tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah anggota pembiayaan *murabahah* pada tahun 2014 sebanyak 7, pada tahun 2015 sebanyak 65, pada tahun 2016 sebanyak 17, pada tahun 2017 sebanyak 58, dan pada tahun 2018 sebesar 31. Jumlah anggota pembiayaan *murabahah* dari tahun 2015 ke tahun 2016 mengalami penurunan, yakni dari 65 anggota menjadi 17 anggota, dan dari tahun 2017 ke tahun 2018 juga mengalami penurunan dari 58 anggota menjadi 31 anggota.

Seperti terlihat pada tabel 1.1 bahwa terjadi penurunan jumlah anggota pembiayaan *murabahah* pada BMT PETA Tulungagung, sehingga mengakibatkan tidak tercapainya realisasi pembiayaan *murabahah* pada BMT PETA Tulungagung. Dari penurunan jumlah anggota tersebut dikarenakan terdapat masalah dalam keputusan menggunakan pembiayaan *Murabahah* oleh anggota didasarkan dari beberapa pertimbangan diantaranya pengetahuan tentang pembiayaan *murabahah* dimana kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pembiayaan *murabahah*, lokasi yang strategis, tempat parkir yang memadai serta promosi yang dilakukan pihak BMT.

Untuk dapat mengenalkan produk maupun jasa yang ingin ditawarkan kepada calon anggota dengan segala keunggulannya, sebuah BMT perlu menerapkan strategi yang baik, strategi yang digunakan diantaranya dengan memberikan informasi tentang produk atau jasa agar anggota mengetahui serta memahami betul produk atau jasa yang ditawarkan dengan melakukan kombinasi kegiatan promosi. Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Kasmir, yakni, Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan seperti, produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.⁶

Dan dengan mempertimbangkan lokasi BMT yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Kasmir yakni Pendirian suatu lokasi harus memikirkan nilai pentingnya karena akan menimbulkan biaya bagi perusahaan. Penentuan suatu lokasi juga harus tepat sasaran karena lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan, baik dari segi finansial maupun nonfinansial.⁷ Dengan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau juga akan mempengaruhi minat calon anggota untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh BMT.

Salah satu faktor paling mendasar dalam mengembangkan produk pembiayaan *Murabahah* adalah pengetahuan. Hal ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Damiaati, yakni Konsumen perlu mengetahui tentang

⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 175

⁷ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2017), hal. 140-141

karakteristik suatu produk, apabila konsumen kurang mengetahui informasi tentang karakteristik suatu produk bisa salah dalam mengambil keputusan membeli. Pelaku usaha yang berpengalaman akan memberikan informasi, pendidikan dan pemahaman kepada setiap calon pembeli khususnya kepada masyarakat umumnya.⁸

Disinilah peran KSPPS BMT PETA untuk melakukan sosialisasi kepada para anggota terkait tentang pengetahuan produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA. Agar warga tahu bahwa KSPPS BMT PETA adalah koperasi simpan pinjam yang menggunakan prinsip syar'i sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penyusun bermaksud untuk mengkaji hubungan pengetahuan anggota tentang produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA, lokasi dan promosi terhadap minat memilih produk pembiayaan *Murabahah* yang akan saya susun dalam skripsi yang berjudul ***Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Anggota Memilih Produk Pembiayaan Murabahah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil Perekonomian Tasyrikah Agung Tulungagung.***

⁸ Damiami, *Perilaku Konsumen*, (Depok: Rajawali Pres, 2017), hal. 82

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah mengidentifikasi masalah-masalah yang ada berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas. Dari latar belakang memunculkan beberapa masalah-masalah yang sedang dihadapi berdasarkan fenomena yang ada. Masalah-masalah tersebut antara lain :

1. Dalam keputusan menggunakan pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT PETA Tulungagung oleh anggota didasarkan dari beberapa pertimbangan diantaranya pengetahuan tentang pembiayaan *murabahah*, lokasi dan promosi.
2. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pembiayaan *murabahah* KSPPS BMT PETA Tulungagung.
3. Menurunnya jumlah anggota pembiayaan *murabahah* pada KSPPS BMT PETA Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti bermaksud untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap minat anggota untuk memilih produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA Tulungagung.

Adapun permasalahan pokok yang diangkat dalam penelitian ini, dan dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh pengetahuan produk pembiayaan *Murabahah* terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan *Murabahah* KSPPS BMT PETA?

2. Apakah ada pengaruh lokasi KSPPS BMT PETA Tulungagung terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk pembiayaan *Murabahah* terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA Tulungagung.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi KSPPS BMT PETA Tulungagung terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA Tulungagung.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat anggota menggunakan produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas penulis dapat mengambil tujuan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Kegunaan yang bersifat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan memberikan sumbangan informasi bagi para ilmuwan ekonomi dan

perbankan sehingga dapat memperkaya dan mengembangkan ilmu pengetahuan.

2. Kegunaan yang bersifat praktis

Secara praktis hasil penelitian diharapkan dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak yakni:

a) Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman penelitian serta menguji kemampuan analisis masalah berdasarkan teori yang pernah di dapat, khususnya yang berhubungan dengan pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA Tulungagung.

b) Bagi peneliti lain

Memberikan gambaran tentang pembuatan skripsi, sebagai pendorong untuk terus berkarya dan sebagai penambahan wawasan serta pemahaman terhadap objek yang diteliti, dan sebagai bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya.

c) Bagi Lembaga BMT

Hasil penelitian ini di harapkan akan bermanfaat bagi BMT sebagai bahan masukan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan.

d) Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bacaan khususnya dibidang pembiayaan *murabahah* berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataannya dan diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan di bidang ekonomi Islam khususnya pembiayaan *murabahah*.

e) Bagi Masyarakat Luas

Menambah pengetahuan dan keterampilan dalam menyusun penelitian lanjutan dan sekaligus sebagai bahan masukan informasi untuk melanjutkan penelitian tentang pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan *Murabahah*.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Mengingat luasnya permasalahan yang akan dibahas, maka dalam penelitian ini penulis akan membatasi ruang lingkupnya agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Serta dapat mempermudah proses analisa. Oleh karena itu, penulis membatasi pembahasan atas permasalahan yang akan dikaji, antara lain :

1. Penelitian ini mengambil sampel pada anggota pembiayaan *Murabahah*.
2. Penelitian mengambil populasi anggota pembiayaan *Murabahah*.
3. Isu yang diangkat adalah pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA Tulungagung.

G. Definisi Operasional

1. Pengetahuan

Pengetahuan adalah kesan didalam pikiran manusia sebagai hasil penggunaan panca indrera atau segala sesuatu yang kita ketahui dari hasil bernalar, pengalaman, wewenang, dan intuisi yang dapat dibedakan dari kepercayaan. Dengan demikian, pengetahuan yang dapat dijadikan sebagai dasar ilmu adalah pengetahuan yang terjangkau oleh fitrah pengalaman manusia atau dapat dialami langsung oleh manusia dengan menggunakan panca inderanya.⁹

2. Lokasi

lokasi adalah tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.¹⁰

3. Promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan/atau mengingatkan pasar sasaran dan produknya agar bersedia menerima,

⁹ M. Umar Maya Putra dan Ami Dilham, "Ontologi Dalam Esensi Ilmu Ekonomi dan Sumber Pengetahuan", Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, Volume 6, Nomor 01, April 2016, hal.15

¹⁰ Ali Fathoni,, *Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Tingkat Penjualan Usaha Jasa Mikro di Kabupaten Lamongan*, Vol. 1 No. 01, Februari 2016, hal. 24

membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.¹¹

4. Minat

Minat adalah suatu kecenderungan yang erat kaitannya dengan perasaan terutama perasaan senang (positif) terhadap sesuatu yang dianggapnya berharga atau sesuai kebutuhan dan member kepuasan kepadanya.¹²

5. Pembiayaan *murabahah*

Pembiayaan atau *financing* yaitu pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.¹³

6. Murabahah

Murabahah adalah istilah dalam Fikih Islam yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan (*margin*) yang diinginkan.¹⁴

¹¹ Hamdani dan Muklis, “*Pengaruh Pembiayaan dan Biaya Promosi Terhadap Keuntungan Kendaraan Bermotor*”, Vol 16, No. 1, Agt 2016, hal. 4

¹² Aminudin, *Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi Dan Fasilitas Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah*, (Boyolali : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), hal. 25

¹³ Veithzal Rivai, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hal. 681

¹⁴ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 81-82

H. Sistematika Skripsi

Untuk mendapatkan hasil penulisan yang terstruktur dan sesuai dengan sistematika penulisan, maka sistematika penulisan skripsi disusun sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, terdiri dari: (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) definisi operasional, (h) sistematika skripsi.

Bab II landasan teori, terdiri dari: (a) teori yang membahas perilaku konsumen, (b) teori yang membahas pengetahuan, (c) teori yang membahas lokasi, (c) teori yang membahas promosi, (d) teori yang membahas minat, (e) teori yang membahas pembiayaan *Murabahah*, (f) kajian penelitian terdahulu, (g) kerangka konseptual, (h) hipotesis penelitian.

Bab III metode penelitian, terdiri dari, (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel dan skala pengukuran, (d) teknik pengumpulan data dan instrument penelitian.

Bab IV hasil penelitian, terdiri dari: (a) hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis), (b) temuan penelitian.

Bab V pembahasan hasil penelitian.

Bab VI penutup, terdiri dari: (a) kesimpulan (b) saran.