BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia sampai saat ini berkembang sangat pesat. Hal ini terlihat dari semakin tumbuh dan berkembangnya industri lembaga keuangan syariah di tanah air dan semakin tingginya tingkat kepercayaan masyarakat. Masyarakat sangat merindukan munculnya berbagai institusi ekonomi yang dapat mewujudkan keadilan ekonomi guna mempersempit kesenjangan sosial. Masyarakat juga mengharapkan adanya sistem keuangan yang adil tanpa adanya sistem gharar dan ribawi didalamnya. Lembaga keaungan syariah hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan sistem keuangan yang syariah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Lembaga keuangan syariah itu sendiri didirikan dengan tujuan mengenalkan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, sistem syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan, perbankan, dan juga bisnis-bisnis yang terkait. Pada umumnya, lembaga keuangan syariah adalah badan usaha yang mempunyai fungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan antara unit defisit dengan unit surplus yang dalam menjalankan kegiatannya dengan berlandaskan prinsip syariah.[1]

[1] Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alfabet, cet. 4 2006), hlm. 2

Kemudian perkembangan lembaga keuangan syariah tidak hanya berhenti di tingkatan ekonomi makro saja, seperti lembaga keuangan perbankan. Tetapi juga telah menyentuh pada sektor bawah, yaitu sektor mikro. Lembaga keuangan mikro syariah merupakan lembaga keuangan yang tujuannya untuk perkembangan usaha-usaha atau masyarakat menengah ke bawah yaitu dengan memberikan jasa pengelolaan simpanan dan bantuan pembiayaan. Koperasi syariah adalah salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang banyak ditemukan di kalangan masyarakat menengah ke bawah.

Muculnya koperasi syariah sebagai lembaga keuangan syariah mikro dengan tujuan memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh lembaga perbankan syariah. Koperasi syariah menjadi alternatif pemulihan kondisi perekonomian Indonesia. Koperasi syariah atau KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah) adalah lembaga keuangan non bank yang menggunakan prinsip syariah. Koperasi Syariah merupakan lembaga keuangan yang berorientasi pada sosial keagamaan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dan menyalurkan dana atau harta masyarakat berupa zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS).[2]

Sekarang ini, selain koperasi syariah juga banyak berdiri koperasi pondok pesantren di tengah-tengah masyarakat menengah ke bawah. Koperasi pondok pesantren atau kopontren berperan untuk mengangkat aspek sosial ekonomi pesantren dengan meningkatkan taraf hidup angotanya terutama anggota santrinya. Sifat kultur pondok pesantren yang sudah tidak asing bagi

---

[2] Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), hlm. 66

masyarakat membuat koperasi pondok pesantren dinilai memang cocok digunakan sebagai alternatif transaksi keuangan berbasis syariah. Pandangan hidup kesantrian yang saat ini masih kuat di lingkungan masyarakat adalah kesediaan hidup sederhana, menghindari pola hidup konsumtif, mandiri, tolong menolong, dan hidup secara kolektif sesuai dengan syariat islam. Nilai-nilai pondok pesantren yang seperti itu merupakan nilai yang sesuai dengan nilai-nilai kekeluargaan dalam koperasi. Oleh karena itu koperasi pondok pesantren memiliki nilai strategis seperti koperasi syariah.

Berdasarkan Undang-Undang No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian dijelaskan bahwa koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi dan sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Prinsip koperasi berdasarkan UU No. 17 Th. 2012, yaitu: modal terdiri dari simpanan pokok dan Surat Modal Koperasi (SMK).

Berdasarkan Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 91/Kep/IV/KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah memberikan pengertian bahwa Koperasi Simpan Pinjam Syariah atau koperasi jasa keungan syariah adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah).[3]

[3] Ahmad Ifham Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, hlm. 456

Dalam Islam misi yang diemban koperasi yaitu kekeluargaan atau kebersamaan merupakan salah satu diantara nilai penting yang dapat menumbuhkan sikap tenggang rasa dan persaudaraan diantara semua. Koperasi dalam ayat Al-Qu'an mendapat justifikasi dengan legitimasi normatif-teologis.[4] Berikut salah satu ayat Al-Qur'an yang dijelaskan pada surat Al-Maidah: 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِّينَ الْبَيْتَ الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۚ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَآنُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا ۘ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu kepada sesuatu kaum karena mereka menghalangi-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebijakan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, seseungguhnya Allah amat berat siksa-Nya." (QS. Al-Maidah: 2)

[4] Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syari'ah,* (Jakarta: Graha Ilmu, 2007), hlm. 94

Sama halnya dengan perbankan syariah, lembaga keuangan syariah sektor mikro khususnya Koperasi Syariah dan Koperasi Pondok Pesantren juga terjadi persaingan dalam mengembangkan lembaganya. Persaingan yang semakin ketat seiring banyaknya lembaga keuangan yang bermunculan membuat setiap lembaga menyusun strateginya masing-masing. Strategi pemasaran merupakan salah satu strategi yang mampu membantu lembaga keuangan syariah untuk tetap berdiri eksis di tengah persaingan bisnis.

Pada lembaga Koperasi Syariah, strategi pemasaran juga bisa dilakukan dengan mengenal karakteristik dari setiap anggota maupun calon anggota koperasi. Anggota koperasi atau nasabah yang berada di pasaran mempunyai banyak karakteristik yang berbeda, sehingga setiap anggota pastinya mempunyai minat dan selera yang berbeda-beda terhadap produk yang ditawarkan KSPPS ataupun kopontren. Dimana produk yang ada di lembaga tersebut sama dengan produk yang ada di lembaga perbankan, yaitu produk simpanan dan pembiayaan.

Menurut Peraturan Pemerintah RI Nomor 9 Tahun 1995 tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi, simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh anggota, calon anggota, koperasi-koperasi lain dan atau anggotanya kepada koperasi dalam bentuk tabungan dan simpanan (deposito).

Sedangkan menurut Undang-Undang perbankan No. 10 tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak

lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu. Produk pembiayan merupakan produk yang paling banyak diminati oleh anggota koperasi. Produk pembiyaan yang anggota beli biasanya produk pembiayaan konsumtif atau produktif. Produk pembiayaan konsumtif dibeli anggota dengan tujuan untuk memenuhi keinginannya untuk memilih barang yang dibutuhkan dan barang tersebut tidak akan menghasilkan suatu pengembalian atau hasil. Berbeda dengan produk pembiayaan produktif, produk ini dibeli dengan tujuan untuk usaha dan produk ini akan menghasilkan suatu pengembalian atau hasil atas pelaksanaan atau pengaturan produk tersebut.

Produk pembiyaan dalam lembaga tersebut akan dipilih dan dibeli apabila anggota memiliki minat untuk memilihnya. Menurut Bayu Swastha dan Irawan, minat adalah perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas pekerjaan atau objek itu berharga atau berarti bagi individu.[5] Menurut Malayu Hasibuan, faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah pekerjaan, sosial ekonomi, hobi, jenis kelamin, dan usia.[6]

Pekerjaan merupakan segala aktivitas yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan penghasilan guna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi seseorang terhadap minatnya. Orang yang sibuk bekerja dengan yang tidak sibuk pasti memiliki minat yang berbeda untuk memilih produk pembiayaan.

---

[5] Basu Swashta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern.* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2005), hlm. 276

[6] Malayu Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 205

Sementara sosial ekonomi adalah kondisi seseorang dalam suatu komunitas atau kelompok yang diukur berdasarkan aktivitas komunikasi, pendapatan, pendidikan. Seseorang yang memiliki sosial ekonomi yang tinggi tentunya akan memiliki minat yang berbeda pula terhadap sesuatu.

Selanjutnya hobi adalah segala aktivitas yang dilakukan seseorang untuk menyenangkan dirinya. Hobi biasanya dilakukan untuk menenangkan pikiran diwaktu senggang. Hobi akan mempengaruhi seseorang terhadap minat seseorang terhadap sesuatu. Dimana orang yang beda hobi maka beda pula minatnya.

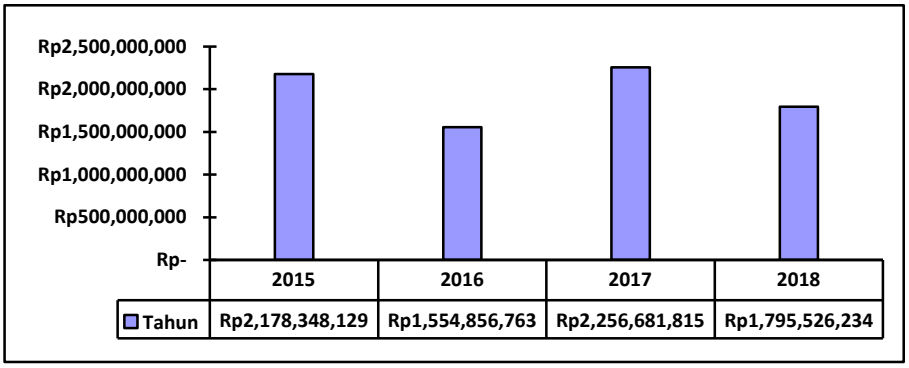
Kemudian jenis kelamin adalah perbedaan antara perempuan dan laki-laki yang dapat dilihat secara fisik maupun dapat dirasakan dengan perasaan. Perbedaan jenis seseorang akan membentuk perbedaan juga dalam hal selera maupun minat. Perempuan dan laki-laki mempunyai karakter yang berbeda. Perempuan lebih ke perasaan dan laki-laki lebih ke akal pikiran.

Dan usia adalah lama seseorang menjalani hidup mulai dari dilahirkan sampai sekarang. Semakin bertambahnya usia maka semakin berbeda pemikiran seseorang. Perbedaan usia berarti minat seseorang terhadap sesuatu juga berbeda karena kebutuhan, keinginan, dan pemikiran seseorang berbeda sesuai umurnya.

Telah dijelaskan bahwa pekerjaan, sosial ekonomi, hobi, jenis kelamin, dan usia mempengaruhi minat anggota untuk melakukan pembiayaan pada Koperasi Syariah maupun Kopontren. Minat anggota tentunya akan mempengaruhi jumlah pembiayaan pada Koperasi Syariah dan Kopontren.

Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah produk pembiayaan setiap tahun mengalami naik turun. Berikut merupakan tabel nominal jumlah produk pembiayaan taahun 2015-2018 di Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar.

Grafik 1.1
Jumlah Pembiayaan Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar
Tahun 2015-2018

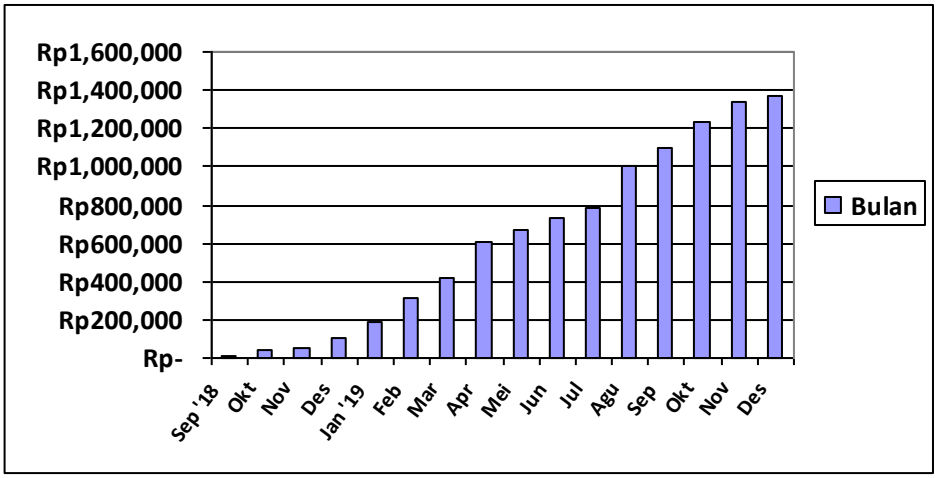


Sumber: Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar

Pada grafik 1.1 tersebut telah dipaparkan bahwa jumah pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar setiap tahunnya berbeda. Jumlah pembiayaan tahun 2015 ke tahun 2016 mengalami penurunan, sedangkan pada tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami kenaikan dan pada tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami penurunan.

Selanjutnya berikut ini adalah jumlah pembiayaan di KSPPS BMT PETA Blitar pada September 2018 sampai Desember 2019.

Grafik 1.2
Jumlah Pembiayaan KSPPS BMT PETA Cabang Blitar
Per September 2018 – Desember 2019
(dalam ribuan)



Sumber: KSPPS BMT PETA Cabang Blitar

Pada grafik 1.2 tersebut dipaparkan per bulan karena KSPPS BMT PETA Cabang Blitar ini baru dibuka mulai September 2018. Berdasarkan grafik tersebut telah dipaparkan bahwa jumah pembiayaan pada KSPPS BMT PETA Cabang Blitar setiap bulannya berbeda. Jumlah pembiayaan mulai September 2018 sampai Desember 2019 mengalami kenaikan setiap bulannya. Pada grafik tersebut dapat dilihat kenaikan tertinggi terjadi pada bulan Juli 2019 ke bulan Agustus 2019.

Dari dua grafik jumlah pembiayaan di lembaga keuangan syariah, dapat dilihat bahwa jumlah pembiyaan setiap tahun ataupun bulan mengalami perbedaan, naik maupun turun. Mengacu pada referensi, buku, jurnal dan peneltian terdahulu, peneliti menganalisis perbedaan jumlah pembiayaan disebabkan oleh minat nasabah untuk memilih pembiayaan di lembaga keuangan syariah.

Selanjutnya berdasarkan hal-hal yang dipaparkan peneliti di latar belakang, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh pekerjaan, sosial ekonomi, hobi, jenis kelamin, dan usia terhadap minat nasabah untuk memilih produk pembiayaan di Kopontren Al Barkah Wonodadi dan KSPPS BMT PETA Blitar. Alasan peneliti tertarik melakukan penelitian ini adalah karena peneliti ingin mengetahui apakah jumlah pembiayaan yang naik turun setiap tahunnya dipengaruhi oleh minat anggota koperasi. Dalam hal ini peneliti mengacu pada Teori Malayu Hasibuan, yang menurut teorinya faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah pekerjaan, sosial ekonomi, hobi, jenis kelamin, dan usia. Peneliti tertarik melakukan penelitian di lembaga koperasi syariah atau koperasi pondok pesantren karena peneliti ingin meneliti bagaimana pengaruh faktor-faktor minat tersebut di lingkungan mikro atau koperasi syariah.

Selanjutnya hal yang menarik dalam penelitian ini adalah terletak pada tempat penelitian. Dimana tempat penelitian ini terletak pada Koperasi Pondok Pesantren dan Koperasi Syariah. Selain itu salah satu tempat peneltian terletak sangat strategis dekat pasar dan lembaga pendidikan. Perbedaan kedua tempat penelitian, membuat peneliti ingin mengetahui perbedaan minat anggota dalam melakukan pembiayaan antara Koperasi Pondok Pesantren dan Koperasi Syariah yang ada di Kabupaten Blitar.

Dengan demikian berdasarkan dasar pemikiran diatas penulis tertarik untuk membahas hal tersebut dengan judul **"Pengaruh Pekerjaan, Sosial Ekonomi, Hobi, Jenis Kelamin, dan Usia Terhadap Minat Nasabah untuk**

Memilih Produk Pembiayaan Di Kopontren Al Barkah Wonodadi dan KSPPS BMT PETA Blitar".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat beberapa masalah yang bisa diidentifikasi dari variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu dengan membatasi pada masalah pekerjaan, sosial ekonomi, hobi, jenis kelamin, dan usia sebagai indikator minat nasabah untuk memilih produk pembiayaan pada kopontren dan koperasi syariah di Blitar.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pekerjaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat anggota untuk memilih Produk Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar?
2. Apakah sosial ekonomi berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat anggota untuk memilih Produk Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar?
3. Apakah hobi berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat anggota untuk memilih Produk Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar?

4. Apakah jenis kelamin berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat anggota untuk memilih Produk Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar?
5. Apakah usia berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat anggota untuk memilih Produk Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar?
6. Apakah pekerjaan, sosial ekonomi, hobi, jenis kelamin, dan usia secara bersama-sama berpengaruh positif secara signifikan secara simultan terhadap minat anggota untuk memilih Produk Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh pekerjaan terhadap minat anggota untuk memilih Produk Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.
2. Menguji pengaruh sosial ekonomi terhadap minat anggota untuk memilih Produk Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.
3. Menguji pengaruh hobi terhadap minat anggota untuk memilih Produk Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.

4. Menguji pengaruh jenis kelamin terhadap minat anggota untuk memilih Produk Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.
5. Menguji pengaruh usia terhadap minat anggota untuk memilih Produk Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.
6. Menguji pengaruh pekerjaan, sosial ekonomi, hobi, jenis kelamin, dan usia secara bersama-sama terhadap minat anggota untuk memilih Produk Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

Penyusunan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Kegunaan atau manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi alat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan menambah sumber literatur dan sumbangsih pemikiran pada kajian bidang mata kuliah “Manajemen Pemasaran Bank Syariah”.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Penulis berharap penelitian ini menjadi bahan informasi, manfaat serta praktisi/lembaga keuangan mengetahui pengaruh pekerjaan, sosial ekonomi, hobi, jenis kelamin, dan usia terhadap minat anggota untuk memilih Produk Pembiayaan pada lembaga keuangan syariah. Selain itu juga dapat dijadikan sebagai masukan dan evaluasi untuk lebih memajukan Institisi Lembaga Keuangan Syariah.

b. Bagi Akademik

Sebagai tambahan pustaka dengan harapan dapat dimanfaatkan kalangan akedemis dalam upaya memberikan wawasan dan pengetahuan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan dapat dijadikan peneliti selanjutnya sebagai referensi untuk melakukan penelitian di masa mendatang.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada minat beli produk pembaiayaan di lembaga keuangan syariah. Variabel minat tersebut akan diteliti apakah dipengaruhi oleh variabel pekerjaan, sosial ekonomi, hobi, jenis

kelamin, dan usia. Lokasi penelitian ini berada di Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.

Keterbatasan penilitian ini adalah produk yang diteliti hanya terbatas pada produk pembiayaan di Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Pengaruh adalah suatu daya yang ada atau tumbuh dari suatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.[7]

b. Pekerjaan adalah aktvitas atau kegiatan yang dilakukan oleh responden sehingga memperoleh penghasilan.[8]

c. Kelas sosial adalah bentuk lain dari pengelompokkan masyarakat ke dalam kelas atau kelompok yang berbeda.[9]

d. Hobi atau kegemaran adalah bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.[10]

e. Jenis Kelamin adalah adalah perbedaan biologis dan fisiologis antara pria dan wanita, dengan perbedaan yang menyolok pada perbedaan anatomi tentang sistem reproduksi dari pria dan wanita.[11]

---

[7] Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa: Departemen Pendidikan Nasional*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002)

[8] Soekidjo Notoatmodjo, *Ilmu Perilaku Kesehatan,* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010)

[9] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen; Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran,* (Jakarta: PT Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 218

[10] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran I edisi millennium,* (Jakarta: Prehalindo, 2002), hlm. 80

f. Usia adalah lama waktu hidup atau ada (sejak dilahirkan atau diadakan).[12]

g. Minat adalah suatu sikap yang berlangsung terus menerus yang memberi pola pada perhatian seseorang sehingga membuat dirinya selektif terhadap objek minatnya.[13]

h. Anggota atau nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank atau orang yang menjadi tanggungan asuransi.[14]

i. Keputusan konsumen adalah memilih merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.[15]

j. Produk adalah suatu tawaran dari sebuah perusahaan yang memuaskan atau memenuhi kebutuhan.[16]

k. Pembiayaan adalah salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*.[17]

---

[11] Tri Dayakishi dan Salis Yuniardi, *Psikologi Lintas Budaya,* (Malang: UMM Press, 2008), hlm. 133

[12] Hoetomo, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia,* (Surabaya: Mitra Pelajar, 2005)

[13] Chaplin, *Kamus Lengkap Psychology,* (Jakarta: Rajawali, 1989), hlm. 276

[14] Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional,* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 952

[15] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran,* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), hlm. 181

[16] Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel,* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 139

[17] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek,* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 195

2. Definisi Operasional

"Pengaruh Pekerjaan, Sosial Ekonomi, Hobi, Jenis Kelamim, dan Usia terhadap Minat Anggota untuk Memilih Produk Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar" merupakan penelitian yang ditujukan untuk mengetahui adanya hubungan antara aktivitas yang menghasilkan pendapatan, bersosial ekonomi, kebiasaan yang menyenangkan, perbedaan perilaku pria dan wanita, serta lamanya hidup seseorang dengan keinginan atau kecenderungan anggota koperasi untuk memilih produk penyediaan dana pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan KSPPS BMT PETA Blitar.