

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keluarnya 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 serta pembaharuan tentang Undang-Undang perkoperasian Republik Indonesia No 17 Tahun 2012 berdasarkan ketentuan yang disebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak dibidang pembiayaan, investasi dan simpanan. Merupakan realisasi atas keperluan pemerintah untuk berperan memberikan payung hukum atas kenyataan yang tumbuh subur dalam masyarakat ekonomi Indonesia terutama dalam lingkungan Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.

Serta dengan berkembangnya kenyataan itu membuktikan bahwa sistem ekonomi syariah dapat diterima dan diterapkan dalam masyarakat Indonesia bahkan mempunyai nilai positif dalam membangun masyarakat Indonesia dalam kegiatan ekonomi sekaligus membuktikan kebenaran hukum ekonomi syariah mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan sistem ekonomi komunis maupun ekonomi kapitalis. Indonesia yang masyarakatnya mayoritas beragama Islam adalah lahan subur bagi tumbuh berkembangnya ekonomi syariah. Semakin tinggi kualitas kemampuan seseorang dan integritas *diniyahnya* akan semakin tertarik.

Peningkatan kinerja pemasaran dalam dunia lembaga keuangan disebabkan oleh dua hal, pertama karena semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan lembaga keuangan, pengetahuan masyarakat yang lebih baik tentang fungsi dan peranan lembaga keuangan menyebabkan masyarakat sudah pandai memilih lembaga keuangan, kedua tingginya tingkat persaingan antar lembaga keuangan itu sendiri, lembaga keuangan yang tidak menjalankan kegiatan pemasaran secara benar akan ditinggalkan oleh nasabahnya dan jangan diharapkan akan mendapat nasabah sesuai dengan tujuannya.

Sistem keuangan modern telah berusaha memenuhi kebutuhan manusia untuk mendanai kegiatannya, bukan dengan dananya sendiri, melainkan dengan dana orang lain, baik dengan menggunakan prinsip penyertaan dalam rangka pemenuhan permodalan (*equity financing*) maupun dengan prinsip pinjaman dalam rangka pemenuhan kebutuhan pembiayaan (*debt financing*). Islam mempunyai hukum sendiri untuk memenuhi kebutuhan tersebut, yaitu melalui akad-akad bagi-hasil (*profit and loss sharing*), sebagai metode pemenuhan kebutuhan permodalan (*equity financing*), dan akad-akad jual-beli (*al bai'*) untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan (*debt financing*).

Dalam upayanya menghimpun dana, produk dengan prinsip bagi hasil *mudarabah* lebih diminati dengan pertimbangan tidak terlalu beresiko, mengingat kapasitasnya sebagai *mudharib*, serta relatif lebih mudah dalam penerapannya. Sedangkan dalam upaya menyalurkannya kembali dalam bentuk pemberian fasilitas pembiayaan pada nasabah, produk *murabahah*

lebih dikedepankan dengan alasan produk tersebut mampu memberikan jaminan perolehan keuntungan yang memadai berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak pada saat perjanjian dilakukan.

Adapun produk yang ditawarkan oleh suatu lembaga keuangan syariah pada umumnya adalah produk pembiayaan (*financing*) dan produk simpanan (*funding*). Produk pembiayaan meliputi pembiayaan *Bai' Bisaman Ajil*(BBA), *Mudarabah*(BDA), *Murabahah* (MBA), *Musyarakah* (MSA) dan *Oardul Hasan*. Sedangkan produk simpanan meliputi simpanan *Wadiah* dan *Mudarabah*

Sementara Minat adalah suatu kecenderungan seseorang dalam bertingkah laku yang dapat diarahkan untuk memperhatikan suatu objek atau melakukan suatu aktivitas tertentu yang didorong oleh perasaan senang karena dianggap bermanfaat bagi dirinya. Minat erat hubungannya dengan emosi karena faktor ini selalu menyertai seseorang dalam berhubungan dengan obyek minatnya. Kesuksesan seseorang pada suatu aktivitas tersebut menimbulkan perasaan suka atau puas, sedangkan kegagalan akan menimbulkan perasaan tidak senang dan mengurangi minat seseorang terhadap kegiatan yang bersangkutan. Karena kepribadian manusia itu bersifat kompleks.²

Pada dasarnya nasabah akan memilih suatu produk apabila keinginannya dapat dipenuhi oleh produk tersebut. Kesadaran terhadap pentingnya perbaikan produk dan memberikan informasi yang jelas serta dapat memenuhi keinginan konsumen atau nasabah merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk- produk lembaga keuangan syariah khususnya *Baitul Mal wat Tamwil*

(BMT). Dalam konteks keuangan mikro, berdirinya lembaga *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) merupakan salah satu perwujudan dari sistem keuangan syariah. Lembaga ini dikategorikan sebagai lembaga keuangan mikro, karena umumnya melayani masyarakat kecil yang tidak mampu berhubungan dengan lembaga perbankan.

Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga keuangan Bank maupun on-Bank yang bersifat formal dan beroperasi di pedesaan, umumnya tidak dapat menjangkau lapisan masyarakat dari golongan ekonomi menengah kebawah. Ketidak mampuan tersebut terutama dalam sisi penanggungan resiko dan biaya operasi, juga dalam identifikasi usaha dan pemantauan penggunaan kredit yang layak usaha. Ketidak mampuan lembaga keuangan ini menjadi penyebab terjadinya kekosongan pada segmen pasar keuangan di wilayah pedesaan. Akibatnya 70% s/d 90% kekosongan ini diisi oleh lembaga keuangan non-formal, termasuk yang ikut beroperasi adalah para rentenir dengan menggunakan suku bunga yang tinggi.¹

Keberadaan Koperasi Syariah diharapkan tidak saja hanya memberikan jasa keuangan bagi masyarakat kecil melainkan juga turut andil dalam upaya pemberdayaan masyarakat dan pengentasan kemiskinan. Untuk dapat merealisasikan hal tersebut, setidaknya lembaga yang didirikan tersebut harus bersifat mengandung perkembangan dalam dirinya. Hal ini penting agar lembaga itu tidak sekali pakai namun bersifat sebagai lembaga penolong masyarakat kecil yang bersifat tetap, sehingga hal-hal berikut menjadi catatan

¹Muhammad, *Manajemen Baizul Md wat Tamwil* (BMT), cet. ke-I (Yogyakarta: STIS, 1998), hlm. 170.

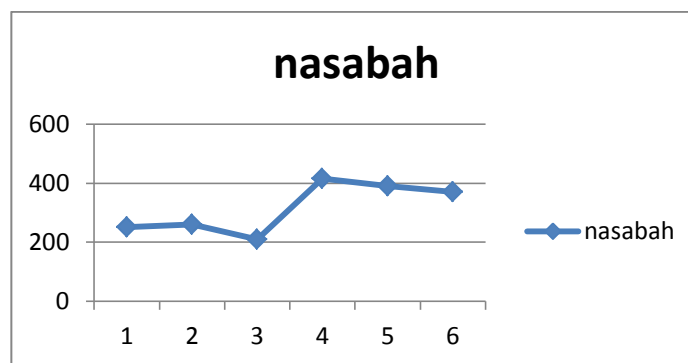
penting bagi pihak lembaga LKS: a. merealisasikan keuntungan, keuntungan diperlukan untuk menolong masyarakat kecil lainnya yang membutuhkan modal usaha, b. keuntungan diperlukan untuk memperbesar gerak dan ruang lingkup lembaga, serta untuk membiayai para karyawan supaya lembaga lebih mandiri dan profesional.²

Termasuk disalah satu Lembaga keuangan berbasis syariah yang ada diwilayah Tulungagung yaitu Lembaga Keuangan Syariah “ASRI” yang terbagi menjadi tiga cabang yaitu LKS ASRI Cabang Kauman, LKS ASRI Cabang Sendang, dan LKS ASRI Cabang Kalidawir.

Pada saat ini promosi menjadi pengaruh yang sangat signifikan di LKS ASRI. Terbukti dengan jumlah nasabah yang dimiliki oleh LKS yang setiap tahunnya mengalami kenaikan (fluktuatif). Terlihat pada grafik dibawah ini:

Gambar 1.1

DATA NASABAH LKS ASRI PLOSOKANDANG



Terlihat pada gambar 1.1 pada nomor 1 yaitu data nasabah LKS ASRI tahun 2010 berjumlah 250, pada nomor 2 tahun 2011 naik menjadi 260,

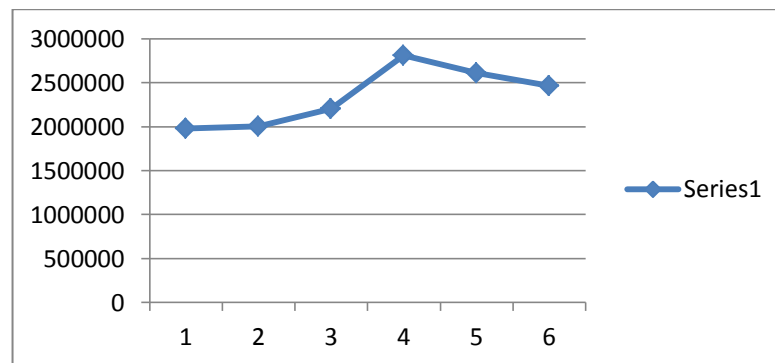
²Sambang Setiaji dan Sami'an, "Pengembangan Kredit Usaha Kecil, Kasus Kredit Becak dan Gaduh Kambing di Rembang dan Masjid ar-Rahman Surakarta" dalam Ade Ma'ruf VS dan Zulfan Heri (ed.), *Muhammadiyah dan Pemberdayaan Rakyat*, cet. I (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 134.

setelah itu turun menjadi 210 pada tahun 2012 (nomor 3), naik kembali pada tahun 2013 (nomor 4) dengan jumlah nasabah 410, dan tahun 2014 (nomor 5) dengan nasabah 390, serta tahun 2015 (nomor 6) jumlah nasabah 370.

Fluktuasi jumlah nasabah tentunya juga dibarengi dengan naik-turunnya jumlah asset yang dimiliki oleh LKS Asri, hal itu juga terbukti dengan grafik 1.2 dibawah ini:

Gambar 1.2

Jumlah ASET LKS ASRI tahun 2010-2015 (dalam milyar)



Pada tahun 2010 (nomor 1) total asset yang dimiliki oleh LKS ASRI sebesar 1.981.850, pada tahun 2011 (nomor 2) naik menjadi 2.002.210, dan kembali naik pada tahun 2012 (nomor 3) dengan total asset 2.106.764, dan mengalami kenaikan yang cukup banyak pada tahun 2013 (nomor 4) dengan total asset 2.813.180, penurunan dialami pada tahun 2014 (nomor 5) dengan total asset 2.614.471, dan tahun 2015 (nomor 6) dengan total asset 2.467.680.

Penulis memilih kantor untuk diteliti adalah kantor pusat LKS ASRI yang berada di wilayah Kedungwaru tepatnya di Jalan Mayor Sujadi Timur No. 45 Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Tulungagung. Menurut manajer dari LKS tersebut menyatakan bahwa koperasi syariah ASRI

menggunakan akad pembiayaan Murabahah, hal tersebut dikarenakan LKS ASRI tidak memakai produk mudharabah dan musyarakah karena pihak lembaga keuangan mengalami kesulitan dalam menganalisis neraca nasabah selain itu pembiayaan mudharabah dan musyarakah ini sangat rentan mengalami resiko yang tinggi dan juga masyarakat yang belum mengenal tentang pembiayaan mudharabah dan musyarakah tersebut. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh Promosi Dan Referensi Terhadap Minat Masyarakat Dalam Mengambil Produk Pembiayaan Pada Lks Asri Plosokandang”**.

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Adanya identifikasi dan pembatasan masalah penelitian dari penelitian ini adalah untuk menghindari tidak terkendalinya bahasan masalah yang berlebihan pada studi ini. Karena adanya keterbatasan waktu, dana, dan tenaga, maka peneliti memberikan batasan-batasan penelitian sebagai berikut.

1. Penelitian ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).
Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Promosi (X_1) dan kelompok Referensi (X_2) sedangkan variabel terikatnya (Y) adalah minat nasabah dalam mengambil produk pembiayaan pada LKS ASRI..
2. Adapun yang menjadi subjek dari penelitian ini adalah Lembaga Keuangan Syariah ASRI yang bertempat di Plosokandang.

C. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan penjelasan latar belakang dari pemilihan judul yang diangkat. Maka perlu adanya perumusan pokok bahasan mengenai judul yang

diangkat tersebut, untuk menjawab mengenai permasalahan yang muncul.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam mengambil produk pembiayaan pada LKS ASRI ?
2. Apakah ada pengaruh kelompok referensi terhadap minat nasabah dalam mengambil produk pembiayaan pada LKS ASRI ?
3. Apakah ada pengaruh antara promosi dan kelompok referensi terhadap minat nasabah dalam mengambil produk pembiayaan pada LKS ASRI?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam mengambil produk pembiayaan pada LKS ASRI.
2. Untuk menguji pengaruh kelompok referensi terhadap minat nasabah dalam mengambil produk pembiayaan pada LKS ASRI.
3. Untuk menguji pengaruh antara promosi dan kelompok referensi terhadap minat nasabah dalam mengambil produk pembiayaan pada LKS ASRI.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini ditujukan kepada:

1. Manfaat Teoritis

Dalam bidang akademis, penelitian ini diharapkan dapat menyajikan informasi sebagai acuan dan untuk menambah wawasan pemikiran dalam hal pengembangan ilmu perbankan.

2. Manfaat Praktis

a. Manajemen/LKS

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan manajemen sebagai bahan acuan dalam pengembangan usaha, yaitu dengan memperhatikan faktor-faktor yang berkaitan dengan nasabah dalam pengambilan pembiayaan.

b. Investor/masyarakat

Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan masyarakat dalam pengambilan produk pembiayaan.

c. Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi dasar, pembanding ataupun bahan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya. Terutama penelitian yang berkaitan dengan nasabah dalam sebuah Lembaga Keuangan Syariah.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis bisa diartikan sebagai proposisi atau hubungan antara dua atau lebih konsep atau variabel (generalisasi konsep) yang harus diuji kebenarannya melalui penelitian empiris.³ Hipotesis juga dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.⁴ Maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

³Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hlm. 46.

⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), hlm. 64.

Hipotesis 1 (Parsial)

Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam mengambil produk pembiayaan pada LKS ASRI.

Hipotesis 2 (Parsial)

Kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam mengambil produk pembiayaan pada LKS ASRI.

Hipotesis 3 (Simultan)

Promosi dan Kelompok referensi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam mengambil produk pembiayaan pada LKS ASRI.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman, memudahkan menelaah, dan memahami pokok-pokok permasalahan dalam uraian selanjutnya, maka terlebih dahulu penulis kemukakan pengertian yang ada dalam judul skripsi di atas. Adapun istilah-istilah yang akan penulis kemukakan dalam judul adalah sebagai berikut.

1. Secara Konseptual

- a. Promosi adalah istilah yang dipakai untuk mengacu pada pilihan alat promosional yang digunakan dalam rangka memasarkan sebuah produk jasa. Kata promosional digunakan dalam pengertiannya yang paling luas, untuk mencakup segenap elemen dari proses komunikasi pemasaran,

promosi terdiri atas empat elemen utama: periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat.⁵

- b. Kelompok Referensi (X_2) diartikan sebagai orang-orang yang kepada mereka seorang individu memandang pada saat membentuk sikap tentang suatu topik. Pada umumnya, orang memiliki beberapa kelompok referensi untuk topik yang berbeda-beda. Sebagian mereka temui secara bertatap muka. Sebagian lain hanya ingin mereka tiru. Dalam salah satu kasus, mereka mungkin mengambil nilai-nilai dari kelompok-kelompok referensi ini dan membuat keputusan membeli berdasarkan apa yang mungkin dapat diterima oleh kelompok tersebut.⁶
- c. Minat Nasabah/ Konsumen (Y) adalah minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.⁷

2. Secara Operasional

Minat nasabah atau konsumen merupakan salah satu faktor penting yang paling dominan dalam hal yang berkaitan dengan keinginan calon nasabah untuk memilih lembaga keuangan mana yang akan dipilih. Dalam penentuan lembaga keuangan yang akan dipilih, nasabah akan

⁵Henri Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 756.

⁶Bagja Waluya, *SOSIOLOGI: menyelami fenomena sosial di masyarakat*, (Bandung: PT Setia Purna Ines, 2007), hlm. 79.

⁷Yudiik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 63.

mempertimbangkan beberapa aspek yang kaitannya dengan informasi mengenai lembaga yang dituju.

Kemudian faktor penting lain dalam strategi pemasaran adalah dengan promosi. Promosi merupakan kegiatan mengenalkan produk kepada konsumen sehingga dengan hadirnya promosi maka akan menimbulkan rasa ingin tahu terhadap produk tersebut yang berujung pada minat konsumen untuk menggunakan jasa produk tersebut. Efektivitas Promosi dapat diukur melalui 4 (empat) cara yaitu dengan periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat.

Informasi dari pihak luar dapat bersumber dari kelompok acuan yang berada disekitar calon nasabah atau yang dijadikan referensi bagi pihak calon nasabah. Dalam hal ini kelompok acuan dapat berupa keluarga, teman kelompok, kelompok kerja, dan kelompok-kelompok yang dijadikan panutan oleh pihak nasabah. Informasi yang diberikan akan lebih mengenai calon nasabah karena merekomendasikan untuk mengajukan permohonan pada lembaga keuangan tertentu.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini, disajikan dalam enam bab. Sebagai perincian dari bab-bab tersebut maka sistematika pembahasan skripsi yaitu sebagai berikut:

Bab Pertama, berisi tentang pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, hipotesis penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.

Bab Kedua, pada bab ini akan dibahas tentang landasan teori yang membahas promosi, kelompok referensi, minat nasabah, pembiayaan, lembaga keuangan syariah. Serta terdapat kajian penelitian terdahulu dan kerangka konseptual penelitian.

Bab Ketiga, dalam bab ini akan dibahas metodologi penelitian yang memuat; pendekatan dan jenis penelitian, variabel penelitian, populasi, dan sampel penelitian, kisi-kisi instrumen, instrumen penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknis analisis data.

Bab Keempat, dalam bab ini membahas hasil-hasil deskripsi data serta pengujian hipotesis penelitian.

Bab Kelima, berisi tentang pembahasan rumusan masalah 1, pembahasan rumusan masalah 2, pembahasan rumusan masalah 3.

Bab Keenam, yang terdiri dari kesimpulan, dan saran penelitian. Kesimpulan merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah, serta melalui analisis pada bab sebelumnya. Sedangkan sub bab berisi rekomendasi dari penelitian mengenai permasalahan yang telah diteliti sesuai hasil kesimpulan yang diperoleh. Dan dilanjutkan dengan bagian akhir dari skripsi yaitu daftar rujukan, lampiran-lampiran, dan juga daftar riwayat hidup.