

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan pada saat ini memiliki peranan yang sangat penting karena dalam hal ini lembaga keuangan sangat berpengaruh besar terhadap perkembangan perekonomian pada suatu negara, dengan adanya lembaga keuangan ini akan memudahkan masyarakat untuk melakukan penyimpanan dana ataupun peminjaman dana. Hampir semua kegiatan ekonomi tidak ada yang terhindar dari peran lembaga keuangan. Maka dari itu persaingan antar lembaga keuangan saat ini semakin ketat, sehingga lembaga keuangan berlomba-lomba untuk memberikan pembiayaan kepada para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah.

Lembaga keuangan yang memberikan pembiayaan pada pelaku usaha mikro salah satunya koperasi syariah. Koperasi syariah secara teknis adalah koperasi yang prinsip kegiatan, tujuan, dan kegiatan usahanya berdasarkan pada sumber syariah islam, yaitu Al-Qur'an dan Hadis. Tujuan koperasi syariah adalah menyejahterakan ekonomi anggotanya sesuai dengan norma dan moral islam dan menciptakan persaudaraan dan keadilan sesama anggota.<sup>1</sup> KSPPS adalah Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah. KSPPS memiliki kegiatan usaha menghimpun dana dari anggota dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan syariah. Sebagai suatu lembaga

---

<sup>1</sup> Idri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 261

yang mengelola usaha, maka KSPPS juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan zakatnya, apabila harta yang diputar sudah mencapai nishab dan berputar selama satu tahun.<sup>2</sup>

Menurut Saladin, promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahu, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Selain itu menurut Zimmerer mengatakan bahwa promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa.<sup>3</sup>

Pada KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung ini juga memiliki cara-cara tersendiri dalam menarik minat dari nasabahnya, karena dalam hal ini promosi berpengaruh besar terhadap perkembangan suatu perusahaan. Dalam kegiatan ini setiap lembaga keuangan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya secara langsung ataupun tidak langsung. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.<sup>4</sup>

Menurut Djaslim Saladin pengertian produk secara umum, produk dapat diartikan secara ringkas sebagai setiap hal yang mampu memenuhi dan juga memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia, baik yang memiliki

---

<sup>2</sup> Ardito Bhinadi, *Muamalah Sayar'iyah Hidup Barokah*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 153

<sup>3</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Comunication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 49-50

<sup>4</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2018), hal. 155

wujud (*tangible*) maupun yang tidak berwujud (*intangible*).<sup>5</sup> Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian. Agar produk yang dibuat dapat diterima pasar, maka penciptaan produk haruslah memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya.<sup>6</sup>

Agar produk tersebut laku dijual ke masyarakat atau nasabah, maka kehadiran produk tersebut dapat memberikan manfaat, harga, di mana bisa diperoleh dan kelebihan-kelebihannya dibandingkan produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi. Artinya, keputusan terakhir bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin ke nasabah.<sup>7</sup>

Pada KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung ini memiliki dua produk pembiayaan yaitu murabahah dan musyarakah, sedangkan pada KSPPS BMT PETA Tulungagung ini memiliki beberapa pembiayaan yaitu Murabahah, Rahn, Ijarah, dan Qardh. Sehingga masyarakat dapat memilih suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah sendiri. Dalam pembuatan suatu produk, lembaga seharusnya membuat produk tersebut semenarik mungkin untuk dapat diterima dan digunakan oleh masyarakat.

---

<sup>5</sup> Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*, (Tanpa Kota: Qiara Media, 2019), hal. 3-4

<sup>6</sup> Budi Gautama Siregar, "Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan," *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, Vol.04 No. 1 Juni 2018, hal. 8

<sup>7</sup> Ibid., hal. 155

Selain promosi dan produk, dalam menarik minat masyarakat, kualitas pelayanan juga dapat memengaruhi. Menurut Zeithaml dalam Laksana, “Kualitas Pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.” Selain itu menurut Payne, “Kualitas Pelayanan berkaitan dengan kemampuan suatu organisasi untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan”.<sup>8</sup> Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu organisasi dalam memberikan suatu harapan dan pemenuhan keinginan kepada nasabah.

Pada KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung ini, tentunya memiliki suatu strategi untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah dalam lembaganya. Apalagi dengan berkembangnya lembaga keuangan syariah pada saat ini yang semakin ketat, maka perlu adanya strategi dalam menarik minat masyarakat. Seperti halnya memberikan kualitas pelayanan yang baik pada nasabah, sebab dengan pelayanan yang diberikan tersebut dapat berpengaruh besar terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah, misalnya saja apabila pelayanan yang diberikan tidak baik maka otomatis banyak nasabah yang meninggalkan lembaga keuangan tersebut, namun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan tersebut baik maka akan banyak masyarakat yang mau menggunakan lembaga keuangan tersebut. Maka dari itu pelayanan sangat penting untuk menarik

---

<sup>8</sup> Mu'ah dan Masram, *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2014), hal. 69

minat masyarakat untuk menjadi nasabah, sebab dalam hal ini nasabah sangat penting bagi berjalannya suatu lembaga keuangan.

Akibat dari adanya persaingan antar lembaga keuangan yang semakin ketat ini, produk pembiayaan murabahah dari kedua lembaga tersebut mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup signifikan. Hal inilah yang perlu ditingkatkan lagi oleh lembaga melalui strategi-strategi yang dimilikinya untuk meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah pada lembaga tersebut. Jadi, dengan demikian pentingnya promosi, produk dan kualitas pelayanan yang dilakukan koperasi akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah.

Dari penjelasan diatas, kedua lembaga tersebut memiliki berbagai macam pembiayaan, peneliti memilih pada pembiayaan murabahah, sebab pembiayaan murabahah tersebut merupakan pembiayaan yang ada diantara kedua koperasi tersebut selain itu jumlah pembiayaan murabahah lebih banyak dibandingkan dengan jumlah pembiayaan lainnya. Pembiayaan pada KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung yaitu meliputi musyarakah dan murabahah, sedangkan pada KSPPS BMT PETA Tulungagung ini memiliki empat pembiayaan yaitu murabahah, rahn, ijarah, dan qardh.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan peneliti serta ditunjang dengan adanya beberapa teori yang telah dipaparkan pada latar belakang diatas, maka untuk itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh Promosi, Produk, dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Minat Masyarakat pada Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus pada Koperasi Simpan**

**Pinjam Pembiayaan Syariah Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT PETA Tulungagung)”.**

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Promosi, dalam hal ini peneliti akan melihat seberapa besar pengaruh promosi dari dalam koperasi tersebut terhadap minat masyarakat pada pembiayaan murabahah, serta bagaimanakah dampak dari promosi yang kurang tepat dan maksimal.
2. Produk, dalam hal ini peneliti akan melihat seberapa besar produk koperasi dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan murabahah.
3. Kualitas pelayanan, dalam hal ini peneliti akan melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dari dalam koperasi tersebut terhadap minat masyarakat pada pembiayaan murabahah, serta bagaimana cara pihak koperasi ini dalam menarik minat masyarakat dan mempertahankan nasabahnya.
4. Minat masyarakat, dalam penelitian ini akan melihat seberapa besarkah pengaruh dari promosi yang dilakukan koperasi untuk meningkatkan minat masyarakat, pengaruh produk dan pengaruh baik tidaknya kualitas pelayanan yang diberikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk pembiayaan murabahah.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah di KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung?
2. Apakah produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah di KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah di KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung?
4. Apakah promosi, produk, dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah di KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah teridentifikasi di atas, maka tujuan dari melakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah di KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung?

2. Untuk menguji apakah produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah di KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung?
3. Untuk menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah di KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung?
4. Untuk menguji apakah promosi, produk, dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah di KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung?

#### **E. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Kegunaan Teoretis:

Hasil dari penelitian tersebut secara teoretis diharapkan bisa memberikan suatu tambahan wawasan yaitu tentang pengaruh promosi, produk, dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah di KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung, serta bisa dijadikan referensi pada suatu penelitian sejenis.



## 2. Kegunaan Praktis

### a. Kegunaan Bagi Pihak KSPPS

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi bagi pengelola KSPPS tentang pengaruh promosi, produk, dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah di KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung.

### b. Kegunaan Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi serta literatur tambahan untuk perpustakaan kampus serta sebagai bahan bagi peneliti lain di kemudian hari. Dengan penelitian ini diharap dapat memberikan pengetahuan akan kesamaan-kesamaan teori yang di dapat di kampus dengan penerapan di masyarakat.

### c. Kegunaan Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi yang bermanfaat mengenai pengaruh promosi, produk, dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah. Selain itu peneliti diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Adanya ruang lingkup dan keterbatasan penelitian ini digunakan supaya pembahasannya lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan serta judulnya atau pokok pembahasan. Adapun ruang lingkup dari penelitian ini mengenai pengaruh promosi, produk, dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah di KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung.

Peneliti memberikan batasan penelitian pada objek penelitian. Objek penelitian yang digunakan adalah KSPPS Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan KSPPS BMT PETA Tulungagung. Dalam penelitian ini, akan membatasi ruang lingkup permasalahan promosi, produk, dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah.

## **G. Penegasan Istilah**

Penegasan istilah dimaksudkan untuk memberikan suatu kejelasan terhadap judul penelitian agar tidak memunculkan kerancuan ataupun kesalahpahaman terhadap penelitian. Penegasan istilah terdiri dari penegasan konseptual dan penegasan operasional.

## 1. Penegasan Konseptual

### a. Promosi

Menurut Saladin, “promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.”<sup>9</sup>

### b. Produk

“Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi, sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.”<sup>10</sup>

### c. Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml dalam Laksana, “kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.”<sup>11</sup>

### d. Minat

Menurut Slameto “minat adalah suatu proses yang tetap untuk memperhatikan dan memfokuskan diri pada sesuatu yang diminatinya dengan perasaan senang dan puas.”<sup>12</sup>

### e. Pembiayaan Murabahah

Bai Murabahah (bai’ul murobahah), jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam bai’ murabahah, penjual harus memberitahu harga produk yang ia beli dan

---

<sup>9</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi ...*, hal. 49-50

<sup>10</sup> Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk ...*, hal. 2

<sup>11</sup> Mu’ah dan Masram, *Loyalitas Pelanggan ...*, hal. 69

<sup>12</sup> Pupu Saeful Rahmat, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta Timur: PT Bumi Aksara, 2018), hal. 162

menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Murabahah adalah mengambil keuntungan yang disepakati.<sup>13</sup>

## 2. Penegasan Operasional

Definisi operasional adalah batasan pengertian yang dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan, misalnya penelitian.<sup>14</sup> Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah promosi, produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan variabel terikat (Y) adalah minat masyarakat pada produk pembiayaan murabahah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Karya Mandiri Sentosa Kauman Tulungagung dan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT PETA Tulungagung.

## H. Sistematika Skripsi

Sistematika dalam penulisan skripsi dipaparkan ke dalam enam bab, pada setiap babnya terdapat beberapa sub bab sebagai rincian dari bab-bab tersebut. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagian isi terdiri dari enam(6) bab, yaitu:

**BAB I**     Pendahuluan, yang merupakan gambaran umum isi penelitian yang terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah,

---

<sup>13</sup> Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2011), hal. 169

<sup>14</sup> Widjono Hs, *Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2007), hal. 120

tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan masalah, penegasan istilah, sistematika skripsi.

**BAB II** Landasan Teori, yang berisi teori yang berhubungan dengan promosi, produk, kualitas pelayanan, minat masyarakat, pembiayaan murabahah, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, hipotesis penelitian.

**BAB III** Metode Penelitian, yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian.

**BAB IV** Hasil Penelitian, yang terdiri dari hasil penelitian serta temuan penelitian.

**BAB V** Pembahasan dan hasil penelitian, berisi mengenai pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.

**BAB VI** Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran

Bagian Akhir Terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.