

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, merupakan pasar potensial bagi pengembangan bank syariah. Keberadaan umat Islam dengan berbagai macam atribut keislamannya yang penuh dengan nilai-nilai syariah membutuhkan sebuah wadah dalam aplikasi muamalahnya yang berdasarkan pada konsep syariah dan wadah tersebut berupa lembaga keuangan syariah.

Hal tersebut dapat diketahui dari perkembangan Koperasi Syariah di Indonesia tidak terlepas dari kondisi sosial masyarakat Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016, jumlah penduduk Indonesia yang berada dalam kategori miskin adalah sebanyak 28,01 juta jiwa (11,13%). Sehingga, dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin dan mewujudkan keadilan sosial yang sesuai dengan konsep islam, Koperasi Syariah kemudian didirikan. Nilai-nilai koperasi seperti keadilan, kebersamaan, kekeluargaan, dan kesejahteraan bersama dinilai tepat untuk memberdayakan rakyat kecil. Koperasi merupakan organisasi yang unik, satu sisi menjalankan teori dan motif ekonomi, di sisi lain koperasi juga berwatak sosial, sehingga dalam menjalankan usahanya kedua sisi ini harus dijalankan secara simultan dan

secara bersamaan. Konsep dua sisi tersebut secara tegas dinyatakan dalam penjelasan UU No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian.<sup>1</sup>

Dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia telah menjadi negara dengan Islamic Micro Finance terbesar di dunia dengan 22 ribu gerai koperasi syariah dan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). Jumlah ini cukup signifikan mengingat secara hukum koperasi syariah baru didirikan pada tahun 2004. Hingga april 2012, jumlah Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah (KJKS/UJKS) secara keseluruhan terdapat 2.362 buah dengan tingkat nasional sebanyak 85 buah, tingkat propinsi sebanyak 189 buah dan tingkat Kabupaten/Kota sebanyak 2.088 buah. Selain KJKS/UJKS, terdapat pula BMT dengan jumlah mencapai 3900 buah di tahun 2010.<sup>2</sup>

Jumlah anggota KJKS/UJKS mencapai 232.558 orang pada April 2012. Sementara jumlah pinjaman yang disalurkan sebesar Rp. 1,64 triliun. Sedangkan jumlah simpanan yang diterima sebanyak Rp. 1,45 triliun. Aset KJKS dan UJKS mencapai Rp. 2,42 triliun. Sedangkan nasabah yang dilayani sekitar 3,5 juta orang, dan jumlah pekerja yang mengelola sekitar 20.000 orang. Data tersebut membuktikan bahwa koperasi syariah punya potensi yang sangat besar dalam mensejahterakan rakyat indonesia.

---

<sup>1</sup> Muladi Wibowo, *Jurnal Dinamika Manajemen: Perilaku konsumen dan pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah pada KOPWAN syariah.*

<sup>2</sup>Perkembangan Koperasi Syariah & Potensinya 08 Januari 2014, (<http://bmtamber.co.id/perkembangan-potensi-syariah-potensinya/&ei=hJEAtYAq&lc=id-ID&s=1&m=563&host>) diakses 02 Maret 2017

Porsi industri keuangan syariah, termasuk Koperasi Syariah, di Indonesia masih berkisar di angka 4% dari keseluruhan kegiatan perekonomian di Indonesia. Dengan jumlah penduduk muslim yang sangat besar dan konsep Koperasi yang bersifat kerakyatan, Koperasi Syariah diyakini masih akan berkembang pesat. Bentuk usaha Koperasi memiliki keunggulan yaitu merupakan gerakan ekonomi kerakyatan dan mendapat dukungan besar dari pemerintah karena memiliki potensi sangat besar untuk mengembangkan usaha ekonomi rakyat dan mengentaskan kemiskinan. Namun, realitas memperlihatkan perkembangan Koperasi hingga kini masih memprihatinkan. Dari 140 ribu Koperasi yang ada di Indonesia, termasuk Koperasi Syariah, hanya sekitar 28,5% yang aktif dan lebih sedikit lagi Koperasi yang memiliki manajemen kelembagaan yang baik, partisipasi anggota yang optimal, usaha yang fokus, dan skala usaha yang besar.<sup>3</sup>

Berdasarkan jumlah Koperasi Syariah di tingkat Kabupaten/Kota di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 150.233 unit usaha.<sup>4</sup> Koperasi Syariah tersebut tersebar di beberapa wilayah di Indonesia, dan di daerah Jawa Timur, khususnya di Kabupaten/Kota Blitar. Di kota Blitar sendiri berdasarkan data yang ada di Dinas Koperasi dan UKM kota Blitar diketahui data sebagai berikut.

---

<sup>3</sup>Perkembangan Koperasi Syariah & Potensinya 08 Januari 2014, (<http://bmtamber.co.id/perkembangan-potensi-syariah-potensinya/&ei=hJEAtYAq&lc=id-ID&s=1&m=563&host>) diakses 02 Maret 2017

<sup>4</sup> Berita Kementerian, Kinerja Koperasi Syariah Di Indonesia Sangat Baik 29 Oktober 2016, (<http://www.depkop.go.id/content/read/kinerja-koperasi-syariah-di-indonesia-sangat-baik/&ei=No771RJb%lc=id-ID&S=1&m=563&host>) diakses 02 Maret 2017

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Koperasi di Blitar**

<b>Keterangan</b>	<b>Tahun</b>		
	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
	252 Unit	288 Unit	315 Unit

Sumber: dinkop-ukm.blitarkota.go.id

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah Koperasi di Blitar tahun 2014 hingga 2016 setiap tahunnya mengalami peningkatan. Di kota Blitar sendiri berdasarkan data yang ada di Dinas Koperasi dan UKM kota Blitar diketahui pada tahun 2016 sebanyak 315 koperasi, yang tersebar di wilayah Kota Blitar. Salah satu dari mitra kerja Dinas Koperasi dan UKM adalah Koperasi Syariah Podojoyo Blitar.

Koperasi Syariah Podojoyo merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki produk simpanan dan pembiayaan, dimana produk simpanan meliputi: simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan pokok khusus (saham), simpanan wadi'ah, simpanan sukarela dengan pola mudharabah dan simpanan investasi khusus. Sebagaimana data dari kopsyah Podojoyo periode 2013-2015.

Tabel 1.2

## Perkembangan Data Simpanan Koperasi Syariah Podojoyo

Jenis Simpanan	Tahun		
	2013	2014	2015
Simpanan Pokok	Rp. 1,147,500	Rp. 1,165,000	Rp. 1,192,500
Simpanan Wajib	Rp. 745,000	Rp.762,500	Rp. 790,000
Simpanan Saham	Rp. 93,250,000	Rp. 104,700,000	Rp.104,700,000
Simpanan Wadi'ah	Rp. 151,192,562	Rp. 323,766,240	Rp. 259,134,309
Simpanan Sukarela	Rp. 384,363,000	Rp. 330,363,000	Rp. 402,363,000
Simpanan Investasi Khusus	Rp. 3,096,950	Rp. 3, 465,320	Rp. 2,234,900
<u>Jumlah</u>	<u>Rp. 633,795,012</u>	<u>Rp. 764,222,060</u>	<u>Rp. 770,414,709</u>

Sumber: Data RAT Tahun 2013-2015 Kopsyah Podojoyo Blitar

Seperti yang terlihat pada tabel diatas, perkembangan simpanan di Koperasi Syariah Podojoyo mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. Meningkatnya jumlah simpanan dari tahun ke tahun menunjukkan kepercayaan anggota terhadap Koperasi Syariah Podojoyo dan menunjukkan bahwa anggota sangat antusias menyimpan uangnya di Koperasi Syariah Podojoyo. Sedangkan dalam produk pembiayaan sendiri meliputi: pembiayaan *Musyarakah*, pembiayaan *Mudharabah*, pembiayaan *Bai'Bitsaman Ajil*, dan pembiayaan *Qordhul Hasan*.

Tabel 1.3

## Perkembangan Data Pembiayaan Koperasi Syariah Podojoyo

Jenis Pembiayaan	Tahun		
	2013	2014	2015
pembiayaan <i>Musyarakah</i>	Rp. 345.769.775	Rp. 324.221.938	Rp. 344.444.747
pembiayaan <i>Bai'Bitsaman Ajil</i>	Rp. 367.503.345	Rp. 365.798.448	Rp. 351.844.634
Jumlah	<u>Rp. 713.273.120</u>	<u>Rp. 690.020.386</u>	<u>Rp. 696.289.381</u>

Sumber: Data RAT Tahun 2013-2015 Kopsyah Podojoyo Blitar

Dari data diatas dapat diketahui bahwa dari tahun 2013-2015 sektor pembiayaan Koperasi Syariah Podojoyo mengalami peningkatan dan bersifat fluktuatif diawal. Data menunjukkan bahwa dari tahun 2013 sektor pembiayaan naik dari tahun ketahunnya hingga mencapai angka 713.273.120, kemudian ditahun 2014-2015 mengalami penurunan dengan angka akhir sebesar 696.289.381. Kemudian data tersebut menunjukkan bahwa dari tahun 2013 sampai 2015 sektor pembiayaan yang dilakukan Koperasi Syariah Podojoyo mengalami kenaikan disetiap tahunnya kecuali pada tahun 2013 ke 2014 dimana sektor ini mengalami penurunan. Hal ini membuktikan bahwa data atau kegiatan yang dilakukan fluktuatif dan pangsa pasar Koperasi Syariah Podojoyo baik.

Sebagai lembaga yang baru berdiri pertumbuhan anggota dari tahun ketahun merupakan pencapai yang cukup baik yaitu mencapai

mencapai 805 anggota per Desember 2016.<sup>5</sup> Sebagian besar nasabah kopsyah Podojoyo ini merupakan pedagang dan ibu rumah tangga. Adapun untuk mengetahui apakah terdapat indikasi kepuasan nasabah Kopsyah Podojoyo Blitar, berikut ini tersaji tabel jumlah nasabah dari tahun 2013-2015.

**Tabel 1.4**

**Perkembangan Jumlah Anggota Koperasi Syariah Podojoyo**

NO	ANGGOTA	TAHUN		
		2013	2014	2015
1	Anggota pendiri	27 Orang	27 Orang	27 Orang
2	Anggota tetap	-	373 Orang	458 Orang
3	Calon anggota	145 Orang	-	-
4	Anggota kehormatan	1 Orang	1 Orang	1 Orang
<b>Total</b>		<b>173 Orang</b>	<b>401 Orang</b>	<b>486 Orang</b>

*Sumber: Data RAT Tahun 2013-2015 Kopsyah Podojoyo Blitar*

**Tabel 1.5**

**Jumlah Modal Koperasi Syariah Podojoyo**

Uraian	2013	2014	2015
Simpanan Pokok	Rp. 93,250,000	Rp. 104,700,000	Rp.104,700,000
Khusus			
Simpanan Pokok	Rp. 1,147,500	Rp. 1,165,000	Rp. 1,192,500
Simpanan Wajib	Rp. 745,000	Rp.762,5000	Rp. 790,000

<sup>5</sup> Data yang diambil dari sumber wawancara dengan Bapak Ali Mashudi, S. HI. (Manager Koperasi Syariah Podojoyo), RAT belum bisa diterbitkan karena beberapa alasan.

Dana Hibah	Rp. -	Rp. -	Rp. 25,000,000
Cadangan Umum	Rp. 1,770,995	Rp. 3,467,568	Rp. 3,467,568
Cadangan Khusus	Rp. 544,163	Rp. 544,163	Rp. 544,163
SHU Tahun Lalu	Rp. -	Rp. -	Rp. -
SHU Tahun Berjalan	Rp. 16,965,729	Rp. 8,354,115	Rp. 21,547,878
<b>Total Modal</b>	<b>Rp. 114,423,387</b>	<b>Rp. 118,993,346</b>	<b>Rp. 157,242,109</b>

*Sumber: Data RAT Tahun 2013-2015 Kopsyah Podojoyo Blitar*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah anggota dan permodalan dari tahun ketahun mengalami peningkatan sehingga timbul persepsi dan motivasi nasabah dalam memutuskan untuk memilih Kopsyah Podojoyo sebagai pilihan bagi nasabahnya untuk menyimpan dana ataupun melakukan pembiayaan. Dilihat dari anggota masyarakat yang bergabung dalam produk pembiayaan maupun simpanan di Kopsyah Podojoyo, maka sudah terbukti adanya persepsi dan motivasi yang positif dari setiap masyarakat untuk memilih bergabung menjadi anggota di Kopsyah Podojoyo Blitar. Dalam kehidupan sehari-hari perilaku konsumen berbeda-beda, dalam Islam perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Islam telah mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yaitu tidak menyimpang dari ajaran Islam.

Sedangkan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan marketing untuk memberikan kepuasan dan meningkatkan anggotanya adalah melalui sistem jemput bola (*door to door*) atau melalui pemasaran langsung.

Strategi jemput bola merupakan strategi dimana kita sebagai penyedia jasa/penjual produk melakukan secara aktif kegiatan pemasaran dengan menghubungi calon pelanggan kita satu demi satu. Sistem jemput bola masih merupakan andalan utama dalam melayani anggota di Koperasi Syariah Podojoyo. Sistem ini dirasakan sangat mempermudah anggota dan anggota cenderung mau mengadopsi terus Koperasi Syariah Podojoyo dengan adanya kemudahan tersebut. Hampir disemua Lembaga Keuangan Syariah mikro memakai sistem strategi pemasaran jemput bola. Sebagai salah satu fasilitas untuk memberikan kemudahan kepada anggota untuk menyimpan dana yang mereka miliki setiap harinya sebagai investasi di masa depan secara rutin. Sistem jemput bola juga merupakan salah satu pelayanan langsung yang diberikan oleh Koperasi Syariah baik pelayanan pendanaan, pembiayaan, maupun *customer service* kepada anggota. Kemudahan dalam mendapatkan pelayanan yang maksimal menumbuhkan sikap kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Koperasi Syariah. Kemudahan untuk menyimpan dan mengambil dana yang dititipkan serta kepercayaan yang tinggi anggota terhadap Koperasi Syariah menjadi nilai tambah bagi pelayanan secara langsung melalui sistem jemput bola.

Strategi Koperasi Syariah harus memperhatikan kondisi dan situasi yang ada sehingga Koperasi Syariah memerlukan faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi anggota. Koperasi Syariah dituntut untuk mengetahui apa yang menjadi selera dan kebutuhan anggota sehingga pemahaman akan perilaku Anggota inilah yang akan

memberikan masukan kepada lembaga dalam mengevaluasi kebijakan strategi pemasaran. Faktor yang mempengaruhi perilaku anggota adalah faktor persepsi, motivasi dan promosi yang merupakan faktor internal anggota. Persepsi adalah suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indra mereka agar memberikan makna pada lingkungan mereka.<sup>6</sup>

Pelayanan yang berkualitas akan mendorong persepsi anggota dalam menentukan tingkat keputusan menjadi anggota. Dalam keadaan yang sama persepsi seseorang terhadap suatu pelayanan berbeda-beda, hal ini disebabkan oleh adanya proses seleksi terhadap berbagai stimulus yang ada. Persepsi yang dibentuk oleh anggota mendorong anggota untuk mempengaruhi perilaku actualnya. Persepsi juga membuat anggota mengetahui mengenai apa yang menjadi kelebihan, kelemahan, kesempatan ataupun ancaman bagi lembaga tersebut.

Selain persepsi yang diperhatikan oleh Koperasi Syariah, produk yang ditawarkan juga dapat menjadi salah satu pembentukan motivasi dalam melakukan pengambilan keputusan sehingga muncul keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah. Motivasi merupakan merupakan tenaga penggerak/dorongan bawah sadar dalam diri individu yang mendorong mereka untuk bertindak sesuai dengan yang mereka inginkan yang ditimbulkan dari tekanan dan kebutuhan.<sup>7</sup> Motivasi membawa

---

<sup>6</sup> Veitzal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007), hlm: 231

<sup>7</sup> Leon Schiffman and Lesle Lazar Kanuk, *Perilaku Organisasi Edisi 7*, (Jakarta: Indeks, 2008), hal: 71

anggota dalam hal yang ditunjukkan dalam produk dan atribut produk yang ditawarkan dari kualitas produk, harga produk, dan kegunaan dari produk tersebut, sehingga dari motivasi tersebut membawa anggota untuk mencapai sebuah pertimbangan dalam menentukan tingkat keputusan anggota. Jadi kebutuhan masyarakat tersebut mendorong Koperasi Syariah untuk mengembangkan kinerja perusahaannya untuk mengamati perilaku anggota terhadap produk yang diberikan.<sup>8</sup>

Dari uraian permasalahan diatas, penulis merasa tertarik untuk membahas permasalahan mengenai “**Pengaruh Persepsi, Motivasi dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di Koperasi Syari’ah Podojoyo Blitar**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Penelitian persepsi, motivasi dan promosi ini mengambil tempat di Koperasi Syariah Podojoyo Blitar, penentuan tema dan lokasi penelitian didasarkan pada:

1. Persepsi (X1) : dalam hal ini peneliti akan melihat tentang pandangan anggota terhadap Koperasi Syariah Podojoyo sehingga anggota memilih Koperasi Syariah tersebut.
2. Motivasi (X2) : Dalam hal ini peneliti akan melihat pengaruh motivasi anggota terhadap Koperasi Syariah Podojoyo sehingga anggota memilih Koperasi Syariah tersebut.

---

<sup>8</sup> James J.Spillane. “*Managing Quality Customer Service*” *Pelayanan Yang Berkualitas*.(Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma.2006), hal. 51

3. Promosi (X3) : Dalam hal ini peneliti akan melihat pengaruh promosi produk dan jasa terhadap Koperasi Syariah Podojoyo sehingga anggota memilih Koperasi Syariah tersebut
4. Pengambilan keputusan (Y) : Dalam hal ini peneliti akan melihat seberapa besar pengaruh persepsi, motivasi, dan promosi terhadap pengambilan keputusan menjadi anggota Koperasi Syariah Podojoyo Blitar.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka penulis mengambil suatu rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Persepsi berpengaruh terhadap Keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Blitar?
2. Apakah Motivasi berpengaruh terhadap Keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Blitar?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Blitar?
4. Apakah Persepsi, Motivasi dan Promosi secara bersama-sama mempengaruhi Keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Blitar?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Persepsi berpengaruh terhadap Keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Blitar.
2. Untuk mengetahui Motivasi berpengaruh terhadap Keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Blitar.
3. Untuk mengetahui Promosi berpengaruh terhadap Keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Blitar.
4. Untuk mengetahui Persepsi, Motivasi dan Promosi memengaruhi Keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Blitar.

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

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau nilai guna, baik manfaat dalam bidang teoritis maupun dalam bidang praktis. Adapun manfaat penelitian yang diharapkan sesuai dengan fenomena yang diangkat adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia perbankan syariah.

2. Secara Praktis

- a. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya teori tentang persepsi dan

motivasi sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi anggota.

b. Bagi Lembaga Keuangan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak koperasi syariah Podojoyo Blitar untuk dapat meningkatkan anggotanya agar berhasil menjadi koperasi syariah yang dibanggakan anggota.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai sarana pijakan untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dengan memperluas penelitian dari sisi yang berbeda.

## **F. Ruang Lingkup Dan Batasan Penelitian**

Dalam penelitian ini akan membatasi ruang lingkup obyek penelitian pada Variabel Persepsi ( $X_1$ ), Motivasi ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ), dan Keputusan menjadi anggota ( $Y$ ). Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada nasabah Koperasi Syariah Podojoyo Blitar.

## **G. Definisi Operasional**

1. Secara Konseptual :

- a. Persepsi adalah anggapan langsung atas sesuatu.<sup>9</sup> Sedangkan menurut Vietzhal Rivai Persepsi adalah suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indra mereka agar memberikan makna pada lingkungan mereka.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Tim penyusun kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 849

<sup>10</sup> Veitzal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007), hlm: 231

- b. Motivasi adalah kecenderungan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar melakukan tindakan dengan tujuan tertentu; usaha-usaha yang menyebabkan seseorang atau kelompok orang tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendaki.<sup>11</sup> Sedangkan menurut Schiffman motivasi merupakan tenaga penggerak/dorongan bawah sadar dalam diri individu yang mendorong mereka untuk bertindak sesuai dengan yang mereka inginkan yang ditimbulkan dari tekanan dan kebutuhan.<sup>12</sup>
- c. Promosi adalah pengenalan produk untuk menaikkan penjualan.<sup>13</sup> Menurut Simamora Promosi merupakan fungsi pemberitahuan, pembujukan dan pengimbasan keputusan pembelian konsumen.<sup>14</sup>
- d. Keputusan adalah perihal yang berkaitan dengan putusan (sesudah dipertimbangkan, dipikirkan, dsb).<sup>15</sup> Keputusan yang dimaksud dalam penelitian adalah keputusan anggota untuk ikut bekerjasama atau bergabung dalam koperasi syariah.
- e. Anggota adalah orang atau badan yang menjadi bagian dalam suatu golongan (perserikatan, organisasi, perusahaan, dewan, panitia, dsb).<sup>16</sup> Anggota atau nasabah merupakan pihak yang menggunakan jasa

---

<sup>11</sup> Tim penyusun kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,...hal. 439

<sup>12</sup> Leon Schiffman and Lesle Lazar Kanuk, *Perilaku Organisasi Edisi 7*, (Jakarta: Indeks, 2008), hal: 71

<sup>13</sup> Tim penyusun kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,...hal. 516

<sup>14</sup> Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hal. 753

<sup>15</sup> Tim penyusun kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,...hal.523

<sup>16</sup> *Ibid.*, hal.42

bank, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan.<sup>17</sup>

- f. Koperasi adalah perserikatan yang bertujuan memenuhi keperluan para anggotanya dengan cara menjual barang keperluan sehari-hari dengan harga murah ( tidak bermaksud mencari untung).<sup>18</sup> Syariah adalah hukum agama.<sup>19</sup> Koperasi Syariah merupakan lembaga keuangan mikro yang mendukung kegiatan ekonomi kecil dan menengah dengan berlandaskan prinsip syariah.<sup>20</sup>

## 2. Secara Operasional

Dari penegasan konseptual tersebut, maka dapat diambil pengertian yang dimaksud dengan pengaruh persepsi, motivasi dan promosi terhadap keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Blitar adalah penganalisisan variabel persepsi dan motivasi dalam pengaruhnya terhadap keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Blitar

## H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini, terlebih dahulu penulis uraikan sistematika penelitian yang terdiri dari:

---

<sup>17</sup> M. Nadrattuzaman Hosen dkk, Kamus Populer keuangan Dan Ekonomi Syariah, (Jakarta: Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah), hal. 60

<sup>18</sup> Tim penyusun kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,...hal. 360

<sup>19</sup> Ibid., hal.592

<sup>20</sup> Muhammad Abdul Karim Mustofa, Kamus Bisnis Syariah, (Yogyakarta:Asnalitera, 2012), hal. 31.

a) Bagian Awal

Bagian awal usulan penelitian ini meliputi: sampul atau *cover* depan, halaman judul dan halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

b) Bagian Inti

Bagian inti dari penelitian ini terdiri dari beberapa bab, yaitu:

**BAB I PENDAHULUAN**

Membahas mengenai (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan batasan penelitian, (g) penegasan istilah dan (h) sistematika skripsi.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini memuat teori – teori yang relevan yang menjadi acuan dalam penelitian. Landasan teori memuat (a) teori tentang Persepsi, (b) teori tentang Motivasi, dan (c) teori tentang Promosi, (d) teori tentang keputusan menjadi anggota, (e) kajian penelitian terdahulu, (f) kerangka konseptual, (g) hipotesis penelitian.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Berisi metode penelitian yang memiliki subbab, antara lain: (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, dan (e) teknik analisis data.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis

#### BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian.

#### BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

#### c) Bagian Akhir

Bagian akhir meliputi daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslians skripsi, daftar riwayat hidup.