

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan era digital yang ditandai dengan hubungan antarbangsa di seluruh dunia telah membuka pola kehidupan manusia dan memicu berbagai perubahan yang berpengaruh pada aspek budaya, teknologi, sosial, politik, lingkungan, serta terutama pada bidang ekonomi. Secara umum, persoalan ekonomi dalam masyarakat muncul akibat ketidakseimbangan antara kebutuhan manusia yang terus bertambah dengan ketersediaan sarana pemenuhannya. Kondisi ini membuat kelompok miskin semakin terbebani oleh tumpukan utang. Ketika mereka tidak mampu melunasi, jumlah utang justru semakin meningkat sehingga memaksa mereka menggadaikan harta benda yang ada. Bahkan, sering kali aset yang dimiliki pun tidak cukup untuk menutup seluruh kewajiban tersebut. Oleh karena itu, Islam secara tegas melarang praktik riba.¹

Melihat kenyataan bahwa praktik riba semakin membebani masyarakat berpenghasilan rendah, Islam kemudian mengembangkan sistem keuangan yang berlandaskan keadilan melalui pendirian lembaga keuangan syariah sebagai alternatif solusi. Salah satu lembaga yang berfungsi memperluas akses keuangan, khususnya dalam bidang pembiayaan, adalah koperasi syariah. Koperasi syariah merupakan badan

¹ Endah Prawesti Ningrum and others, 'Faktor Terkait Kesenjangan Ekonomi Dan Kesejahteraan', *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7.September (2024), 116–26. Hal. 117—118

usaha yang menjalankan kegiatan simpan pinjam serta pembiayaan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Walaupun kerap disamakan dengan Baitul Maal wat Tamwil (BMT), keduanya sebenarnya berbeda. Variasi praktik usaha dan penggunaan berbagai istilah, seperti Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) maupun Unit Usaha Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah, ikut memberikan warna pada perkembangan koperasi syariah.

Sejalan dengan berkembangnya lembaga keuangan berbasis syariah, dapat dilihat dari keberadaan Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah yang berlokasi di Jl. Raya Kampak RT 004/001, Desa Bendoagung, Kecamatan Kampak, Kabupaten Trenggalek. Koperasi ini memberikan berbagai layanan, antara lain jasa keuangan berbasis syariah, fasilitasi pengembangan usaha anggota, layanan simpan pinjam, serta aktivitas jual beli barang.

Sehubungan dengan beroperasinya Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah sebagai lembaga keuangan berbasis syariah, keberadaannya tidak terlepas dari Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) yang menjadi landasan utama dalam pengembangan sistem keuangan syariah berbasis koperasi. Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) merupakan lembaga keuangan yang lahir dari Amal Usaha Ekonomi Muhammadiyah. Sebagai bagian dari keuangan mikro, BTM mengimplementasikan pola Koperasi

Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) yang dijalankan berlandaskan prinsip-prinsip Islam.²

Selaras dengan penguatan sistem keuangan mikro syariah oleh BTM tersebut, peningkatan jumlah Lembaga Keuangan Mikro Syariah kini menghadirkan tantangan baru bagi Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah. Untuk merespons hal tersebut, koperasi menetapkan kebijakan dengan berfokus pada peningkatan mutu pelayanan kepada seluruh anggotanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.³

Menghadapi tantangan tersebut, peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menarik minat anggota untuk memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah. Layanan yang diberikan koperasi ini berorientasi pada upaya meningkatkan kesejahteraan para anggotanya. Hal tersebut berdampak pada semakin tingginya minat anggota, yang dapat dilihat dari jumlah transaksi pembiayaan *musyarakah* yang selalu meningkat.

Seiring dengan peningkatan ketertarikan anggota terhadap pembiayaan *musyarakah*, penting pula memahami proses terbentuknya ekspektasi pelanggan sebagai bagian yang tidak dapat dikesampingkan. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa ekspektasi pelanggan terbentuk melalui pengalaman sebelumnya, informasi dari pihak lain, serta aktivitas promosi. Dalam menilai kualitas layanan, pelanggan cenderung

² Baitul Tamwil Muhammadiyah, “Definisi dan Pengertian Baitul Tamwil Muhammadiyah”, dalam btm.school.blog/, di akses 09 September 2025

³ Farida Arum Setiana, ‘Perkembangan, Tantangan Dan Peluang Koperasi Di Indonesia Dalam Menghadapi Era 4.0’, *Jurnal Tanbih*, Volume 1 N.1 (2024), Hal. 53

membandingkan harapan dengan layanan yang diterimanya. Ketika layanan yang diterima lebih rendah dari harapannya, pelanggan akan merasa tidak puas atau kecewa.⁴

Dengan demikian, ekspektasi yang dimiliki anggota turut memengaruhi cara mereka menilai mutu pelayanan, yang pada akhirnya tampak pada meningkatnya ketertarikan terhadap pembiayaan musyarakah. Hal ini tercermin dari data yang menunjukkan banyaknya anggota yang memilih pembiayaan *musyarakah*. Pembiayaan *musyarakah* sendiri merupakan bentuk kerja sama usaha antara dua pihak atau lebih, di mana masing-masing pihak berkontribusi dalam bentuk modal sesuai dengan kesepakatan bersama guna mengembangkan usaha yang dijalankan.

Adanya pelayanan yang berkualitas akan menarik minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah.

Tabel 1. 1 Jumlah Anggota yang Memilih Produk Pembiayaan

No.	Nama Produk	Jumlah Anggota
1	Pembiayaan <i>Musyarakah</i>	761
2	Pembiayaan <i>Murabahah</i>	183
Total		944

Sumber: Observasi pendahuluan oleh peneliti di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah, pada tanggal 27 September 2025

⁴ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management, Ebook of Marketing Management 13th Edition*, 15th edn (Upper Saddle River, New Jersey, USA: Pearson Education, 2016). Hal. 359

Berdasarkan tabel 1.1 bahwa data yang ada di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah, anggota yang memilih produk pembiayaan *musyarakah* sebanyak 761 sedangkan anggota yang memilih produk pembiayaan *murabahah* hanya sejumlah 183. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa produk ini termasuk produk yang banyak dipilih oleh anggota. Besarnya partisipasi anggota mengindikasikan tingkat kepercayaan yang tinggi serta minat terhadap pembiayaan dengan sistem kerja sama yang sesuai dengan prinsip syariah dan mampu menunjang kebutuhan ekonomi anggota.⁵

Penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik ini dilakukan oleh Dhedik Ariyanto, Rendika Vhalery, dan Nicky Rosadi dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Momoyo Ciracas Jakarta Timur*”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y). Temuan ini menjadi dasar yang memperkuat alasan peneliti untuk menjadikan variabel kualitas pelayanan sebagai salah satu fokus dalam penelitian ini.⁶

Peningkatan mutu layanan dapat mendorong ketertarikan masyarakat untuk bergabung sebagai anggota koperasi syariah. Semakin banyak anggota yang bergabung, maka kecenderungan mereka dalam memilih produk pembiayaan pun semakin besar. Dalam menentukan pilihan

⁵ Observasi pendahuluan oleh peneliti di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah, pada tanggal 27 September 2025

⁶ Nicky Rosadi Dhedik Ariyanto, Rendika Vhalery, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Siadjirah Coffee Parepare’, 01.December (2024), Hal. 1–23.

pembiayaan, anggota memerlukan pemahaman mengenai pembiayaan *musyarakah*. Pengetahuan tersebut berperan sebagai dasar pertimbangan serta acuan dalam mengambil keputusan. Pemahaman masyarakat, khususnya anggota, mengenai produk pembiayaan *musyarakah* menjadi faktor penting dalam menentukan pilihan produk pembiayaan di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah.

Seiring dengan pentingnya peningkatan pengetahuan anggota mengenai pembiayaan, pemahaman yang mendalam terhadap akad *musyarakah* sebagai salah satu skema pembiayaan syariah menjadi hal yang krusial. Fatwa DSN-MUI Nomor 8 Tahun 2000 menyatakan bahwa *musyarakah* merupakan bentuk pembiayaan yang dilandasi akad kerjasama antara dua pihak atau lebih dalam menjalankan suatu usaha tertentu, di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi modal. Keuntungan usaha dibagi berdasarkan kesepakatan nisbah yang telah ditentukan sebelumnya, sedangkan kerugian ditanggung bersama sesuai dengan porsi modal yang disertakan. Skema *musyarakah* biasanya digunakan dalam pembiayaan proyek, di mana bank dan nasabah sama-sama menanamkan dana untuk membiayai kegiatan tersebut. Setelah proyek berakhir, nasabah berkewajiban mengembalikan modal disertai bagian keuntungan sesuai perjanjian. Proses pengambilan keputusan sendiri merupakan aktivitas kognitif yang melibatkan memori, pemikiran, pengolahan informasi, serta penilaian yang bersifat evaluatif. Keberhasilan dalam mengambil keputusan sering dijadikan tolok ukur kesuksesan suatu lembaga. Dalam konteks

perbankan, salah satu indikator keberhasilan dapat dilihat dari jumlah nasabah yang dimiliki. Tingkat pengetahuan masyarakat menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah.⁷

Sebagaimana peran pengetahuan yang turut menentukan pilihan seseorang dalam menjadi anggota koperasi dijelaskan dalam teori Bloom's Taxonomy, pengetahuan merupakan kemampuan seseorang untuk mengingat hal-hal yang pernah dipelajarinya yang dikenal dengan *recall*.⁸ Kesadaran bahwa pengetahuan merupakan dasar penting dalam menentukan keputusan di masyarakat dapat terlihat dari masih adanya anggapan bahwa transaksi penyaluran dana maupun pembiayaan tidak memiliki perbedaan, sebab keduanya sama-sama memberikan dana melalui lembaga tertentu. Akan tetapi, pemahaman masyarakat mengenai mekanisme lembaga keuangan syariah masih belum sepenuhnya mendalam. Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah menyalurkan dana melalui produk pembiayaan yang dimilikinya. Namun, realitanya sebagian umat muslim tidak memanfaatkan produk dari lembaga keuangan syariah seperti BTM. Mereka lebih memilih produk dari lembaga keuangan konvensional karena beranggapan tidak ada perbedaan antara lembaga keuangan syariah dan non-syariah.

⁷ Mohammad Hasan Basri, Siti Nurjannah, and Putri Swastika, 'Pengaruh Pengetahuan Dan Penerapan Jaminan Terhadap Minat Nasabah Terhadap Produk Syirkah Di Bank Syariah Kota Metro', *Iltizam Journal of Shariah Economics Research*, 8.1 (2024), Hal. 120–132

⁸ Teori Blooms Taxonomy dalam: N. Euis Kartini and others, 'Telaah Revisi Teori Domain Kognitif Taksonomi Bloom Dan Keterkaitannya Dalam Kurikulum Pendidikan Agama Islam', *Jurnal Basicedu*, 6.4 (2022), 7292–7302, Hal. 7296

Penelitian yang memiliki keterkaitan dengan judul ini pernah dilakukan oleh Mohammad Hasan Basri, Siti Nurjannah, serta Putri Swastika dengan topik “*Pengaruh Pengetahuan dan Penerapan Jaminan Terhadap Minat Nasabah pada Produk Syirkah di Bank Syariah Kota Metro*”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap minat mereka dalam memilih produk dengan akad *Syirkah*.⁹ Dengan demikian, peneliti semakin mantap menjadikan variabel pengetahuan tentang pembiayaan *musyarakah* sebagai fokus penelitian, sebab tingkat pemahaman masyarakat berperan penting dalam memengaruhi keputusan mereka untuk memilih produk pembiayaan di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah.

Selain pemahaman yang dimiliki anggota, kondisi pendapatan turut menjadi pertimbangan yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih layanan pembiayaan *musyarakah*. Teori Milton Friedman menjelaskan bahwa pola konsumsi individu lebih banyak ditentukan oleh pendapatan permanen, sedangkan pendapatan sementara hanya memberikan pengaruh yang kecil terhadap tingkat konsumsi. Pendapatan ini mencakup total penerimaan yang diperoleh seseorang maupun rumah tangga dalam jangka waktu tertentu.¹⁰ Dengan demikian, besarnya pendapatan yang dimiliki anggota akan memengaruhi kemampuan

⁹ Mohammad Hasan Basri, Siti Nurjannah, and Putri Swastika, ‘Pengaruh Pengetahuan...

¹⁰ Teori Miton Friedman dalam buku: Suparmono, *Pengantar Ekonomi Makro, Terjemahan Chriswan Sungkono*. Jakarta: Salemba Empat, 2018. Hal. 91—92

sekaligus kebutuhan mereka dalam menggunakan produk pembiayaan *musyarakah*.

Penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik ini pernah dilakukan oleh Farhan Lubis, Muhammad Arif, dan Juliana Nasution dengan judul “*Pengaruh Minat, Lingkungan, dan Pendapatan Terhadap Permintaan Produk Brand Wakwok (Studi Kasus Mahasiswa di Kampus Negeri Kota Medan)*”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor pendapatan memberikan pengaruh terhadap tingkat permintaan produk merek “WakWok”.¹¹ Dengan demikian, peneliti semakin yakin menetapkan variabel pengetahuan tentang pembiayaan *musyarakah* dalam penelitian ini, sebab tingkat pemahaman masyarakat berperan penting dalam memengaruhi keputusan mereka.

Selain pengaruh pendapatan anggota, tingkat religiusitas anggota menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi minat mereka dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah. Nilai-nilai keagamaan yang tertanam dalam diri anggota mendorong mereka untuk memilih produk keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah dan terhindar dari praktik riba.

Nilai keagamaan yang tertanam mendorong anggota menjadikan prinsip syariah sebagai acuan utama dalam memilih produk keuangan. Religiusitas merupakan faktor penting yang membentuk perilaku ekonomi

¹¹ Farhan Lubis, Muhammad Arif, and Juliana Nasution, ‘Pengaruh Minat, Lingkungan Dan Pendapatan Terhadap Permintaan Produk Brand Wakwok (Studi Kasus Mahasiswa Dikampus Negeri Kota Medan)’, *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2.2 (2024), Hal. 13–22.

masyarakat muslim, termasuk dalam pengambilan keputusan terhadap produk keuangan syariah. Menurut Glock dan Stark, religiusitas mencakup lima dimensi, yaitu keyakinan, praktik keagamaan, pengalaman, pengetahuan agama, dan konsekuensi. Seseorang yang memiliki tingkat religiusitas tinggi tidak hanya memahami ajaran agamanya, tetapi juga berusaha menerapkan nilai-nilai Islam dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, religiusitas mendorong individu untuk lebih selektif dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti menghindari riba dan menjalankan transaksi berdasarkan keadilan serta tolong-menolong.¹²

Dalam kegiatan koperasi syariah, seperti Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah, tingkat religiusitas anggota dapat memengaruhi minat mereka dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah*. Produk ini mengedepankan prinsip kerja sama dan keadilan yang sejalan dengan nilai-nilai Islam. Anggota yang memiliki pemahaman dan penghayatan religius yang baik akan lebih cenderung memilih produk pembiayaan yang sesuai dengan keyakinan mereka. Dengan demikian, religiusitas menjadi dorongan spiritual yang kuat bagi anggota koperasi untuk berpartisipasi aktif dalam pembiayaan syariah, karena mereka memandang aktivitas ekonomi bukan hanya sebagai kegiatan duniawi, tetapi juga sebagai bentuk ketaatan dan pengamalan ajaran agama.

¹² Teori Glock dan Stark dalam: Eva Mardiana and Husni Thamrin & Putri Nuraini, 'Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru', *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 4.2 (2021), Hal. 512–520.

Penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik ini dilakukan oleh Eva Mardiana, Husni Thamrin & Putri Nuraini dengan judul “*Analisis Religiusitas terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Kota Pekanbaru*”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat guru Pondok Modern al-Kautsar Pekanbaru untuk menabung di bank syariah. Temuan ini menjadi dasar yang memperkuat alasan peneliti untuk menjadikan variabel religiusitas sebagai salah satu fokus dalam penelitian ini.¹³

Apabila kualitas pelayanan ditingkatkan, pengetahuan anggota mengenai produk pembiayaan meningkat, pendapatan berada pada tingkat yang lebih baik, dan tingkat religiusitas anggota semakin tinggi, maka hal tersebut akan memberikan pengaruh positif baik bagi masyarakat maupun bagi Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah.

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan variabel kualitas pelayanan, pengetahuan, pendapatan anggota dan religiusitas. Pemilihan variabel kualitas layanan didasarkan pada peran penting pelayanan yang diberikan Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah, karena mutu pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan anggota dalam memilih produk, terutama produk pembiayaan *musyarakah*. Variabel pengetahuan mengenai pembiayaan *musyarakah* dipilih karena pemahaman anggota terhadap produk tersebut menjadi dasar penting dalam menentukan pilihan pembiayaan. Variabel pendapatan dipertimbangkan

¹³ *Ibid.*,

karena tingkat pendapatan anggota akan memengaruhi kemampuan sekaligus kebutuhan mereka dalam menggunakan produk pembiayaan *musyarakah*. Selain itu, pemilihan variabel religiusitas didasarkan pada pentingnya peran nilai-nilai keagamaan dalam memengaruhi perilaku ekonomi anggota Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah. Tingkat religiusitas anggota menjadi salah satu faktor utama yang mendorong mereka untuk mengambil keputusan transaksi keuangan sesuai prinsip syariah, termasuk dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah*. Penelitian ini memiliki unsur kebaruan (*novelty*) pada pengintegrasian variabel religiusitas, yang belum banyak diteliti dalam konteks pembiayaan *musyarakah* di koperasi syariah.

Pemilihan lokasi di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah Kecamatan Kampak Kabupaten Trenggalek sebagai lokasi penelitian didasarkan pada sejumlah alasan ilmiah. Pertama, koperasi ini merupakan lembaga keuangan syariah yang konsisten menjalankan prinsip-prinsip Islam dalam kegiatan pembiayaan, terutama pada produk *musyarakah*, sehingga relevan untuk dikaji dalam konteks minat anggota terhadap pembiayaan syariah. Kedua, koperasi ini memiliki jumlah anggota yang cukup banyak dengan latar belakang sosial ekonomi yang beragam, sehingga mampu memberikan data yang bervariasi dan representatif untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan produk, pendapatan dan religiusitas terhadap minat anggota. Ketiga, BTM Surya Buana Berkah menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat dalam

pembiayaan *musyarakah* dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya, menjadikannya contoh nyata penerapan ekonomi syariah di tingkat masyarakat. Selain itu, lokasi penelitian ini dipilih karena kemudahan akses informasi serta dukungan dari pihak koperasi, yang memungkinkan proses penelitian berjalan secara optimal dan menghasilkan temuan yang valid.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari kantor koperasi, jumlah anggota yang memanfaatkan produk pembiayaan *musyarakah* mencapai 761 anggota. Kondisi ini menunjukkan perlunya dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor yang mendorong anggota dalam mengambil produk pembiayaan *musyarakah*.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu di atas, maka peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk, Pendapatan Anggota dan Religiusitas terhadap Minat Anggota dalam Memilih Produk Pembiayaan *Musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah Kecamatan Kampak Kabupaten Trenggalek”.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini membahas identifikasi tentang masalah yang mungkin muncul dalam penelitian. Agar pembahasan lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai yaitu terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan tentang produk, pendapatan dan religiusitas terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* pada Koperasi Konsumen BTM

Surya Buana Berkah Kecamatan Kampak Kabupaten Trenggalek, dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang harus dijaga dan ditingkatkan dengan tujuan menambah minat masyarakat untuk menjadi anggota Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah sehingga dapat memiliki produk pembiayaan *musyarakah*.
2. Pengetahuan anggota yang masih kurang tentang produk pembiayaan *musyarakah* pada Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah.
3. Tingkat pengetahuan anggota mengenai konsep, manfaat, dan mekanisme produk pembiayaan *musyarakah* menjadi faktor penting dalam menentukan minat mereka untuk menggunakan produk tersebut.
4. Tingkat pendapatan anggota akan menentukan kemampuan serta kebutuhan mereka dalam memanfaatkan produk pembiayaan *musyarakah*.
5. Anggota Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah memiliki tingkat religiusitas yang beragam, yang dapat memengaruhi kecenderungan mereka dalam memilih produk pembiayaan berbasis syariah seperti pembiayaan *musyarakah*.
6. Minat anggota terhadap produk pembiayaan *musyarakah* menunjukkan adanya pengaruh dari faktor religiusitas, pengetahuan produk, dan tingkat pendapatan yang saling berkaitan.
7. Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah memiliki potensi untuk meningkatkan minat anggota terhadap produk pembiayaan *musyarakah*.

melalui penguatan aspek religiusitas, peningkatan literasi produk, serta pengelolaan ekonomi anggota secara berkelanjutan.

Batasan masalah penelitian ini yaitu, penelitian ini menguji empat variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, pengetahuan produk, pendapatan anggota dan religiusitas. Selain itu, penelitian ini menguji satu variabel terikat yaitu terhadap minat anggota dalam memilih memilih produk pembiayaan *musyarakah* pada Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah?
2. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah?
3. Apakah pendapatan anggota berpengaruh terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah?
4. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah?

5. Apakah kualitas pelayanan, pengetahuan produk, pendapatan anggota dan religiusitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah.
2. Menguji pengaruh pengetahuan produk terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah.
3. Menguji pengaruh pendapatan anggota terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah.
4. Menguji religiusitas pelayanan terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah.
5. Menguji pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan produk, pendapatan anggota dan religiusitas secara bersama-sama terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari pada penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu kegunaan secara teoritis dan praktis.

1. Secara Teoritis

Secara teori, penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau dasar untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam di bidang keuangan, khususnya terkait Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah, serta dapat memperluas pemahaman tentang koperasi dan sistem pembiayaan *musyarakah*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi yang bermanfaat bagi Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah, terutama dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas pemahaman anggota mengenai produk pembiayaan *musyarakah*, memahami tingkat pendapatan anggota dan menumbuhkan religiusitas agar produk pembiayaan *musyarakah* dapat lebih dikenal oleh masyarakat secara umum.

b. Bagi Koperasi Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi koperasi syariah lainnya dalam upaya meningkatkan minat anggota terhadap produk pembiayaan *musyarakah*. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam merancang program

edukasi dan pembinaan anggota yang berorientasi pada peningkatan literasi keuangan syariah serta penguatan nilai-nilai religius dalam setiap aktivitas ekonomi. Dengan demikian, koperasi syariah dapat memperluas partisipasi anggota, meningkatkan loyalitas, dan memperkuat posisi lembaga dalam mendukung perkembangan ekonomi berbasis syariah di masyarakat.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai pentingnya meningkatkan kualitas pelayanan, pengetahuan produk, kondisi pendapatan dan nilai religiusitas dalam mengambil keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, peningkatan literasi mengenai produk pembiayaan syariah dapat membantu masyarakat mengelola keuangannya dengan lebih bijak, memanfaatkan layanan koperasi secara optimal, serta berkontribusi dalam memperkuat perekonomian berbasis syariah di lingkungan sekitar.

d. Bagi Pemerintah

Penelitian ini bertujuan memberikan bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang mendorong penguatan lembaga keuangan berbasis syariah di tingkat daerah. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran nyata mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat terhadap produk pembiayaan syariah, khususnya aspek kualitas pelayanan, religiusitas,

pengetahuan produk, dan tingkat pendapatan. Dengan memahami faktor tersebut, pemerintah daerah dapat merancang program edukasi dan literasi keuangan syariah yang lebih tepat sasaran, serta mendukung pengembangan koperasi syariah sebagai salah satu instrumen pemberdayaan ekonomi umat. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan sinergi antara kebijakan ekonomi daerah dan prinsip ekonomi syariah untuk memperkuat sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis syariah di Kabupaten Trenggalek.

e. Bagi Akademik

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi yang lebih luas dan mendalam pada literatur akademik mengenai dampak kualitas pelayanan, pemahaman produk, pengaruh tingkat pendapatan anggota koperasi dan religiusitas terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah yang berlokasi di Kecamatan Kampak, Kabupaten Trenggalek.

f. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi sebagai referensi dalam pengembangan studi serupa di masa mendatang, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan mengenai produk pembiayaan *musyarakah*, pengaruh tingkat pendapatan anggota dan religiusitas terhadap minat anggota

dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* pada Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini mencakup analisis pengaruh kualitas pelayanan, pemahaman tentang produk, pendapatan anggota dan religiusitas yang diberikan terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Pengaruh

Pengaruh merupakan bentuk kekuasaan di mana seseorang dapat diarahkan untuk bertindak dengan cara tertentu, meskipun dorongan untuk melakukannya tidak disebabkan oleh adanya ancaman atau sanksi yang bersifat nyata.¹⁴

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu tindakan yang mencerminkan tingkat keunggulan dan kemampuan suatu perusahaan dalam menilai seberapa baik layanan yang diberikan untuk memastikan terpenuhinya kebutuhan serta harapan pelanggan atau anggotanya.¹⁵

¹⁴ Askal Wahid Sihite, Yacub Hutabarat, and Zafril Abdi Nasution, 'Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Tapanuli Tengah', *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 4.4 (2022), Hal. 269–280.

¹⁵ Desia Pratiwi, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Kopel Bulog Pusat Di Jakarta Selatan', *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 4.1 (2025), Hal. 56–69.

c. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk merupakan hasil dari proses memperoleh pemahaman tentang produk, yaitu perubahan dari keadaan tidak mengetahui menjadi mengetahui, serta dari ketidakmampuan menjadi kemampuan tentang produk. Proses memperoleh pengetahuan ini melibatkan berbagai cara dan konsep, baik yang didapat melalui pendidikan formal maupun melalui pengalaman pribadi.¹⁶

d. Pendapatan

Menurut kamus manajemen, pendapatan diartikan sebagai sejumlah uang yang diterima oleh seseorang, perusahaan, atau organisasi lainnya dalam berbagai bentuk seperti gaji, upah, sewa, bunga, komisi, biaya, maupun laba. Pendapatan memiliki peran penting dalam perekonomian karena berfungsi meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui aktivitas produksi barang dan jasa. Besarnya pendapatan seseorang umumnya dipengaruhi oleh jenis pekerjaan yang dijalankannya.¹⁷

e. Religiusitas

Religiusitas merupakan bentuk penghayatan seseorang terhadap ajaran agama yang diyakininya, yang mencerminkan seberapa

¹⁶ Muannif Ridwan, Ahmad Syukri, and B Badarussyamsi, 'Studi Analisis Tentang Makna Pengetahuan Dan Ilmu Pengetahuan Serta Jenis Dan Sumbernya', *Jurnal Geuthèë: Penelitian Multidisiplin*, 4.1 (2021), Hal. 31.

¹⁷ Siti Laelatul Marwiyah, M H Ainulyaqin, and Sarwo Edy, 'Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Online Shopping Pada E-Commerce Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam', 9.03 (2023), Hal. 4279–4294.

mendalam keyakinan tersebut diinternalisasi dan diwujudkan melalui pelaksanaan ibadah dalam kehidupan sehari-hari. Sikap religius ini tampak dalam berbagai aspek kehidupan, baik melalui perilaku yang dapat diamati secara nyata maupun melalui dimensi batin yang tidak tampak namun dirasakan dalam hati individu.¹⁸

f. Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan *Musyarakah* merupakan penyediaan dana yang didasarkan pada perjanjian *Musyarakah*. Perjanjian *Musyarakah* adalah kesepakatan kerja sama antara dua pihak atau lebih dalam suatu usaha tertentu, di mana setiap pihak menyumbangkan dana atau modal usaha (*ra'sul mal*) serta tenaga kerja (*'amal*). Hasil dari usaha tersebut kemudian dibagi menurut nisbah yang telah disepakati bersama atau berdasarkan proporsi modal yang diberikan oleh masing-masing pihak, sementara kerugian ditanggung sesuai dengan porsi modal yang telah disetorkan oleh para pihak.¹⁹

g. Keputusan

Keputusan merupakan proses menentukan strategi atau tindakan tertentu dengan mempertimbangkan syarat, variabel, serta model yang telah ditetapkan guna menyelesaikan suatu permasalahan.²⁰

¹⁸ Aisya Farah Sayyidah and others, 'Peran Religiusitas Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Psikologis', 2022, 103–15.

¹⁹ Otoritas Jasa Keuangan, 'Pedoman Produk Pembiayaan Musyarakah Perbankan Syariah', *Himpunan Fatwa DSN MUI*, 2024, 7.

²⁰ Citra Firmadhani Rizki Amalia, 'Teknik Pengambilan Keputusan', *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*, 1 (2022), 2.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional mengenai pengaruh, kualitas pelayanan, pengetahuan, pendapatan, religiusitas serta pembiayaan *musyarakah* terhadap minat anggota dalam memilih produk pembiayaan *musyarakah* di Koperasi Konsumen BTM Surya Buana Berkah merujuk pada upaya koperasi untuk memperluas pemahaman anggota terkait produk *musyarakah*, mengetahui tingkat pendapatan anggota dan terus menumbuhkan religiusitas sehingga produk pembiayaan *musyarakah* semakin dikenal masyarakat dan mampu menarik lebih banyak anggota untuk menggunakannya.

H. Sistematika Penulisan

Bagian awal terdiri dari halaman sampul luar, halaman sampul depan, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, abstrak dan abstrack.

Bagian utama terdiri dari; BAB I yaitu pendahuluan, yang berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi.

BAB II landasan teori, yang berisi teori yang membahas variabel, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III berisi metode penelitian, yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel,

dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, analisis data.

BAB IV berisi hasil penelitian, yang berisi hasil penelitian yang berisi deskripsi data pengujian hipotesis

BAB V berisi pembahasan hasil penelitian, yang berisi pembahasan data penelitian dan hasil analisis.

BAB VI berisi penutup, yang berisi kesimpulan dan saran atau rekomendasi.

Bagian akhir yang terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup,