

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan manusia tidak luput dari kegiatan ekonomi (*mu'amalah*) yang telah ada sejak zaman Nabi Muhammad SAW. Sepanjang sejarah ekonomi Islam kegiatan *mu'amalah* meliputi penyimpanan aset, peminjaman uang untuk kebutuhan konsumsi dan bisnis, dan pemindahan dana berdasarkan kontrak hukum syariah.¹

Industri keuangan syariah di Indonesia berpotensi untuk terus berkembang dan memberikan manfaat bagi perekonomian yang besar. Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) merupakan pilar kekuatan sektor keuangan berbasis syariah. IKNB syariah merupakan bidang kegiatan yang saling terkait dengan aktivitas industri seperti asuransi, lembaga pembiayaan, dana pensiun, dan lembaga jasa keuangan lain.²

Tugas pokok IKNB meliputi penyusunan regulasi IKNB, implementasi protokol manajemen krisis IKNB, dan penegakan regulasi bidang IKNB. Selain itu IKNB memiliki tugas pokok melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap pihak yang mendapat izin usaha, persetujuan, pendaftaran dari OJK dan pihak lain yang bergerak di IKNB. Memberikan bimbingan teknis dan evaluasi di bidang IKNB serta melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Dewan Komisioner.³

¹ Sumandi, *Model Strategi Manajemen Perbankan Syariah* (Klaten: Anggota IKAPI, 2022), 50.

² ojk.go.id, "IKNB Syariah," t.t., <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/Pages/IKNB-Syariah.aspx> (diakses pada 8 November 2022).

³ Ibid.

Industri keuangan syariah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, ditandai adanya industri keuangan non bank syariah. Berdasarkan data statistik terbaru periode September 2022 jumlah industri syariah sebanyak 121 (unit). Meliputi 15 (unit) asuransi syariah, 9 (unit) lembaga keuangan pembiayaan syariah, 4 (unit) dana pensiun, 5 (unit) lembaga jasa keuangan syariah khusus, 81 (unit) lembaga keuangan mikro syariah, 7 (unit) finansial teknologi syariah.⁴

Prinsip yang diterapkan dalam IKNB syariah yaitu sesuai dengan syariah Islam yang berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadis. Yaitu dilarangnya kegiatan yang mengandung unsur *maisir* (judi), *gharar* (ketidakjelasan), dan juga riba (tambahan).⁵ Sebagaimana firman Allah SWT:⁶

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّرَبُّوآفِي أَمْوَالِ النَّآسِ فَلَا يَرْبُوآ عِنْدَآللّٰهِ ۚ وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَّوٰةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَآللّٰهِ فَأُولَآئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ {الرَّوْم: ٣٩}

Artinya: “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar harta manusia bertambah, maka tidak bertambah dalam pandangan Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk memperoleh keridaan Allah, maka itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).” Q.S Ar Rum: 39.

Dalam ayat tersebut menjelaskan peringatan Allah SWT kepada perilaku bisnis yang menerapkan riba agar hartanya bertambah itu tidak akan memperoleh keberkahan dari Allah Swt, karena hukum riba adalah haram. Namun orang yang memberikan sesuatu berupa zakat, infak, dan shodaqah maka

⁴ ojk.go.id, “Statistik IKNB Syariah Periode September 2022,” diakses 8 November 2022, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/iknb-syariah/Pages/Statistik-IKNB-Syariah-Periode-September-2022.aspx>.

⁵ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), “Prinsip dan Konsep Dasar Perbankan Syariah,” <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Prinsip-dan-Konsep-PB-Syariah.aspx> (Diakses pada 16 Agustus 2022).

⁶Departemen Agama, *Al Qur'an Hijaz Terjemah Tafsir Per Kata* (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2019), 408.

perbuatan yang seperti itu yang akan mendapatkan keberkahan serta pahala yang berlipat ganda.

Salah satu bentuk perkembangan dari IKNB syariah yaitu dengan banyak berdirinya lembaga keuangan mikro syariah seperti Koperasi Syariah. Koperasi Syariah termasuk dalam jenis lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak pada kegiatan simpanan, pinjaman dan juga pembiayaan yang berlandaskan prinsip syariah Islam, termasuk menyelenggarakan zakat, infak, sedekah, dan wakaf.⁷ Berikut aset LKM Koperasi syariah berdasarkan Provinsi:⁸

Tabel 1. 1
Aset Lembaga Keuangan Mikro Koperasi Syariah Berdasarkan Provinsi

No	Provinsi	Aset (Miliar Rupiah)	No	Provinsi	Aset (Miliar Rupiah)
1	Aceh	4.23	11	Kalimantan Timur	4.27
2	Banten	12.65	12	Lampung	12.57
3	Bengkulu	18.84	13	Maluku	4.26
4	D.I.Yogyakarta	15.12	14	NTB	4.37
5	DKI Jakarta	4.04	15	Papua	4.30
6	Jambi	4.24	16	Riau	8.51
7	Jawa Barat	66.89	17	Sulawesi Selatan	4.43
8	Jawa Tengah	251.78	18	Sumatera Barat	5.19
9	Jawa Timur	66.86	19	Sumatera Selatan	8.29
10	Kalimantan Selatan	4.24	20	Sumatera Utara	4.28

Sumber: ojk.go.id

⁷ Cantika Ayu Wardhani, "Peran Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat" (Lampung, UIN Raden Intan, 2019).

⁸ Komenkopukm, "Rekapitulasi Data Koperasi Per 2021," t.t., https://kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/1645422249_REKAPITULASI_DATA_KOPERASI_PER_31_DESEMBER_2021.pdf.

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui aset koperasi syariah tertinggi yaitu di provinsi Jawa. Yang mana Jawa Tengah menempati posisi pertama, disusul oleh Jawa Barat dan yang terakhir yaitu Jawa Timur. Jawa Timur merupakan provinsi di Jawa yang memiliki aset paling kecil. Berikut persebaran koperasi syariah di Jawa Timur:

Tabel 1. 2
Persebaran Koperasi Syariah Jawa Timur

No	Kabupaten	Jumlah Koperasi	No	Kabupaten	Jumlah Koperasi
1	Kediri	167	20	Bondowoso	42
2	Tuban	157	21	Pamekasan	40
3	Gresik	148	22	Jember	38
4	Kota Surabaya	130	23	Kota Kediri	31
5	Pasuruan	118	24	Jombang	22
6	Lamongan	116	25	Bangkalan	20
7	Malang	116	26	Ngawi	17
8	Tulungagung	114	27	Kota Mojokerto	15
9	Probolinggo	112	28	Kota Malang	13
10	Magetan	101	29	Madiun	12
11	Pacitan	93	30	Banyuwani	11
12	Situbondo	92	31	Lumajang	10
13	Mojokerto	79	32	Nganjuk	10
14	Ponorogo	65	33	Kota Blitar	10
15	Trenggalek	65	34	Sampang	6
16	Bojonegoro	58	35	Kota Pasuruan	4
17	Sumenep	56	36	Kota Probolinggo	3
18	Sidoarjo	54	37	Kota Batu	3
19	Blitar	48	38	Kota Madiun	2
Total: 23,031					

Sumber: Data Kemenkopukm RI

Pada tabel 1.2 dijelaskan daerah yang memiliki persebaran koperasi syariah dari yang tertinggi hingga terkecil. Jawa Timur dibagi menjadi beberapa daerah diantaranya daerah pantura (pantai utara) yang meliputi kabupaten Gresik, Lamongan, dan Tuban. Dari ketiga kabupaten tersebut Tuban merupakan kabupaten dengan jumlah koperasi terbanyak yaitu 157 koperasi syariah dengan luas wilayah 1.905 km². Urutan kedua yaitu kabupaten Gresik jumlah koperasi syariah 148 dengan luas wilayah 1.194 km². Sedangkan di urutan ketiga yaitu kabupaten Lamongan jumlah koperasi syariah 116 dengan luas wilayah 1.813 km². Berdasarkan data tersebut peneliti menetapkan kabupaten Gresik sebagai objek penelitian karena kabupaten Gresik merupakan kabupaten dengan luas wilayah terkecil namun memiliki jumlah koperasi yang lebih banyak dari kabupaten Lamongan.

Gresik dibagi menjadi 18 Kecamatan. Berikut persebaran koperasi syariah di kecamatan Gresik. Balongpanggang 11 koperasi syariah, Benjeng 11 koperasi syariah, Bungah 18 koperasi syariah, Cerme 9 koperasi syariah, Driyorejo 3 koperasi syariah, Duduk Sampeyan 9 koperasi syariah. Dukun 14 koperasi syariah, Gresik 3 KSPPS, Kebomas 9 koperasi syariah, Kedamean 0 koperasi syariah, Manyar 9 koperasi syariah, Menganti 15 koperasi syariah, Panceng 5 koperasi syariah. Sangkapura 0 koperasi syariah, Sidayu 1 koperasi syariah, Tambak 2 koperasi syariah, Ujung Pangkah 0 koperasi syariah, dan Wringinanom 5 koperasi syariah.⁹

⁹ Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia, "Data Koperasi Kabupaten Gresik," <http://nik.depkop.go.id/> (Diakses 10 Oktober 2022).

Bungah merupakan Kecamatan di Gresik yang paling banyak memiliki koperasi syariah yaitu 18 koperasi syariah yang tersebar di desa maupun kelurahan.

Tabel 1. 3
Koperasi Syariah di Kecamatan Bungah

No	Nama Koperasi	No	Nama Koperasi
1	Koperasi Konsumen Syariah MUI	10	KSPPS Roudlotus Salamah Sidorejo
2	KSPPS Muslimat Sukorejo	11	KSPPS Muslimat Sungunlegowo
3	KSPPS Muslimat Gumeng	12	KSPPS Bina Syariah Ummah Cabang Bungah
4	KSPPS Muslimat Abar-abir	13	KSPPS Berkah Insan Mulia Cabang Bungah
5	KSPPS Muslimat Bedanten	14	KSPPS Muslimat Sidokumpul
6	KSPPS Muslimat Kemangi	15	KSPPS Surya Raharja Cabang Bungah
7	KSPPS Fatayat Melirang	16	Koperasi Jasa Syariah Maunah Mina Mandiri
8	KSPPS Bangunrejo Mojopurogede	17	KSPPS Ummahat Mojopuro Wetan
9	KSPPS Muslimat Sukowati	18	BMT Mandiri Ukhuwah Persada

Sumber: Observasi peneliti

Dari tabel 1.3 peneliti memilih 3 koperasi syariah yang lokasinya saling berdekatan untuk melakukan perbandingan diantaranya yaitu Koperasi Konsumen Syariah MUI, KSPPS Surya Raharja, dan KSPPS Bina Syariah Ummah. Peneliti menggunakan bauran pemasaran untuk bahan perbandingan. Berikut perbandingan ketiga koperasi tersebut:

Tabel 1. 4
Perbandingan Koperasi Konsumen Syariah MUI, KSPPS Surya Raharja,
dan KSPPS Bina Syariah Ummah

Perbandingan	Koperasi Konsumen Syariah MUI	KSPPS Surya Raharja	KSPPS Bina Syariah Ummah
Product	12 produk: a. 5 produk simpanan b. 7 produk pembiayaan	8 produk: a. 5 produk simpanan b. 3 produk pembiayaan	13 produk: a. 6 produk simpanan b. 7 produk pembiayaan
Price	a. Simpanan mulai dari 1.000 b. Administrasi pembukaan simpanan baru sebesar 5.000 c. Nisbah bagi hasil sebesar 30% untuk nasabah dan 70% untuk koperasi	a. Simpanan mulai dari 5.000 b. Administrasi pembukaan simpanan baru sebesar 10.000 c. Nisbah bagi hasil sebesar 30% untuk nasabah dan 70% untuk koperasi	a. Simpanan mulai dari 5.000 b. Administrasi pembukaan tabungan baru Gratis c.
Place	a. 2 Lantai b. Lokasi strategis c. Luas $\pm 6 \times 12 m^2$	a. 1 Lantai b. Lokasi strategis c. Luas $\pm 5 \times 8 m^2$	a. 1 Lantai b. Lokasi strategis c. Luas $\pm 6 \times 10 m^2$
Promotion	a. Media sosial b. Website c. Brosur d. <i>Door to door</i> e. Acara External f. Ada hadiah langsung untuk simpanan deposito g. Untuk simpanan lain akan mendapat kupon undian.	a. Media sosial b. Brosur c. <i>Door to door</i> d. Hadiah langsung bagi simpanan deposit e. Ada undian hadiah setiap tahun	a. Media sosial b. Website c. Brosur d. <i>Door to door</i> e. Ada hadiah langsung untuk simpanan deposito f. Bantuan sosial bagi lembaga pendidikan berupa barang maupun uang.

Process	a. Prosedur pembukaan rekening tabungan dapat dilakukan di kantor b. Penarikan simpanan wajib membawa buku tabungan dan ktp asli c. Simpanan dapat diambil sewaktu-waktu saldo minimal Rp.5.000,-	a. Prosedur pembukaan rekening tabungan dapat dilakukan di kantor b. Penarikan simpanan wajib membawa buku tabungan c. Simpanan dapat diambil sewaktu-waktu saldo minimal Rp.25.000,-	a. Prosedur pembukaan rekening tabungan dapat dilakukan di kantor atau luar kantor b. Penarikan simpanan wajib membawa buku tabungan c. Simpanan dapat diambil sewaktu-waktu sampai saldo Rp.0,-
People	9 orang	6 orang	6 orang
Physical Evidence	a. Ber AC b. Kursi tunggu 7-10 c. M-Kopsyah MUI Jatim	a. Ber AC b. Kursi tunggu 3-5 c. Aplikasi KSPPS Surya Raharja Jatim	a. Ber AC b. Kursi tunggu 3-5 c. Aplikasi KBSU-Pay

Sumber: Data observasi pada 15 Juni 2022

Berdasarkan tabel 1.4 diatas diketahui bahwa ketiga lembaga memiliki perbedaan masing-masing. Terdapat 12 produk di Koperasi Konsumen Syariah MUI, pada KSPPS Surya Raharja ada 8 produk, dan yang paling banyak pada KSPPS Bina Syariah Ummah 13 produk. Harga paling murah atau minimal menabung pada Kopsyah MUI sebesar 1000, sedangkan pada KSPPS Surya Raharja dan KSPPS Bina Syariah Ummah sebesar 5000.

Pada kategori tempat yang paling besar yaitu pada Koperasi Konsumen Syariah MUI yaitu dengan luas $\pm 6 \times 12 \text{ m}^2$ dengan 2 lantai, pada KSPPS Surya Raharja luas tempat $\pm 5 \times 8 \text{ m}^2$ dengan 1 lantai dan pada KSPPS Bina Syariah Ummah luas $\pm 6 \times 10 \text{ m}^2$ dengan 1 lantai. Kategori promosi yang paling unggul adalah Koperasi Konsumen Syariah MUI karena lebih banyak bentuk promosi

yang dilakukan daripada KSPPS Surya Raharja dan KSPPS Bina Syariah Ummah.

Pada kategori proses yang paling mudah adalah KSPPS Bina Syariah Ummah, untuk penarikan simpanan hanya diwajibkan membawa buku tabungan dan saldo dapat diambil sampai sampai 0 sedangkan pada Koperasi Konsumen Syariah MUI diwajibkan membawa buku tabungan dan juga Kartu Tanda Penduduk asli serta saldo mengendap minimal 5.000, pada KSPPS Surya Raharja penarikan wajib membawa buku tabungan dan saldo mengendap minimal 25.000.

Pada ketagori orang (pengelola) yang paling banyak adalah Koperasi Konsumen Syariah MUI terdapat 9 pengelola, sedangkan pada KSPPS Surya Raharja dan KSPPS Bina Syariah Ummah terdapat 6 pengelola. Pada kategori bukti fisik yang paling unggul adalah Koperasi Konsumen Syariah MUI dengan kursi tunggu yang lebih banyak dari koperasi lainnya. Jadi dapat disimpulkan bahwasannya pada Koperasi Konsumen Syariah MUI memiliki keunggulan yang menonjol pada kategori harga, tempat, promosi, orang dan bukti fisik.

Koperasi konsumen merupakan koperasi yang terdiri atas anggotanya sendiri dan para konsumen akhir atau pemakai barang dan jasa. Kegiatan utama pada koperasi konsumen yaitu melakukan pembelian bersama. Jenis barang dan jasa yang dilayani yaitu sesuai dengan kebutuhan anggota yang akan dipenuhi.¹⁰ Koperasi Konsumen Syariah Mitra Usaha Ideal (MUI) merupakan lembaga keuangan koperasi syariah yang berdiri sejak tahun 2012. Berikut data

¹⁰ Lalu Takdir Jumadi, *Akuntansi Koperasi* (Malang: Penerbit Peneleh, 2021), 7.

pertumbuhan nasabah Koperasi Konsumen Syariah MUI cabang Bungah dalam 3 tahun terakhir.¹¹

Tabel 1. 5
Pertumbuhan Nasabah Tabungan Per Tahun 2020-2022

Tahun	Jumlah Nasabah
2020	5.966
2021	6.720
2022	7.995

Sumber: wawancara dengan admin Kopsyah MUI Pusat

Dari tabel 1.5 dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah di Koperasi Konsumen Syariah MUI mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini tidak sesuai dengan adanya dampak pandemi covid-19 dimana perekonomian pada saat pandemi mengalami penurunan yang sangat signifikan. Sehingga ini menarik untuk diteliti. Dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufik Akhmad bahwasanya pertumbuhan ekonomi Indonesia sangatlah melemah diakibatkan adanya pandemi covid-19. Mulannya pada tahun 2019 pertumbuhan ekonomi berada pada 5,02% namun sejak masa pandemi tahun 2020 menurun hingga 2,97%. Hal ini diakibatkan karena adanya pemberlakuan PSBB dan faktor lainnya.¹²

Meningkatnya jumlah nasabah pada Koperasi Konsumen Syariah MUI tidak terlepas dari konsep pemasaran yang diterapkan oleh Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah. Keberadaan koperasi saat ini tidak terlepas dari usahanya dalam menawarkan atau memasarkan produk yang ada di koperasi

¹¹Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI, "Jumlah Koperasi Kabupaten Gresik, Jawa Timur", nik.depkop.go.id (Diakses pada Juni 2022).

¹²Taufik Akhmad, "Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di Maa Pandemi Covid-19," *Jurnal Muttaqien* Vol.2, No.1 (Januari 2022) (Diakses pada November 2022).

tersebut. Setiap lembaga keuangan pasti memiliki strategi tersendiri dalam mengenalkan dan menarik nasabah agar memakai produk yang ditawarkan. Strategi pemasaran yang baik akan membantu suatu perusahaan dalam memasarkan produknya agar tercapai suatu target yang ditetapkan oleh perusahaan. Dalam pemasaran ada beberapa alat pemasaran yang dapat digerakkan oleh organisasi perusahaan atau bisa disebut dengan *marketing mix* (bauran pemasaran).

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan alat yang dapat menjadi pengaruh terhadap pelanggan untuk melakukan pembelian produk maupun jasa yang ditawarkan.¹³ Pemasaran produk barang berbeda dengan pemasaran produk jasa. Bauran pemasaran produk barang terdiri dari alat yaitu 4p meliputi *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), and *place* (tempat).¹⁴ Sedangkan alat pada produk jasa terdapat beberapa tambahan yang disebut 7p meliputi *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik).¹⁵

Produk (*Product*) merupakan hal penting bagi perusahaan jasa. Produk adalah keseluruhan konsep objek maupun proses yang memberikan manfaat yang bernilai kepada konsumen.¹⁶ Penelitian yang dilakukan oleh Dharmawati

¹³ Hartini, *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), 206.

¹⁴ Arif Zunaidi dan Vickesia Trisnasari, "PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN AMANAH iB DITINJAU DARI MARKETING MIX 4P (Studi Kasus Pada BPRS Kota Mojokerto Cabang Jombang)," *Muamalatuna* Vol. 13 No. 2 (2021).

¹⁵ Idham Khalik, *Penetapan Atribut Produk dan Harga terhadap Penciptaan Nilai Serta Dampaknya pada Kinerja Pemasaran* (Cirebon: Insania, 2022), 59.

¹⁶ Wahyu Abdillah dan Andry Herawati, "Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) terhadap pengambilan keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah Berbasis Enterpreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)," *Jurna Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi* Vol. 2, No. 2 (2018): 312.

dan Arnita. Memberikan hasil bahwasanya produk, pelayanan, promosi, dan lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah.¹⁷

Komponen lain yang juga berperan penting dalam penentuan keputusan pembelian atau keputusan menggunakan jasa pada lembaga keuangan yaitu harga. Harga penting untuk mempertimbangkan bahwa harga menjadi salah satu pemicu laku tidaknya produk dan jasa.¹⁸ Menurut Fandy Tjiptono harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi suatu perusahaan.¹⁹ Penelitian yang sama dilakukan oleh Emi Watumlawar. Memberikan hasil bahwa harga, promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung pada nasabah BNI di Surabaya.

Lokasi (*place*) dalam bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong merupakan tempat yang dapat diartikan sebagai segala kegiatan perusahaan yang bertujuan untuk membuat produk yang dijual tersedia bagi pelanggan sasaran. Selanjutnya yaitu promosi (*promotion*) merupakan upaya dalam menyampaikan informasi komunikasi antara pedagang dan konsumen. Promosi bertujuan menyebarluaskan informasi, memengaruhi, membujuk, dan mengingatkan target pasar untuk menciptakan permintaan akan produk atau jasa yang ditawarkan.²⁰

¹⁷ Dharmawati Djaharuddin dan Arnita Irawati, "Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah" 4, no. 2 (2021): 574–86.

¹⁸ Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Sukses Bisnis Bank* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 171.

¹⁹ Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati," *Jurnal STIE Semarang* Vol.8, No.2 (2016): 100.

²⁰ Andy Wijaya dan dkk, *Ilmu Manajemen Pemasaran Analisis dan Strategi* (Yayasan Kita Menulis, 2021), 21–22.

Proses merupakan pengoperasian input dan output dari produsen ke konsumen. Proses juga menggambarkan metode dan urutan dalam layanan serta dalam menciptakan nilai yang dijanjikan kepada pelanggan dengan melayani permintaan setiap pelanggan. Selanjutnya yaitu orang (*people*) dapat diartikan sebagai peran sumber daya manusia/karyawan yang ada dalam perusahaan dalam menyampaikan barang dan jasa yang dapat memengaruhi persepsi konsumen. Alat *marketing mix* yang terakhir yaitu bukti fisik (*physical evidence*). Bukti fisik yang dimaksud dalam bauran pemasaran berfokus pada kondisi fisik di tempat usaha termasuk daerah sekitarnya. Secara umum bukti fisik meliputi elemen pemasaran perusahaan seperti lingkungan pendukung (furnitur, warna, tata letak, tingkat kebisingan), barang-barang pendukung, tata letak ruangan, kebersihan, fasilitas penunjang seperti mushola, toilet, tempat parkir dan sebagainya.²¹

Menurut Schiffman dan Kanuk, dalam Sangadji, Sopiah²² menjelaskan keputusan merupakan tindakan dalam memilih antara dua atau lebih pilihan alternatif. Alternatif-alternatif tersebut ada ketika konsumen menyadari dan mereka membutuhkan solusi untuk mengatasi kebutuhan yang mereka hadapi. Beberapa alternatif yang difikirkan akan membentuk pertimbangan, kumpulan produk atau merek yang dapat dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan.

²¹ Ibid., 24–25.

²² Sangadji EM dan Sopiah, *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2013), 120.

Observasi awal yang dilakukan oleh peneliti di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah diketahui bahwa jumlah nasabah penabung di Koperasi Konsumen Syariah MUI yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 6
Jenis Tabungan di Koperasi Konsumen Syariah MUI

No	Jenis	Jumlah Nasabah
1	Tabungan Umum Syariah	7.577
2	Tabungan Pelajar	147
3	Tabungan Qurban	157
4	Tabungan Haji/Umroh	53
5	Deposito	61
Total		7.995

Sumber: Data Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah

Dari data tersebut diketahui bahwa produk tabungan yang banyak diminati yaitu jenis produk tabungan Umum Syariah. Kemudian dari data tersebut peneliti menggunakan bauran pemasaran diantaranya *product, price, place, promotion, process, dan physical evidence* sebagai alat untuk mengetahui alasan nasabah memilih jenis tabungan Umum Syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah. Hasil observasi pada 40 responden diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1. 7
Alasan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Umum Syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah

Alasan	Jumlah Responden
Produk	15
Harga	10
Tempat	4
Promosi	5

Proses	3
Orang (SDM)	3
Bukti Fisik	0
Jumlah	40

Sumber: Data kuesioner diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel 1.7 diketahui alasan nasabah memilih produk tabungan umum syariah karena produk dengan jumlah 15 orang, harga 10 orang, tempat 4 orang, promosi 5 orang, proses 3 orang, SDM 3 orang dan bukti fisik 0 orang. Dapat disimpulkan bahwa alasan terbanyak memilih produk tabungan umum syariah yaitu dari faktor produk dan harga.

Dari pemaparan latar belakang maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian lebih lanjut berjudul **“Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Umum Syariah (Studi pada Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana produk tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik?
2. Bagaimana harga tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah?
3. Bagaimana keputusan menjadi nasabah tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik?
4. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan memilih tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik?

5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan memilih tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik?
6. Bagaimana pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui produk tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.
2. Untuk mengetahui harga tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.
3. Untuk mengetahui keputusan menjadi nasabah tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.
4. Untuk menganalisa pengaruh produk terhadap keputusan memilih tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.
5. Untuk menganalisa pengaruh harga terhadap keputusan memilih tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.
6. Untuk menganalisa pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis

Diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini bisa menambah pengetahuan bagi penulis juga pembaca tentang lembaga keuangan syariah non bank. Dikarenakan banyak yang belum mengetahui keadaan lembaga keuangan syariah non bank terutama koperasi syariah perlu adanya sosialisasi mengenai itu.

2. Secara praktis

a. Bagi Lembaga

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi lembaga sebagai acuan dan pertimbangan informasi mengenai faktor penyebab keputusan menabung.

b. Bagi masyarakat

Sebagai komparansi bagi masyarakat dalam pengambilan keputusan nasabah untuk penggunaan jasa di Koperasi Syariah.

c. Bagi Akademis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengetahuan di bidang ekonomi khususnya di bidang perbankan, selain itu diharapkan dapat menjadi referensi dan wacana bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian sejenis.

d. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini menjadi pengalaman dan menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang masalah yang diteliti.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian adalah jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian yang berbentuk pertanyaan. Hipotesis dinyatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan, dan belum didasarkan fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Oleh karenanya hipotesis dianggap sebagai jawaban sementara.²³

Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_{01} : tidak ada pengaruh produk terhadap keputusan memilih tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.
 H_{a1} : adanya pengaruh produk terhadap keputusan memilih tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.
2. H_{02} : tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan memilih tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.
 H_{a2} : adanya pengaruh harga terhadap keputusan memilih tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.
3. H_{03} : tidak ada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.
 H_{a3} : adanya pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 64.

F. Telaah Pustaka

1. Penelitian skripsi Yunias Rizki Agnes (2021)²⁴, pada penelitian yang telah dilakukan Yunias menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh sumber daya manusia dan proses terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BMT Peta didasarkan pada uji korelasi person. Berdasarkan hasil analisis korelasi variabel sumber daya manusia dan proses berpengaruh secara simultan.

Persamaan penelitian Yunias dengan penelitian kali ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini yaitu terletak pada variabel terikat, bebas serta objek penelitiannya. Pada penelitian Yunias variabel terikatnya yaitu keputusan menjadi nasabah sedangkan pada penelitian kali ini yaitu lebih spesifik yaitu keputusan pemilihan produk tabungan umum syariah dan variabel bebas pada penelitian Yunias yaitu sumber daya manusia dan proses sedangkan pada penelitian kali ini yaitu variabel produk dan harga. Objek penelitian pada Yunias berada di KSPPS BMT Peta Cabang Jombang sedangkan pada penelitian kali ini yaitu dilakukan di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.

2. Penelitian skripsi Najilla Aurora Dytia (2021)²⁵. Pada penelitian yang telah dilakukan Najilla menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap keputusan nasabah. Tingkat pengaruh yang simultan

²⁴ Yunias Rizki Agnes, "Pengaruh Sumber Daya Manusia dan Proses Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada KSPPS BMT PETA Cabang Jombang" (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2021).

²⁵ Najilla Aurora Dytia, "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Penabung Pada Bank Syariah" (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2021).

sebesar 85,1% berarti harga mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung. Dan sisanya 14,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Persamaan penelitian Najilla dengan penelitian kali ini yaitu tentang keputusan nasabah, kemudian sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya yaitu terletak pada variabel bebas, pada penelitian Najilla menggunakan satu variabel bebas yaitu harga sedangkan pada penelitian kali ini menggunakan dua variabel bebas yaitu produk dan harga. Selain itu objek penelitian Najilla yaitu Mahasiswa prodi perbankan syariah IAIN Kediri angkatan tahun 2016 sedangkan pada penelitian kali ini yaitu nasabah tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.

3. Penelitian skripsi Sevi Latifatul Chonifah (2020)²⁶. Pada penelitian yang telah dilakukan Sevi menyimpulkan bahwa variabel harga dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembiayaan pada bank wakaf. Pengaruh yang signifikan dan searah antara harga dan pelayanan terhadap keputusan pembiayaan pada bank wakaf. Tingkat pengaruh yang signifikan yaitu sebesar 59,3% sedangkan sisanya 40,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Persamaan pada penelitian Sevi dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti keputusan nasabah. Selain itu metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Perbedaan antara penelitian dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada salah satu variabel bebas, pada penelitian kali ini variabel bebas yang digunakan yaitu variabel harga dan produk sedangkan pada penelitian

²⁶ Sevi Latifatul Chonifah, "Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan (Studi Pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizki Lirboyo)" (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2020).

terdahulu menggunakan variabel harga dan pelayanan. Lokasi pada penelitian kali ini dan penelitian terdahulu juga berbeda pada penelitian kali ini penelitian terletak di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik sedangkan pada penelitian terdahulu penelitian terletak di Bank Wakaf Mikro Berkah Rizki Lirboyo.

4. Penelitian skripsi Arum Agustina Kusnaningtyas (2019)²⁷. Pada penelitian yang telah dilakukan Arum menyimpulkan bahwa variabel produk dan promosi berpengaruh signifikan, selain itu produk dan promosi secara bersama-sama juga berpengaruh signifikan dengan tingkat signifikansi 59,4%.

Persamaan antara penelitian Arum dengan penelitian kali ini yaitu menggunakan metode kuantitatif. Dan sama-sama meneliti tentang keputusan nasabah menabung. Perbedaan antara penelitian Arum dengan penelitian terdahulu yaitu pada variabel bebas. Pada penelitian kali ini variabel bebas adalah produk dan harga sedangkan pada penelitian Arum variabel bebas adalah produk dan promosi. Objek pada penelitian kali ini yaitu terletak di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik sedangkan pada penelitian Arum yaitu terletak di BRI Syariah KCP Ponorogo.

5. Penelitian skripsi Handika Pranata (2017)²⁸. Pada penelitian yang telah dilakukan Handika menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk

²⁷ Arum Agustina Kusnaningtyas, "Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo" (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo, 2019).

²⁸ Handika Pranata, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Musharabah Koperasi LKMS Meriani Manaf Sejahtera Syariah" (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu, 2017).

berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah *mudharabah* di Koperasi LKMS Meriani Manaf Sejahtera Syariah. kualitas produk juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah *mudharabah* di Koperasi LKMS Meriani Manaf Sejahtera Syariah dengan nilai *R square* 0.374 dan sisanya 62.6% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu variabel Y yaitu keputusan menabung. Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini fokus penelitian terletak pada keputusan pemilihan produk tabungan umum syariah sedangkan pada penelitian Handika fokus pada keputusan menabung nasabah *mudharabah*. Objek penelitian pada penelitian Handika yaitu di Koperasi LKMS Meriani Manaf Sejahtera Syariah, sedangkan pada penelitian kali ini yaitu di Koperasi Konsumen Syariah MUI Cabang Bungah Gresik.