

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan lembaga keuangan saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Pertumbuhannya sejalan dengan meningkatnya kebutuhan akan pendanaan. Secara umum, lembaga keuangan berfungsi sebagai perantara yang mengumpulkan dan menyalurkan dana. Lembaga ini berperan penting sebagai jembatan antara pihak yang membutuhkan dana dan pihak yang kelebihan dana. Perkembangan lembaga keuangan memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan lembaga keuangan di Indonesia hal ini terlihat dari semakin banyaknya lembaga keuangan yang menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Oleh karena itu, lembaga keuangan perlu merumuskan strategi yang tepat untuk menarik perhatian masyarakat. Saat ini, masyarakat sudah cerdas dan lebih berhati-hati dalam memilih lembaga keuangan yang akan mereka gunakan.

Lembaga keuangan dibagi menjadi 2 yaitu lembaga konvensional dan lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan bank mencakup Bank Umum Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Sementara itu, lembaga keuangan non bank mencakup BMT, Koperasi Syariah, Reksa Dana Syariah, Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah, dan Obligasi Syariah.¹

Koperasi syariah adalah sistem koperasi berbasis islam yang fleksibel dan juga mampu mendukung berbagai kegiatan masyarakat untuk meningkatkan nilai tambah. Baitul Maal wa Tamwil (BMT) atau koperasi syariah merupakan lembaga keuangan mikro yang beroperasi dengan prinsip bagi hasil syariah, yang fokus pada

¹ Budi Kolistiawan, "Tantangan Lembaga Keuangan Syariah dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN" *Jurnal Muqtasid, Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 8, No.1, 2017, 56.

pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin dan melindungi kepentingan mereka.² Peran Lembaga Keuangan Syariah BMT adalah mengembangkan usaha dengan harapan dapat meningkatkan taraf hidup anggotanya sehingga tercapai pemerataan diseluruh kalangan masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, BMT atau koperasi menjalankan tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana (*funding*), menyalurkan dana (*financing*), dan memberikan pelayanan (*service*).

Keberadaan BMT kini dinantikan oleh masyarakat, karena BMT dapat membantu memenuhi kebutuhan ekonomi, terutama kelas menengah kebawah. Tugas utamanya meliputi penggalangan dana dari lembaga keuangan perbankan dan non-bank serta memelihara dan mengembangkan kegiatan tersebut khususnya dalam sektor perbankan. Ketatnya persaingan di dunia keuangan, maka koperasi syariah seperti KSPPS BMT perlu memiliki strategi yang solid untuk memenangkan persaingan tersebut. Persaingan antar lembaga keuangan terutama BMT adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari. Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang efektif agar koperasi syariah dapat bertahan dan menarik lebih banyak anggotanya.

Setiap KSPPS BMT berusaha keras untuk menarik dan mempertahankan loyalitas anggotanya. Minat adalah rasa ketertarikan dan kecenderungan terhadap sesuatu tanpa adanya paksaan, sementara minat beli merujuk pada keputusan anggota.³ Minat adalah keinginan yang dibentuk oleh kebutuhan manusia, budaya dan kepribadian individu.⁴ Oleh karena itu BMT perlu bersaing dengan lembaga keuangan syariah yang lainnya, untuk menarik minat nasabah dan menciptakan loyalitas.

² Muhammad Sholahudin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*, (Yogyakarta:Penerbit Ombak, 2014), 143.

³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 215.

⁴ Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Index Kelompok Gramedia, 2004), 38.

Kota Mojokerto dibagi menjadi 3 Kecamatan, yaitu Kecamatan Kranggan, Kecamatan Prajurit Kulon dan Kecamatan Magersari. Persebaran KSPPS BMT di Kota Mojokerto yaitu Kecamatan Kranggan 1, Kecamatan Prajurit Kulon 1, Kecamatan Magersari. Berikut observasi yang dilakukan oleh peneliti pada 29 Mei 2024 ditemukan 2 KSPPS BMT di Kota Mojokerto.

Tabel 1.1
Data KSPPS BMT di Kota Mojokerto Tahun 2023-2025

No	Nama BMT	Lokasi
1	KSPPS BMT Permata Jawa Timur	Jl. Raya Meri No. 370, Mergelo, Meri, Kec Magersari, Kota Mojokerto
2.	KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera	Jl. Mojopahit No 381, Mergelo, Kranggan, Kec Prajurit Kulon, Kota Mojokerto

Sumber: Hasil Observasi

Berdasarkan pada tabel 1.1 diperoleh bahwa ada 2 KSPPS BMT di Kota Mojokerto yang lokasinya lumayan berdekatan diantaranya yaitu ada KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto dan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera, Dari kedua KSPPS BMT tersebut, peneliti mengambil sebagai data perbandingan. Penulis mengambil perbandingan ini berdasarkan yang paling banyak anggotanya. Menurut Philip Kotler dan Armstrong keputusan adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.⁵ Maka dari itu dalam perbandingan ini penulis menggunakan teori pemasaran 7P karena ini termasuk perusahaan jasa maka penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler, bauran pemasaran atau *marketing mix* terdiri dari tujuh elemen yang dikenal dengan konsep 7p, yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Produk adalah barang

⁵ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi ke 12, Jilid 1* (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2016)

atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen, sedangkan harga menunjukkan nilai yang harus dibayar. Tempat berkaitan dengan bagaimana produk didistribusikan agar mudah dijangkau. Promosi mencakup kegiatan untuk menarik minat konsumen. Orang merujuk pada semua pihak yang terlibat dalam pelayanan, termasuk karyawan. Proses adalah cara atau alur pelayanan kepada konsumen, dan bukti fisik merupakan tampilan nyata yang menunjukkan kualitas layanan, seperti kemasan, tempat, atau testimoni. Semua elemen ini saling mendukung dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Adapun data perbandingan dari kedua BMT sebagaimana tersebut dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1.2
Data Perbandingan KSPPS BMT
di Kota Mojokerto Tahun 2023-2025

Perbandingan	KSPPS BMT Permata	BMT Bina Ummat Sejahtera
<i>Product</i>	Produk Simpanan a. Simpanan Permata b. Simpanan Hari Raya c. Simpanan Permata Pendidikan d. Simpanan Haji/ Umroh e. Simpanan Qurban/Aqiqah Produk pembiayaan a. Pembiayaan Mudharabah b. Pembiayaan Murabahah c. Pembiayaan ijarah d. Pembiayaan Musyarakah	Produk Simpanan a. Si Rela (simpanan Sukarela Lancar) b. Si Rela (Simpanan Sukarela Berjangka) c. Si Sidik (Simpanan Sukarela Siswa Sukarela) d. Si Haji dan Umrah (Simpanan haji dan Umrah) Produk Pembiayaan a. Modal Usaha b. Investasi c. Ultra Mikro d. Air dan Sanitasi
<i>Price</i>	a. Simpanan mulai dari Rp. 5000,00	a. simpanan mulai dari Rp. 10.000,00

	b. Biaya administrasi pembukaan gratis c. Nisbah bagi hasilnya adalah sebesar 70% untuk anggota 30% untuk BMT	b. Biaya administrasi simpanan baru sebesar Rp. 10.000,00 c. Nisbah bagi hasil nya adalah sebesar 70% untuk anggota yang 30% untuk BMT
<i>Place</i>	a. Jl. Raya Meri No.370, Mergelo, Meri, Kec. Magersari, Kota Mojokerto b. Lokasi strategis Akses jalan ke lokasi mudah ditemukan c. 1 Lantai	a. Lokasi di Jl. Mojopahit Kota Mojokerto b. Lokasi Strategis c. Akses jalan ke lokasi mudah ditemukan d. 1 Lantai
<i>Promotion</i>	Strategi iklan yang diterapkan di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto yaitu jemput bola dengan mengunjungi masyarakat yang ada di sekitar BMT atau sales marketing, sistem selanjutnya melalui brosur yang diedarkan kepada masyarakat sekitar, serta mulut ke mulut nasabah yang sudah pernah melakukan transaksi di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto. Dan membuat pamflet di sosial media.	Strategi iklan yang di terapkan di BMT Bina Ummat Sejahtera yaitu brosur dari mulut ke mulut dan marketing
<i>People</i>	9 orang karyawan 696 anggota simpanan 216 anggota simpanan	6 orang karyawan 303 anggota simpanan 132 anggota simpanan

<i>Procces</i>	a. Membuka tabungan/ rekening b. Membawa foto copy KTP dan KK	a. Harus membuka rekening dahulu. b. Menjadi anggota BMT c. Membawa foto copy KTP dan KK
<i>Phisycal Evidence</i>	a. Adanya ruang tunggu dan dilengkapi dengan tempat duduk yang lumayan banyak dan ber AC b. Tempat parkir yang luas	a. Adanya ruang tunggu dan dilengkapi dengan tempat duduk b. Tempat parkir yang luas

Sumber: Hasil Observasi

Berdasarkan tabel 1.2 di atas diketahui ketiga lembaga memiliki perbedaan masing-masing terdapat 9 produk di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto, pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera 8 produk. Harga paling murah atau minimal menabung pada BMT Permata sebesar Rp.5000,- dan bebas biaya administrasi.

Berdasarkan kategori tempat, tempat yang paling besar yaitu pada KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto dengan 1 lantai tapi lebih luas dibandingkan dengan KSPPS BMT Lainnya, pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dengan 1 lantai. Kategori promosi yang paling unggul adalah KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto karena lebih banyak bentuk promosi yang dilakukan daripada BMT Bina Ummat Sejahtera.

kategori proses yaitu ketiga KSPPS BMT memiliki proses yang sama yaitu harus membuka rekening dan mempunyai buku tabungan terlebih dahulu dan harus menjadi anggota KSPPS BMT, membawa foto copy KK dan KTP. kategori orang (pengelola) yang paling banyak adalah di KSPPS BMT Permata terdapat 9 orang karyawan, sedangkan pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera terdapat 6 orang

karyawan juga terdapat 6 orang karyawan. Pada kategori bukti fisik yang paling unggul adalah KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto dengan kursi tunggu yang lebih banyak dari pada KSPPS BMT lainnya. Jadi dapat disimpulkan bahwasannya pada KSPPS BMT Permata memiliki keunggulan yang menonjol pada kategori harga, tempat, promosi, orang dan bukti fisik:

Tabel 1.3
Jumlah Anggota KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto
Tahun 2023-2025

Tahun	Jumlah Anggota
2023	570
2024	696
2025 (Per 1Juni)	766

Sumber: KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto

Berdasarkan pada tabel 1.3 dapat disimpulkan bahwasannya KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto setiap tahunnya mengalami peningkatan meskipun tidak begitu signifikan hal ini berarti anggota sudah mulai tertarik untuk menabung di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto. Jumlah anggota di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto berkaitan erat dengan strategi pemasaran yang diterapkan oleh lembaga tersebut. Keberhasilan BMT dalam menarik anggota saat ini tidak lepas dari upayanya dalam mempromosikan dan memasarkan produk yang ditawarkan. Setiap lembaga keuangan memiliki pendekatan untuk dalam memperkenalkan dan menarik nasabah untuk menggunakan produk mereka. Strategi pemasaran yang efektif dapat membantu perusahaan mencapai target yang telah ditetapkan. Dalam proses pemasaran, terdapat berbagai alat yang dapat digunakan oleh organisasi, yang dikenal sebagai *marketing mix* atau bauran pemasaran.

Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah alat yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.⁶ Pemasaran produk barang berbeda dari produk jasa. Terdapat elemen-elemen tambahan didalam bauran pemasaran itu sendiri. Bauran pemasaran dalam produk barang terdiri dari 4p (*product, price, promotion, and place*) didalam jasa dirasa kurang karena karakteristik jasa berbeda dengan barang maka perlu ditambah 3 unsur yaitu (*people, process and phisycal evidenc*), karena ketiga BMT tersebut merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa.⁷

Produk (*product*) merupakan hal hal penting bagi perusahaan jasa. Produk adalah keseluruhan konsep objek, ataupun proses yang memberikan manfaat yang bernilai kepada konsumen.⁸ Penelitian yang dilakukan oleh Dharmawati dan Amita. Memberikan hasil bahwasannya produk, pelayanan. Promosi dan lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah.⁹

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 atau jasa.¹⁰ Menurut Fandy Tjiptono harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi suatu perusahaan.¹¹

Lokasi (*place*) dalam bauran pemasaran menurut Kotler dan Amstrong merupakan tempat yang dapat di artikan sebagai segala kegiatan perusahaan yang

⁶ Hartini, *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), 206.

⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Index Kelompok Gramedia, 2004), 38.

⁸ Wahyu Abdillah dan Andry Herawati, "Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) terhadap pengambilan keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah Berbasis Enterpreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)," *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi* Vol. 2, No. 2 (2018): 312.

⁹ 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.

¹⁰ Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Sukses Bisnis Bank* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 171.

¹¹ 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.

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.¹²

Proses merupakan pengoprasian input atau 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 (furniture, warna tata letak, tingkat kebisingan), barang-barang pendukung tata letak ruangan, kebersihan, fasilitas penunjang seperti mushola, toilet, tempat parkir dan lainnya.¹³ Observasi awal yang dilakukan oleh peneliti di KSPPS BMT Permata diketahui bahwa jumlah nasabah penabung di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto sebagai berikut:

¹² Andy Wijaya dan dkk, *Ilmu Manajemen Pemasaran Analisis dan Strategi* (Yayasan Kita Menulis, 2021), 21–22.

¹³ Ibid., 24–25.

Tabel 1.4
Jenis Simpanan dan Pembiayaan serta Jumlah Anggota
di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto
Tahun 2024

No	Jenis Simpanan	Jumlah Anggota (orang)	Jenis Pembiayaan	Jumlah Anggota (orang)
1	Simpanan Permata	324	Pembiayaan Mudharabah	51
2	Simpanan Hari Raya	94	Pembiayaan Murabahah	86
3	Simpanan Haji/ Umroh	28	Pembiayaan Ijarah	40
4	Simpanan Permata Pendidikan	158	Pembiayaan Musyarakah	39
5	Simpanan Berjangka	30		
6	Simpanan permata kaget	25		
7	Simpanan Qurban/Aqiqah	37		
	Total	696	Total	216

Sumber : KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto

Berdasarkan tabel 1.4 diatas dapat kita lihat dari banyak macam produk yang ada di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto memiliki berbagai macam produk yang ditawarkan mulai dari produk simpanan sampai produk pembiayaan. Produk yang ditawarkan itu bisa dipilih dengan kemauan dan kepentingan yang dibutuhkan oleh anggota. Diantara kedua jenis produk yang ditawarkan tersebut, produk yang banyak diminati oleh anggota yaitu produk simpanan permata. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya jumlah anggota yang menggunakan produk simpanan permata yaitu sebanyak 324 anggota.

Produk Simpanan Permata yang ada di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto juga menawarkan keuntungan seperti setorannya minimal Rp. 5.000,- tanpa ada biaya administrasi bulanan. Keuntungan yang ditawarkan oleh KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto mampu menarik bagi calon anggota dalam

menggunakan produk Simpanan Permata yang sesuai dengan persyaratan dalam penggunaan produk tersebut. Maka dari itu peneliti memilih untuk meneliti anggota yang menggunakan produk Simpanan Permata karena berbagai kelebihan yang dimiliki oleh produk Simpanan Permata seperti yang telah peneliti jelaskan tersebut.

Berdasarkan beberapa produk di atas, Produk Simpanan Permata juga merupakan produk favorit. Pada produk Simpanan Permata ini sesuai dengan kebutuhan anggota. Dengan kemudahan dan keuntungan yang besar. Karena produk simpanan permata ini sesuai dengan konsumen seperti pedagang. Dengan kemudahan penyetoran dan keuntungan yang besar. Karena produk simpanan permata ini sesuai dengan kebutuhan anggota yang tidak ingin repot-repot datang ke kantor untuk melakukan setoran simpanan permata melainkan bisa dengan cara transfer ke pihak KSPPS BMT, tetapi kalau mau penarikan, anggota harus datang langsung ke tempat/KSPPS BMT. Oleh karena itu, peneliti sangat tertarik dengan Simpanan Permata sebagai fokus penelitian

Perusahaan yang menginginkan produknya menjadi yang terbaik bagi konsumen atau anggotanya harus mempunyai pembaharuan ketika menyusun strategi dan memodifikasi strategi tersebut. Mengubah strategi dengan cara modern adalah salah satu konsep kunci dari bauran pemasaran.¹⁴ *Marketing mix* atau bauran pemasaran merupakan seperangkat kegiatan pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat promosi proses dan orang (SDM). Di sisi lain, menurut Kotler dan Amstrong,¹⁵ bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran berupa produk, harga, lokasi, dan promosi yang menciptakan resonansi yang diinginkan perusahaan di pasar sasaran. Selanjutnya alat pemasaran dalam bentuk jasa memiliki beberapa alat tambahan yang

¹⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2008), 62.

¹⁵ Philip Kotler dan Gary Armstrong, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, (Bandung: Alfabeta, 2016), 51.

terdiri dari 7P yaitu *product, price, place, promotion, processs, people, dan physical evidence*.¹⁶

Keputusan anggota untuk menggunakan produk lembaga keuangan merupakan hasil akhir dari pembeliannya. Keputusan adalah apa yang diputuskan konsumen untuk mengambil keputusan atas tindakan pembelian barang/jasa. Disisi lain, menurut Kotler dan Keller,¹⁷ keputusan pembelian konsumen adalah bagian dari perilaku konsumen, bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menukar produk, jasa, ide atau pengalaman tentang bagaimana kebutuhan dan keinginan mereka dapat terpenuhi. Pada lembaga keuangan syariah, keputusan pembelian konsumen dapat dikatakan sebagai keputusan nasabah ketika memutuskan untuk menggunakan produk lembaga keuangan syariah.

Menurut Sangadji dan Sopiah,¹⁸ produk dirancang untuk mempengaruhi konsumen dan mendorong mereka untuk membelinya. Produk yang berkualitas adalah produk yang diinginkan konsumen, konsumen menginginkan kepuasan ketika menggunakan produk tersebut, bahkan konsumen tidak segan-segan mengeluarkan uang lebih besar untuk memenuhi kepuasannya tersebut.¹⁹

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam rupiah untuk suatu barang atau jasa. Nilai ini mewakili jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Nilai ini mewakili jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut.²⁰ Harga adalah satu-satunya elemen dalam *marketing mix* yang menghasilkan pendapatan. Harga juga termasuk dalam elemen pemasaran yang paling fleksibel. Berbeda dengan fitur produk

¹⁶ Idham Khalik, *Penetapan Atribut Produk Dan Harga Terhadap Penciptaan Nilai Serta Dampaknya Pada Kinerja Pemasaran* (Cirebon: Insania, 2022), 59.

¹⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2016), 194.

¹⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2013), 46.

¹⁹ Effendi dan Udayana, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2015), 96.

²⁰ Satriadi et al., *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2021), 103.

dan komitmen penyalur, harga dapat berubah-ubah dengan cepat. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, anggota produk simpanan permata yang ada di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto melakukan keputusan pembelian dengan alasan yang berbeda-beda seperti data berikut :

Tabel 1.5
Alasan Nasabah Menggunakan Produk Simpanan Permata
di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto
Tahun 2024

Alasan	Jumlah Responden
Produk	14
Harga	11
Tempat	3
Promosi	6
Proses	4
Orang (SDM)	2
Bukti fisik	0
Jumlah	40

Sumber : KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto (data diolah)

Berdasarkan tabel 1.5 alasan nasabah memilih produk simpanan permata terbagi sebagai berikut: 14 orang karena produk, 11 orang karena harga, 6 orang karena promosi, 3 orang karena tempat, 4 orang karena proses, 2 orang karena SDM, dan bukti fisik 0 orang.

Faktor produk banyak dipilih oleh anggota simpanan permata pada KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto karena produk tersebut sesuai dengan kebutuhan anggota, persyaratan yang ringan dalam pembukaan rekening dan mudah dimengerti oleh anggota. Dan produk simpanan permata ini sesuai dengan kebutuhan anggota yang tidak ingin repot-repot datang ke kantor untuk melakukan setoran simpanan permata melainkan bisa dengan cara transfer ke pihak KSPPS BMT. Adapun

anggota yang memilih faktor harga, kebanyakan karena produk simpanan permata ini menawarkan harga minimal setorannya hanya Rp. 5000,- dan tidak di pungut biaya admin, dengan penawaran harga yang terjangkau sudah dapat menikmati segala fitur yang disediakan ketika menggunakan produk simpanan permata.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas, maka peneliti memutuskan untuk meneliti lebih lanjut mengenai hal tersebut sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Simpanan Permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto”**.

B. Rumusan Masalah.

1. Bagaimana produk simpanan permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto?
2. Bagaimana harga simpanan permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto?
3. Bagaimana keputusan menjadi anggota di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto?
4. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan memilih simpanan permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan memilih simpanan Permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto?
6. Bagaimana pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih simpanan Permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian.

1. Untuk menjelaskan produk simpanan permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto.
2. Untuk menjelaskan harga simpanan permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto.
3. Untuk menjelaskan keputusan menjadi anggota memilih simpanan permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto.
4. Untuk menganalisa pengaruh produk terhadap keputusan anggota memilih simpanan permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto.
5. Untuk menganalisa pengaruh harga terhadap keputusan memilih simpanan Permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto.
6. Untuk menganalisa pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih simpanan Permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto.

D. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian bermanfaat untuk banyak pihak, yang dapat dirangkai dari tujuan penelitian yaitu:

1. Kegunaan secara teoritis

Berdasarkan hasil kajian ini sangat diinginkan semoga dapat menambah khazanah ilmiah, terutama berkenan dengan kualitas pelayanan, strategi promosi dan juga peningkatan nasabah di KSPPS BMT Permata.

2. Kegunaan Praktis.

- a. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih simpanan permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto.

b. Bagi Akademik.

Hasil penelitian ini diharapkan bisa untuk informasi dan literatur tambahan bagi seluruh mahasiswa FEBI khususnya jurusan Perbankan Syariah untuk menambah keilmuan serta pengetahuan

c. Bagi Penulis.

Penelitian ini dilakukan guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE). Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu cara untuk mengukur kemampuan peneliti dalam menerapkan ilmu yang di dapat pada bangku perkuliahan.

E. Hipotesis Penelitian.

1. H_{01} : Tidak ada pengaruh produk terhadap keputusan memilih simpanan Permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto.

H_{a1} : Adanya pengaruh produk terhadap keputusan memilih simpanan di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto.

2. H_{02} : Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan memilih simpanan permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto

H_{a2} : Adanya pengaruh harga terhadap keputusan memilih simpanan permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto.

3. H_{03} : Tidak ada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih simpanan permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto

H_{a3} : Adanya pengaruh produk dan harga terhadap keputusan memilih simpanan permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto.

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang berjudul Pengaruh Sumber Daya Manusia dan Proses Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada BMT PETA Cabang Jombang disusun oleh

Yunias Rizki Agnes (2021)²¹. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yunias disimpulkan bahwa terdapat pengaruh sumber daya manusia dan proses terhadap keputusan menjadi nasabah di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto, berdasarkan hasil uji korelasi. Menunjukkan bahwa variabel sumber daya manusia dan proses memiliki pengaruh secara simultan.

Persamaan antara penelitian Yunias dengan penelitian ini adalah keduanya menggunakan metode penelitian kuantitatif. Terdapat perbedaan pada variabel terikatnya adalah keputusan pemilihan produk simpanan syariah. Variabel bebas dalam penelitian Yunias adalah 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 ini dilakukan di KSPPS BMT Permata kota Mojokerto.

2. Penelitian yang berjudul Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Penabung pada Bank Syariah, disusun oleh Najilla Aurora Dytia (2021)²². Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Najilla disimpulkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Pengaruh simultan sebesar 85,1% yang menunjukkan bahwa harga berperan besar dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung, sementara 14,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain

Persamaan antara penelitian Najilla dan penelitian ini terletak pada fokus yang sama tentang keputusan nasabah, serta keduanya menggunakan metode penelitian kuantitatif. Namun perbedaannya terletak pada variabel bebas, yang digunakan Najilla hanya menggunakan satu variabel bebas yaitu harga, sedangkan pada

²¹ 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)

²² Najilla Aurora Dytia, "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Penabung Pada Bank Syariah" (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2021).

penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu produk dan harga. Selain itu, objek penelitian Najilla yaitu Mahasiswa prodi perbankan syariah IAIN Kediri angkatan 2016 sedangkan pada penelitian kali ini yaitu nasabah simpanan permata di KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto.

3. Penelitian yang berjudul Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan, disusun oleh Sevi Lailatul Chonifah (2020).²³ Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sevi, disimpulkan bahwa variabel harga dan pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembiayaan pada bank wakaf. Terdapat pengaruh yang signifikan dan searah antara harga dan pelayanan terhadap keputusan pembiayaan tersebut. Dengan tingkat pengaruh sebesar 59,3% sementara 40,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Persamaan antara penelitian Sevi dengan penelitian ini terletak pada fokus yang sama, yaitu keputusan nasabah, serta keduanya menggunakan metode kuantitatif. Perbedaannya terdapat pada salah satu variabel bebas yang digunakan, penelitian ini menggunakan variabel bebas harga dan produk, sedangkan penelitian Sevi menggunakan variabel harga dan pelayanan. Selain itu, lokasi penelitian juga berbeda pada penelitian kali ini penelitian terletak pada KSPPS BMT Permata Jawa Timur Kota Mojokerto sedangkan pada penelitian terdahulu penelitian terletak di Bank Wakaf Mikro Berkah Rizki Lirboyo.

4. Penelitian yang berjudul Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan nasabah Menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo, disusun oleh Arum Agustina Kusnaningtyas (2019)²⁴. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arum disimpulkan bahwa variabel produk dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan, selain itu

²³ Sevi Lailatul 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).

²⁴ Arum Agustina Kusnaningtyas, "Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo" (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo, 2019).

produk dan promosi juga secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 59,4%.

Persamaan antara penelitian Arum dan penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif serta fokus pada keputusan nasabah dalam menabung. Perbedaannya terletak pada variabel bebas yang digunakan. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah produk dan harga sedangkan pada penelitian Arum variabel bebasnya adalah produk dan promosi. Selain itu, objek penelitian juga berbeda dimana penelitian ini terletak pada KSPPS BMT Permata Kota Mojokerto sedangkan pada penelitian Arum dilakukan di BRI Syariah KCP Ponorogo.

5. Penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Mudharabah Koperasi LKSM Meriani Manaf Sejahtera Syaariah, disusun oleh Handika Pranata (2017)²⁵. Hasil penelitian yang dilakukan Handika, disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah mudharabah untuk menabung di koperasi LKMS Meriani Manaf Sejahtera Syariah. kualitas produk menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan nilai R square 0.374 sementara 62.6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Persamaan antara penelitian Handika dan penelitian ini adalah variabel Y yaitu keputusan menabung. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah pada pemilihan produk simpanan permata, sedangkan dalam penelitian handika, fokusnya adalah pada keputusan menabung nasabah mudharabah. Objek penelitian Handika yaitu di Koperasi LKMS Meriani

²⁵ Handika Pranata, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Mudharabah Koperasi LKMS Meriani Manaf Sejahtera Syariah" (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu, 2017).

Manaf Sejahtera Syariah, sedangkan pada penelitian kali ini yaitu di KSPPS BMT
Permata Jawa Timur Kota Mojokerto.