

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kegiatan ekonomi dan kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan karena manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain. Sepanjang perkembangannya, transaksi jual beli tumbuh semakin kompleks, menghasilkan pembentukan banyak lembaga keuangan untuk mengelola transaksi tersebut. (Hafsan, Efendi, dan Gani 2021). Keputusan Menteri Keuangan Nomor.792 Tahun 1999 tentang lembaga keuangan, lembaga keuangan ialah seluruh badan yang kegiatannya di bidang keuangan, dimana menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat paling utama yang bermanfaat guna membiayai investasi industri (Fatmah dan Fitri, 2014).

Salah satu lembaga keuangan Baitul Maal, telah menunjukkan karakteristik kebijakan terhadap kehidupan manusia sepanjang sejarah ekonomi umat Islam. Dengan memberikan dukungan kepada mereka yang membutuhkan dalam Islam disebut sebagai mustahik. Baitul Maal secara signifikan membantu umat Islam pada saat itu menjaga stabilitas ekonomi. Selain itu, terdapat sumber pendanaan dari Baitul Maal, antara lain uang zakat, infaq, sedekah, dan berbagai peraturan yang ditetapkan oleh khalifah umat Islam saat itu. Di penghujung abad ke-16 M, ketika khalifah (bentuk kepemimpinan rakyat) runtuh, lembaga ini sudah lenyap. agar satu-satunya sumber pendapatan yang tersisa bagi rakyat adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah (Rofi 2020).

Baitul Maal Tamwil pada hakekatnya merupakan pemajuan pemikiran ekonomi Islam, khususnya di bidang perbankan. Lembaga keuangan harus mampu bertahan dalam persaingan yang ketat untuk menjaring anggota baik dari kalangan bawah maupun kalangan atas, itulah yang disebut Baitul Maal Wa Tamwil sebagai kombinasi pertumbuhan yang sangat signifikan. Menabung atau meminjam uang berdasarkan cara berpikir manusia yang semakin canggih tidak hanya dilakukan di koperasi, tetapi saat ini telah memasuki lembaga keuangan bukan bank yang mereka tau yaitu Baitul Maal Wa Tamwil (Rofi 2020).

Kekurangan sumber daya ekonomi di kalangan masyarakat mendorong perkembangan lembaga keuangan Islam. Suatu lembaga yang tidak hanya berorientasi bisnis namun juga sosial. Tidak hanya itu diharapkan munculnya lembaga yang tidak melaksanakan pemusatan kekayaan pada sebagian kecil pemilik modal (shohibul maal) dengan kebanyakan orang, namun lembaga yang kekayaannya terdistribusi secara menyeluruh serta adil sehingga dapat mengurangi tingkat kemiskinan. Lembaga tersebut merupakan koperasi. Koperasi muncul menjadi pemecah atas keresahan penduduk golongan ekonomi lemah untuk memajukan usahanya sebab keterbatasan modal yang dimiliki. Akan tetapi sangat disayangkan koperasi konvensional masih mempraktikkan sistem bunga atau/riba, sedangkan dalam Islam perihal itu sangat dilarang. Hal itu menjadi salah satu aspek berdirinya koperasi yang berlandaskan syariah. Kelahiran koperasi syariah di Indonesia dilandasi oleh keputusan Menteri Koperasi serta UKM RI.No. 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tanggal 10 September 2004 tentang petunjuk penerapan aktivitas usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah. Keputusan menteri ini memfasilitasi berdirinya koperasi syariah jasa keuangan (KJKS) ataupun Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS), dengan terdapatnya sistem ini menolong koperasi serba usaha di Indonesia mempunyai unit jasa keuangan syariah (Fatmah dan Fitri, 2014).

BMT ialah lembaga keuangan syariah yang praktiknya mempunyai peran guna menjalankan, menekan dan meningkatkan keahlian kemampuan anggota. BMT juga mempunyai kedudukan untuk menaikkan mutu SDM anggotanya, serta berperan langsung dalam meningkatkan kemampuan masyarakat untuk membantu anggota yang merupakan pemilik dana (shohibul maal) dan pengguna dana (mudharib) untuk mengembangkan usahanya. (Musobih dan Mukarromah 2019).

UMKM bertindak dalam mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi. UMKM tumbuh pesat dari pada perusahaan besar. Ini menunjukkan bahwa sektor UMKM memiliki keunggulan di sektor pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan. UMKM telah muncul sebagai pasar yang sangat potensial bagi industri jasa keuangan. Hal ini berdasarkan pada tahun 1997-1998 setelah krisis, ketika jumlah UMKM tidak berkurang dan terus meningkat (Sofyan 2017).

Permodalan usaha mikro melalui BMT dinilai tepat karena BMT menggunakan sistem bagi hasil yang tidak memberatkan pelaku usaha. Melihat hal tersebut, BMT sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang mendukung masyarakat kelas bawah harus terus meningkatkan standarnya. Sistem ekonomi Islam perlu dipahami agar masyarakat tidak menjadi korban riba. BMT harus melakukan penanganan yang tulus agar dapat meningkatkan pembiayaan yang optimal bagi pemilik usaha mikro (Dewi dan Astari 2018).

Pembiayaan adalah layanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan lembaga keuangan lainnya dan individu. Menurut Keputusan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah No: 91/Kep/M.KUKMI/IX/2004 tentang petunjuk Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, pembiayaan merupakan tindakan yang membiayai investasi atau kerjasama permodalan antara koperasi dan anggota, calon anggotanya, yang mengharuskan penerima pembiayaan itu untuk melunasi pokok pembiayaan yang diterima kepada pihak koperasi sesuai akad disertai pembayaran sejumlah bagi hasil dari pendapatan atau laba dari kegiatan yang dibiayai atau penggunaan dana pembiayaan tersebut (Lestari dan Magnadi 2017).

Akad murabahah merupakan salah satu produk pembiayaan yang digunakan di BMT, dimana akad Murabahah suatu akad jual beli yang mana koperasi bertindak sebagai penjual dan anggota sebagai pembeli. Murabahah menjadi salah satu produk penyaluran dana yang sangat diminati BMT karena karakternya yang profitable, mudah dalam pelaksanaannya, BMT berperan sebagai pembeli dan penjual beberapa produk halal yang dibutuhkan anggota. Harga jual adalah harga beli koperasi ditambah keuntungan. Murabahah didefinisikan oleh fuqaha sebagai penjualan barang dengan harga pokok ditambah margin keuntungan yang disepakati (Melina 2020).

Komponen terpenting dalam jual beli adalah murabahah, yang juga mengatur pendapatan yang diperoleh koperasi dari produk yang ditawarkan dari lembaga keuangan syariah lainnya dan semua koperasi syariah. Islam menjelaskan jual beli merupakan salah satu cara untuk membantu sesama manusia yang diridhai Allah SWT.

Sebagaimana dalam firman Allah SWT. Dalam Al-Qur'an, yang artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesama mu dengan cara yang batil(tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka diantara kamu .Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepada mu.” (Q.S An nisa:29)

Koperasi Syariah Serba Usaha Salima (KOSSUMA) dibentuk sebagai wujud nyata dalam menjalankan program kerja departemen ekonomi dan kesejahteraan dibawah Organisasi Persaudaraan Muslimah (SALIMAH) sebagai mediator atas kebijakan dan program pemerintah ke masyarakat. Koperasi Syari'ah Serba Usaha Salima menawarkan bermacam ragam produk layanan dan diantaranya pembiayaan murabahah. Koperasi Syariah Serba Usaha Salima beroperasi sejak didirikan pada tanggal 27 September 2007 hingga saat ini, target sasaran kaum perempuan khususnya ibu-ibu majelis ta'lim di Kota Jambi.

Berikut data anggota Koperasi Syariah Serba Usaha Salima yang mengajukan pembiayaan murabahah dari tahun 2017 sampai 2021, sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Pembiayaan Murabahah pada Koperasi Syari'ah
Serba Usaha Salima Kota Jambi
Tahun 2018-2022

Tahun	Jumlah Pembiayaan Murabahah	Jumlah anggota
2018	Rp. 175.000.000.00,-	33
2019	Rp. 58.500.000.00,-	13
2020	Rp. 170.500.000.00,-	21
2021	Rp. 168.500.000.00,-	27
2022	Rp. 158.770.000,00-	27
Jumlah	Rp. 731.270.000,00-	121

*Sumber: data Koperasi Syari'ah Serba Usaha Salimah kota Jambi
diolah tahun 2023*

Berdasarkan table 1.1 terlihat bahwasanya anggota yang mengajukan Pembiayaan Murabahah selama lima tahun terakhir (2018-2022) di BMT Koperasi Syariah Serba Usaha Salima mengalami naik turun (Fluktuasi). Dimana pada tahun tahun 2018 yang mengajukan pembiayaan murabahah sebanyak 33 anggota dengan besaran pembiayaan sebesar Rp. 175.000.000,-, dan pada tahun 2019 mengalami penurunan yang signifikan yang mana anggota yang mengajukan Pembiayaan Murabaha dengan jumlah 13 anggota dengan besaran pembiayaan sebesar Rp. 58.500.000,-, yang dimana pada tahun 2019 dunia sedang dilanda musibah COVID-19. Kemudian pada tahun 2020 anggota yang mengajukan pembiayaan Murabahah mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya dengan jumlah 21 anggota dengan besaran pembiayaan sebesar Rp. 170.500.000,-, pada tahun 2021 meningkat kembali menjadi 27 anggota dengan besaran pembiayaan sebesar Rp.168.500.000,- dan pada tahun 2022 anggota yang mengajukan pembiayaan tidak mengalami perubahan dimana yang mengajukan sebanyak 27 anggota yang mengajukan Pembiayaan Murabahah Di BMT Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi.

Pentingnya peran pemasaran dalam peningkatan minat beli terhadap produk atau jasa. Pemasaran merupakan suatu alat untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia (Kotler 2009). Product (produk), pricing (harga), location (tempat), promotion (promosi), people (orang), physical proof (bukti

fisik), dan process (proses) merupakan 7P pemasaran jasa (Tjiptono 2014). Agar suatu bisnis dapat bersaing di pasar, hal-hal tersebut seringkali diolah menjadi keunggulan kompetitif.

Tjiptono menyatakan bahwa memilih pembelian adalah proses pemecahan masalah yang melibatkan pengumpulan informasi merek atau produk tertentu dan mengukur seberapa baik setiap alternatif dapat mengatasi masalah tersebut, serta membuat keputusan untuk membeli dan kemudian merespons secara bertanggung jawab.(Tjiptono 2014). bauran pemasaran Untuk memenuhi keinginan nasabah dan mencapai tujuan perusahaan, rencana baru harus dibuat dan dilaksanakan.

Research gap diantara beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan, tentunya dengan tema yang serupa. Penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya dan Ariyanti 2018) menunjukkan bahwa produk, tempat, proses, dan orang berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Kemudian pada penelitian (Sujono dan Wibowo 2020) menunjukan bahwa produk, harga, promosi, dan tingkat margin berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah mengambil keputusan. Sementara penelitian (Mulyana et al. 2024) menunjukan promosi dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Berdasarkan rangkuman di atas, penulis tertarik untuk mengetahui lebih jauh mengenai bauran pemasaran agar target pasarnya tertarik untuk mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima adapun judul yang akan diangkat oleh penulis kali ini adalah “PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA PENGAMBILAN PEMBIAYAAN DI KOPERASI SYARI’AH SERBA USAHA SALIMA KOTA JAMBI”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi?

2. Apakah Harga Berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi?
3. Apakah Promosi Berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi?
4. Apakah Tempat Berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi?
5. Apakah Orang Berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi?
6. Apakah Bukti Fisik Berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi?
7. Apakah Proses Berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi?
8. Variabel manakah dari bauran pemasaran yang paling dominan terhadap anggota pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pokok masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Mengetahui apakah terdapat pengaruh dari produk terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi
2. Mengetahui apakah terdapat pengaruh dari harga terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi
3. Mengetahui apakah terdapat pengaruh dari promosi terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi
4. Mengetahui apakah terdapat pengaruh dari tempat terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi
5. Mengetahui apakah terdapat pengaruh dari orang terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi
6. Mengetahui apakah terdapat pengaruh dari bukti fisik terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi.
7. Mengetahui apakah terdapat pengaruh dari proses terhadap keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi
8. Mengetahui variabel manakah yang paling dominan dari bauran pemasaran dalam keputusan anggota mengajukan pembiayaan di Koperasi Syariah Serba Usaha Salima Kota Jambi.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian dapat dia, bil dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi BMT Koperasi Syari'ah Serba Usaha Salim

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai masukan serta informasi tentang masalah yang perlu diadakan perbaikan dan pembenahan serta kualitas produk, khususya bagi Koperasi Syai'ah Serba Usaha Salima

2. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini menammbah penegtahuan dan menjadikan sumbangan informasi khususnya bagi Koperasi Syariah Serba Usaha Salima

3. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menerapkan keterampilan dan ilmu pengetahuan dari bangku kuliah. Peneliti memperoleh pengalaman dan ilmu baru mengenai penerapan promosi pembiayaan murabahah di BMT Koperasi Syari'ah Serba Usaha Salia Kota Jambi.