

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Lembaga keuangan memegang peranan penting dalam kehidupan suatu negara, khususnya bagi negara berkembang seperti Indonesia. Berbagai jenis lembaga keuangan, bank dan non-bank, hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat<sup>1</sup>. Perusahaan yang menjalankan usaha di bidang industri jasa keuangan disebut dengan lembaga keuangan. Artinya, operasional lembaga ini, termasuk pengumpulan uang tunai masyarakat dan jasa keuangan lainnya, Akan selalu terhubung dengan industri keuangan.<sup>2</sup> Berdasarkan UU No. 14 Tahun 1967 tentang pokok-pokok Perbankan, pasal 1.b menyebutkan bahwa Lembaga keuangan adalah semua badan yang melalui kegiatan-kegiatannya di bidang keuangan menarik uang dari masyarakat dan menyalurkannya ke dalam masyarakat.<sup>3</sup> Kasmir mendefinisikan Lembaga Keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, menghimpun Dana, menyalurkan Dana atau kedua-duanya.<sup>4</sup>

Lembaga keuangan di Indonesia di Jabarkan menjadi dua yaitu lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah pada dasarnya berbeda dengan lembaga keuangan konvensional dalam

---

<sup>1</sup>[www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id), Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi, 23 September 2015, Diakses melalui: [http://www.depkop.go.id/uploads/tx\\_rtgfiles/permen\\_kukm\\_nomor\\_16\\_tahun\\_2015\\_tentang\\_pelaksanaan\\_kegiatan\\_uspps\\_oleh\\_koperasi](http://www.depkop.go.id/uploads/tx_rtgfiles/permen_kukm_nomor_16_tahun_2015_tentang_pelaksanaan_kegiatan_uspps_oleh_koperasi). pada tanggal 25 oktober 2023, pukul 14.23 wib

<sup>2</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di I Bndonesia*, (Jakarta: Kencana, 2017), 1

<sup>3</sup> Neni Sri Imaniyati, *Perbankan Syariah Dalam Perspektif Hukum Ekonomi*, (Bandung: Mandar Maju, 2013), 49

<sup>4</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 26

Hal tujuan, mekanisme, kewenangan, ruang lingkup dan tanggung jawabnya.<sup>5</sup> Perusahaan peserta usaha yang menyediakan layanan keuangan berdasarkan prinsip syariah dikenal sebagai lembaga keuangan syariah. Prinsip syariah adalah prinsip yang menghilangkan elemen yang dilarang Islam dan menggantinya dengan kontrak Islam tradisional<sup>6</sup>. Lembaga keuangan syariah lebih mengedepankan bagi hasil dan beberapa akad muamalah. Lembaga keuangan ini pada prinsipnya berperan sebagai lembaga perantara antara pihak yang kelebihan modal dan pihak yang kekurangan modal, dan mempunyai peran strategis dalam memajukan sektor perekonomian. Sebab, berkat keberadaan lembaga keuangan ini, pihak-pihak yang kekurangan modal tetap mempunyai kesempatan untuk mengembangkan usahanya dan terbantu dengan kehadiran lembaga keuangan tersebut.<sup>7</sup>

Salah satu lembaga keuangan syaria'ah yang berperan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat adalah Koperasi Syariah atau dikenal juga dengan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPP. SYARI'AH). Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPP. SYARI'AH) merupakan entitas keuangan mikro syariah yang unik dan spesifik khas Indonesia. KSPP. SYARI'AH merupakan koperasi yang usahanya meliputi simpan pinjam dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, meliputi pengelolaan zakat, infak/sedekah, dan wakaf.<sup>8</sup>Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPP. SYARI'AH) sebelumnya di sebut Koperasi Jasa

---

<sup>5</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan*, 2

<sup>6</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keangan Syari'ah*, 27

<sup>7</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan*,3

<sup>8</sup>Abdul Ghofur,*Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar, Paradigma, Pengembangan Ekonomi syariah*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017),128

Keuangan Syariah (KJKS) terlahir dari *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT). *Baitul Maal wat Tamwil* merupakan organisasi yang terdiri dari dua istilah: baitul mal dan baitul tamwil. *Baitul Maal* lebih fokus pada pengumpulan dan penyaluran Dana nonprofít, seperti zakat, infak, dan sedekah, sedangkan *Baitul Tamwil* fokus pada pengumpulan dan penyaluran Dana untuk tujuan komersial. Oleh karena itu, KSPP. SYARI'AH adalah lembaga yang termasuk baitul tamwil.<sup>9</sup>

KSPP. SYARI'AH merupakan lembaga yang lahirnya dari BMT, sebelum dikeluarkannya dasar hukum untuk KSPP. SYARI'AH telah diterbitkan terlebih dahulu dasar hukum untuk BMT. Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, yaitu UU No. 7/1992 tentang Perbankan dan PP No. 72 tentang Bank Perkreditan Rakyat, berkontribusi pada pembentukan BMT di Indonesia.<sup>10</sup>

Kemudian dasar hukum berdirinya KSPP. SYARI'AH yaitu dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah telah membawa implikasi pada kewenangan Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota di bidang Perkoperasian.<sup>11</sup> Seiring perkembangannya sampai saat ini jumlah koprasí simpan pinjam Pembiayaan syariah (KSPP. SYARI'AH) berjumlah 3.912, beranggotakan 4.6 juta orang dengan total *asset* Rp20.67 Triliun.<sup>12</sup> Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan KSPP. SYARI'AH ini semakin pesat, namun

---

<sup>9</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan*, 315-316

<sup>10</sup> *Ibid*, 317

<sup>11</sup> Press Realase, Deputi Pembiayaan Pada Acara workshoop, Outlook Usaha Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah 2016.

<sup>12</sup> Iwan Rudi Saktiawan, "Webinar KNEKS-IAEI: Peluang & Tantangan RUU Perkoperasian bagi Koperasi Syariah", (14 April 2023) diakses melalui <https://kneks.go.id/berita/565/webinar-kneks-iaei-peluang-tantangan-ruu-perkoperasian-bagi-koperasi-syariah?category=1>, pada tanggal 20 Oktober 2023, pukul 05.06 Wib

walaupun demikian, persaingan yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah maupun konvensional akan semakin ketat. Oleh karena itu, KSPP. SYARI'AH juga harus mampu menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggotanya.

Salah satu koperasi yang ada di Madura, Jawa Timur yaitu KSPP. Syari'ah BMT NU Jawa Timur. Lahirnya KSPP. SYARI'AH ini pertama kali pada tanggal 14 Juli 2004 yang terletak di kecamatan Gapura, Kabupaten Sumenep, Pendirian koperasi ini bermula dari keprihatinan para pengurus MCW Nahdatul Ulama Gapura terhadap keadaan warga Sumenep umumnya dan warga Kelurahan Gapura khususnya terhadap situasi penyaluran Pinjaman yang semakin meningkat, maraknya suku bunga hingga 50%/bulan yang jelas mencekik dunia usaha.<sup>13</sup>Seiring berjalannya waktu, perkembangan koperasi ini semakin pesat dengan banyaknya produk-produk berkualitas tinggi yang ditawarkan kepada masyarakat, baik berupa produk simpanan maupun tentunya pembiayaan tanpa bunga (RIBA). Oleh karena itu, tidak heran jika KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur banyak mendirikan cabang baru. Salah satu cabangnya ada di kecamatan Pasean, tepatnya di desa Tlontoraja, bersebelahan dengan pasar Pasean. Pendirian cabang ini terjadi pada tahun 2016 dan berlanjut sampai saat ini.

Tabungan *Mudharabah* (TABAH), produk penghimpun Dana syariah dengan akad mudharabah mutlaqah, merupakan salah satu produk unggulan yang ditawarkan KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur. Di sini nasabah berperan sebagai *Shahibul*

---

<sup>13</sup> BMT Nu Jawa Timur, Sejarah Singkat Lahirnya BMT Nu Jawa Timur, Di akses Dari <https://bmtnujatim.com>, pada Tanggal 5 September 2023 pukul 13.44 WIB.

*Mal* sedangkan bank berperan sebagai *Mudharib*. Hal ini tidak bertentangan dengan aturan syariah lainnya karena konsumen memberikan kendali *eksklusif* kepada *mudharib* atas pengelolaan dan tabungan *mudharabah*<sup>14</sup>. Keunggulan dari produk Tabungan *Mudharabah* ini yaitu setoran dan penarikannya dapat di lakukan kapan saja tanpa adanya batas waktu yang ditentukan oleh pihak koperasi dan Memperoleh Keuntungan bagi hasil Sebesar 40% dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*, serta seoran awal dari produk ini cukup dengan 10.000 dan untuk setoran selanjutnya minimal 2.500.<sup>15</sup> Dari apa yang di tawarkan oleh KSPP.Syariah BMT NU Jatim Cabang Pasean Pamekasan kepada anggota anggotanya, Terbukti dari tahun berdirinya sampai sekarang anggota dari Tabungan *Mudharabah* ini semakin meningkat, Berdasarkan data yang ada yaitu:

**Table 1.1**  
**Total Anggota Yang Menggunakan Tabungan *Mudharabah* (TABAH) Tahun 2016-2023 BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.**

NO	Tahun	Total Anggota
1	2016	366
2	2017	614
3	2018	816
4	2019	502
5	2020	410
6	2021	464
7	2022	424
<b>Jumlah Keseluruhan</b>		<b>3.596</b>

**Sumber:** KSPP. Syari'ah BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan (2024)

Dari tabel di atas dapat di lihat jumlah anggota tabungan Tabah mengalami kenaikan secara *Fluktuatif* dari tahun 2016 sampai 2022 terlihat peningkatan yang

<sup>14</sup> Ismail, *Perbankan syari'ah*, ( Kencana Prenada Media Grup: Jakarta, 2011), 89

<sup>15</sup> BMT Nu Jawa Timur, Di akses Dari <https://bmtnujatim.com>, pada Tanggal 27 Oktober 2023 pukul 13.44 WIB.

paling dominan pada tahun 2018 dengan jumlah 816, dan untuk tahun tahun berikutnya masih mengalami peningkatan walaupun tidak sedominan di tahun 2018, dengan jumlah total 3.596. Sehingga pada saat ini Tabungan TABAH Menjadi salah satu produk unggulan yang ada di KSP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan. Melihat tabel yang di tunjukkan dari data di atas tentunya tidak lepas dari usaha yang di lakukan oleh pihak KSP. SYARI'AH BMT NU itu sendiri dengan berbagai macam Cara untuk memperoleh nasabah sebanyak mungkin. Salah satu upaya yang di lakukan oleh KSP. Syari'ah BMT NU dalam menarik minat Anggota yaitu dengan melakukan promosi sebanyak mungkin.

Promosi menjadi salah satu faktor keberhasilan dari suatu lembaga keuangan dalam memasarkan produknya kepada calon nasabahnya, Jika suatu bank mengeluarkan suatu produk, calon nasabah perlu memahami informasi tentang produk tersebut seperti manfaat, biaya, tempat pembelian, dan keunggulan produk dibandingkan produk pesaing. Salah satunya adalah promosi, yaitu Cara khusus untuk menginformasikan kepada masyarakat atau calon konsumen tentang suatu produk. Tanpa promosi calon nasabah tidak Akan mengetahui produk yang ditawarkan bank, sehingga promosi merupakan Cara yang efektif untuk menarik calon nasabah dan mempertahankan barang pelanggan.<sup>16</sup>

Tujuan utama kegiatan promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi atau memikat dan mengingatkan konsumen tentang produk yang dimilikinya.<sup>17</sup> Promosi merupakan salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan

---

<sup>16</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 175.

<sup>17</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 3*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), 221-222.

suatu perusahaan atau organisasi, maka promosi merupakan salah satu senjata bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usahanya.<sup>18</sup> Promosi yang dilakukan oleh KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur yaitu dengan menyebarkan brosur dan mendatangi langsung ke kediaman para calon anggotanya atau bisa di sebut juga dengan istilah *Personal selling*.

Selain Promosi, Bagi Hasil juga menjadi hal yang sangat penting bagi suatu lembaga keuangan untuk bisa meyakinkan calon anggotanya menyimpkan Dananya. Karena memang pada kenyataannya banyak sekali nasabah yang menyimpan uangnya di lembaga keuangan bukan hanya agar uang mereka aman, akan tetapi mereka juga mencari keuntungan dari uang yang mereka simpan, maka dari itu Bagi Hasil akan menjadi salah satu faktor yang harus di perhatikan oleh lembaga keuangan tersebut. Nisbah adalah Rasio atau perbandingan atau Rasio pembagian keuntungan (bagi hasil) antara *shahibul mal* dan *mudharib*. Sedangkan Bagi Hasil menurut terminologi asing (*Inggris*) dikenal dengan *profit sharing*.

*Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba Hasil Usaha. Jadi Persentase keuntungan yang diterima *Shahibul Mal* dan *Mudharib* disebut pembagian keuntungan, dan diputuskan berdasarkan kesepakatan bersama. Alokasi kerugian tergantung pada bagian modal yang dikontribusikan oleh masing-masing peserta jika usaha mengalami kerugian akibat risiko usaha dan bukan karena kecerobohan *mudharib*. *Shahibul Mal* adalah satu-satunya pihak yang menanggung

---

<sup>18</sup> Ana Wafiyah. *Hasil Wawancara Langsung*, (Sukorejo, 21 Januari 2022).

kerugian dari bisnis *mudharib* karena dialah yang menanamkan seluruh modalnya di dalamnya. Oleh karena itu bagi hasil juga dikenal sebagai rasio keuntungan.<sup>19</sup>

Adapun penelitian yang di lakukan oleh Atanasius Hardian Permana Yogiarto yang berjudul, Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa perbankan Syari'ah Tabungan *Mudharabah* (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Pekalongan), menyatakan bahwa variabel Promosi berpengaruh Positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna Jasa Perbankan Syari'ah,<sup>20</sup> dan penelitian dari Titis Wulan Purnamasari," Pengaruh Pengetahuan Produk, Bagi Hasil dan pelayanan Terhadap keputusan Menjadi Nasabah di KSPP. SYARI'AH BMT Banjarnegara Cabang Punggelan (Studi Pada Nasabah Simpanan *Wadi'ah*), Hasil dari Penelitian ini mengatakan bahwa Bagi Hasil tidak berpengaruh Terhadap keputusan Menjadi Nasabah di KSPP. SYARI'AH BMT Banjarnegara Cabang Punggelan (Studi Pada Nasabah Simpanan *Wadi'ah*).<sup>21</sup> Hasil Wawancara yang telah di lakukan oleh peneliti kepada anggota KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean, yaitu kepada Kamila Warga desa Tlontoraja, dan Ani warga desa Batukerbuy<sup>22</sup>. Keduanya memiliki jawaban berbeda ada yang mengatakan bahwa promosi dan Bagi Hasil sangat berpengaruh terhadap keputusannya memilih produk tabungan

---

<sup>19</sup> Muhammad,"*Tekhnik Penghitungan Bagi Hasil dan Picing di Bank Syari'ah*", (Yogyakarta: UII Press, 2012), 99

<sup>20</sup> Atanasius Hardian Permana,"Yogi, Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa perbankan Syari'ah Tabungan *Mudharabah* (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Pekalongan),

<sup>21</sup> Titis Wulan Purnamasari," Pengaruh Pengetahuan Produk, Bagi Hasil dan pelayanan Terhadap keputusan Menjadi Nasabah Di KSPP. SYARI'AH BMT Banjarnegara Cabang Punggelan (Studi Pada Nasabah Simpanan *Wadi'ah*), (2022)

<sup>22</sup> Kamila dan Ani, Anggota KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Kabupaten Pamekasan, *Wawancara Secara Langsung* (1 Oktober 2023).



*Mudharabah* dan di sisi yang berbeda mengatakan bahwa promosi dan Bagi Hasil tidak berpengaruh terhadap keputusannya dalam memilih produk Tabungan *Mudharabah* di KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

Berdasarkan Latar belakang di atas dapat dilihat bahwa masih terdapat beberapa Perbedaan dari hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap keputusan anggota Tabungan *Mudharabah*, oleh Karena Itu peneliti memandang penting untuk membuktikan kembali pengaruh dari ketiga variabel tersebut, yaitu Variabel Promosi, Bagi Hasil, dan Keputusan, dalam Penelitian Ini Peneliti Memilih KSPP. SYARI'AH BMT NU Jatim Cabang Pasean Pamekasan menjadi objek penelitian karena selain merupakan LKS, Letak KSPP. SYARI'AH Ini Sangat Strategis yaitu berada di Tengah pusat perekonomian dan dekat dengan beberapa lembaga keuangan lainnya Seperti BMT UGT, KSPP. SYARI'AH NURI Jatim dan juga dekat dengan Pasar. Sehingga Membuat KSPP. SYARI'AH BMT NU Jatim Cabang Pasean Pamekasan mengalami persaingan yang cukup ketat, oleh karena itu sangat di butuhkan startegi pemasaran yang Epektif.

Bedasarkan Uraian Latar Belakang di atas dan GAP pada Penelitian Terdahulu, Serta dari hasil wawancara, Maka penulis Tertarik untuk Melakukan Penelitian dengan Judul **“Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi anggota Tabungan *Mudharabah* (TABAH) di KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan”**.

## **B. Rumusan Masalah.**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas maka muncul beberapa masalah sebagai berikut.

1. Apakah Promosi dan Bagi Hasil berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi anggota Tabungan *Mudharabah* (TABAH) di KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan?
2. Apakah promosi dan Bagi Hasil berpengaruh secara Parsial terhadap keputusan menjadi anggota Tabungan *Mudharabah* (TABAH) di KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan?
3. Seberapa Besar pengaruh variabel Promosi (X1) dan Bagi Hasil (X2) terhadap keputusan menjadi anggota Tabungan *Mudharabah* (TABAH) di KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah promosi dan Bagi Hasil berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi anggota Tabungan *Mudharabah* (TABAH) di KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.
2. Untuk mengetahui apakah promosi dan Bagi Hasil berpengaruh Secara Parsial terhadap keputusan menjadi anggota Tabungan *Mudharabah* (TABAH) di KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

3. Untuk mengetahui Seberapa Besar pengaruh variabel Promosi (X1) dan Bagi Hasil (X2) terhadap keputusan menjadi anggota Tabungan *Mudharabah* (TABAH) di KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan

#### **D. Asumsi Penelitian**

Asumsi adalah sesuatu yang dipikirkan oleh seseorang dan belum diketahui kebenarannya. Asumsi juga didefinisikan sebagai dugaan yang diterima sebagai landasan dasar berpikir yang dirumuskan secara jelas yang berguna untuk memperkuat masalah, menentukan objek penelitian, lokasi pengambilan data, dan alat pengumpulan data.<sup>23</sup> Asumsi sangat diperlukan dalam melakukan suatu penelitian, agar penelitian memiliki dasar berpijak yang kokoh terhadap masalah yang diteliti. Adapun Asumsi dalam Penelitian Ini yaitu:

1. Asumsinya bahwa Promosi yang efektif Akan meningkatkan kesadaran anggota simpanan tentang produk *mudharabah* yang di tawarkan oleh KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa timur Cabang Pasean.
2. Asumsinya bahwa semakin tinggi Bagi Hasil yang di tawarkan oleh KSPP. SYARI'AH BMT NU, Semakin besar kemungkinan anggota simpanan Akan memilih produk *mudharabah*.
3. Asumsinya bahwa anggota simpanan cenderung membuat keputusan berdasarkan tingkat keuntungan atau keuntungan yang diharapkan dari produk *mudharabah*.

---

<sup>23</sup> Feny Rita Fiantika, dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Padang: Get Press, 2022), 42.

## **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian ini adalah pernyataan sementara tentang masalah penelitian yang tidak jelas, sehingga harus diuji secara empiris.<sup>24</sup> Hipotesis penelitian ini adalah:

Ha.1 : Diduga Promosi dan Bagi Hasil secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan menjadi anggota pada produk Tabungan *Mudharabah* (TABAH)

di KSPP. SYARI'AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

Ha.2 : Diduga Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan menjadi Anggota pada

Produk Tabungan *Mudharabah* (TABAH) Di KSPP. SYARI'AH BMT NU

Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

Ha.3 : Diduga Bagi Hasil berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Anggota pada

Produk Tabungan *Mudharabah* (TABAH) di KSPP. SYARI'AH BMT NU

Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan.

## **F. Kegunaan Penelitian.**

Penulis berharap penelitian ini Akan menghasilkan manfaat secara teoritis dan praktis:

### **1. Kegunaan Secara Teoritis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan peneliti tentang bahasan. pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan

---

<sup>24</sup> Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), 27.

menjadi Anggota Tabungan *Mudharabah* (TABAH), Bagi Seluruh Akademisi, Khususnya Akademisi Prodi Perbankan Syariah.

**b. Bagi Akademisi**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk studi penelitian serupa dan meningkatkan pengetahuan mahasiswa IAIN Madura, khususnya mereka yang mengejar Prodi Perbankan Syariah.

**2. Kegunaan Secara Praktis.**

**a. Bagi BMT NU Jawa Timur Cabang Pamekasan.**

Agar BMT NU Cabang Pamekasan Jawa Timur Pamekasan dapat terus bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, maka temuan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan penilaian dan pemikiran untuk mengetahui sejauh mana pengaruh promosi dan bagi hasil terhadap keputusan menjadi anggota khususnya Tabungan *Mudharabah* (TABAH).

**b. Bagi Masyarakat.**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat menilai dan memilih perusahaan dan produk mana yang akan mereka pilih untuk menyimpan dananya.

**c. Bagi Peneliti Selanjutnya.**

Untuk menyempurnakan penelitian-penelitian sebelumnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur dan sumber data untuk penelitian selanjutnya.

## G. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan pada lembaga keuangan Mikro Syariah yaitu KSPP. Syari'ah BMT NU Jawa Timur cabang Pasean Pamekasan. Ruang lingkup penelitian mencakup batasan variabel yang diteliti dan lokasi penelitian.

### 1. Ruang Lingkup Materi.

Penelitian ini menggunakan dua variabel: satu variabel terikat/dependen (Y) kedua variabel bebas/independent (X1 dan X2). Variabel yang menjadi fokus penelitian tidak dapat dieksplorasi secara luas, sehingga materi yang Akan diteliti harus dibatasi, yaitu:

#### a. Promosi

Promosi termasuk pada variabel bebas/independent (X1). Adapun indikator dari Promosi adalah sebagai berikut<sup>25</sup>:

- 1) **Periklanan (*Advertising*)**, yaitu sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya.
- 2) **Promosi Penjualan (*Sales promotion*)**, yaitu promosi yang dilakukan untuk meraik nasabah agar nasabah tertarik untuk membeli setiap produk atau jasa yang di tawarkan oleh pihak bank.
- 3) **Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)**, yaitu kegiatan promosi yang dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari *cleaning servis*, satpam sampai

---

<sup>25</sup> Kasmir, *Manajemen perbankan*, (Jakarta : Rajawali Pers,2014), 246-249

pejabat bank. Secara khusus *personal selling* dilakukan oleh petugas *customer servis* atau *servis assistensi*.

- 4) **Publisitas (*Publicity*)**, yaitu kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, acara perlombaan serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.

### **b. Bagi Hasil**

Bagi Hasil termasuk pada variabel bebas/independent (X2). Adapun indikator dari Bagi Hasil adalah sebagai berikut:<sup>26</sup>

- 1) **Nisbah**, yaitu nisbah harus di dasarkan dalam bentuk presentase antara kedua belah pihak, bukan di nyatakan dalam nominal rupiah tertentu.
- 2) **Bagi untung dan bagi rugi**, Bila dalam akad mudhrabah ini mendapatkan kerugian, pembagian kerugian itu bukan berdasarkan atas nisbah, tetapi berdasarkan porsi modal masing-masing.
- 3) **Jaminan, ketentuan**, pembagian kerugian bila terjadi kerugian yang hanya di akibatkan oleh resiko bisnis bukan karena resiko karakter buruk mudharib.
- 4) **Menentukan Besarnya Nisbah keuntungan**, besaran nisbah di tentukan berdasarkan kesepakatan masing-masing pihak yang berakad. Jadi, angka besaran nisbah sebagai hasil tawar-menawar antara *shahibul mal* dan *mudharib*.

---

<sup>26</sup> Adiwarman Karim, *Bank Islam : Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta:Rajawali Pers,2013),198-199

### c. Keputusan Anggota.

Keputusan Anggota termasuk pada variabel terikat/dependent (Y). Adapun indikator dari Keputusan Anggota adalah sebagai berikut:<sup>27</sup>

- 1) **Kebutuhan**, Kebutuhan muncul dari ketidaksesuaian antara keadaan yang diidealkan dengan keadaan sebenarnya, atau yang dihadapi pelanggan. dengan kata lain, jika tidak ada perbedaan antara kondisi yang diharapkan dan kondisi sebenarnya, maka hal tersebut tidak diperlukan.
- 2) **Pencarian Informasi**, Untuk memaksimalkan penggunaan produk, alternatif optimal dipilih melalui pencarian informasi. Seseorang dapat memperoleh informasi baik dari sumber internal maupun eksternal.
- 3) **Evaluasi Alternatif**, Evaluasi Alternatif adalah langkah ketiga dalam proses pembelian pelanggan. Tergantung pada jenis produk dan kebutuhan pelanggan, setiap pembelian bersifat unik. Beberapa pembeli hanya ingin memenuhi kebutuhan jangka pendek, sementara yang lain ingin memperluas pengetahuannya dan seterusnya. Yang lain lagi membeli dengan tujuan meningkatkan status mereka.
- 4) **Keputusan Pembelian**, Mengikuti prosedur yang dijelaskan di atas, pelanggan memutuskan apakah akan melakukan pembelian atau tidak. Keputusan pembelian sering kali dibuat dengan lebih banyak pemikiran dan pertimbangan. Hasil menunjukkan keinginan untuk membeli kembali jika sesuai atau melampaui *ekspektasi*.

---

<sup>27</sup> Indrasari,M, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya : Unitomo Press, 2019)



**5) Perilaku Pasca Pembelian,** Istilah “perilaku pasca pembelian” menggambarkan perilaku dan sikap pelanggan setelah pembelian suatu barang atau jasa. Ini mencakup berbagai tindakan dan pola pikir yang mungkin muncul setelah pembelian.

## **2. Ruang Lingkup Lokasi.**

Penelitian dalam hal ini mengambil lokasi atau tempat penelitian di KSPP. SYARI’AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan, tepatnya di Sebelah barat pasar Pasean dekat Alfamart.

## **H. Kajian Penelitian Terdahulu**

Menghindari kesamaan dengan penelitian sebelumnya, penelitian sebelumnya harus dibahas sebagai referensi untuk judul yang Akan dibahas nantinya. Penulis melakukan penelitian literatur tentang tema Pengaruh Promosi dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan menjadi Anggota Tabungan *Mudharabah* (TABAH) di KSPP. SYARI’AH BMT NU Jawa Timur Cabang Pasean Pamekasan dan menemukan beberapa tema yang agak mirip dengan yang mereka pelajari:

1. Anastasius Hardian Permana Yogiarto "Pengaruh bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah Tabungan *Mudharabah* (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan), Tahun 2015.<sup>28</sup> Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif

---

<sup>28</sup> Atanasius Hardian Permana, "Yogiarto yang berjudul, Pengaruh Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pengguna jasa perbankan Syari'ah Tabungan Mudharbah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Pekalongan), (2015), 97

kuantitatif, dimana data yang diperoleh merupakan data primer seperti menyebarkan kuesioner atau angket kepada 100 orang responden sebagai sampel dalam penelitian ini. Hasil Dari penelitian ini menunjukkan bahwa bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan *Mudharabah* secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan dengan F hitung sebesar 54,907 dan F tabel sebesar 2,700 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena F hitung >F tabel ( $54,907 > 2,700$ ) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 (sig).

2. Edwin prassetio, “Pengaruh Tingkat Bagi Hasil, Penerapan Akad, Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap minat menabung pada lembaga keuangan perbankan syariah (studi kasus masyarakat tangerang selatan), Tahun 2017.”<sup>29</sup> Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menguji hipotesis yang telah ada untuk mencari kebenaran terkait hipotesis tersebut. Hasil pengujian membuktikan Variabel citra merek adalah yang paling dominan terhadap minat menabung masyarakat di antara variabel tingkat Bagi Hasil, penerapan akad, promosi, dan kualitas pelayanan. Nilai *p-value*nya  $0.000 < 0.05$ , yang menunjukkan bahwa variabel ini signifikan. Sementara  $T_{hitung} < T_{tabel}$  ( $0.6284 > 1.969$ ). Maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien citra merk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, Sedangkan untuk variabel lainnya masih di bawah dari variabel citra Merek.

---

<sup>29</sup> Edwin prassetio, “pengaruh tingkat Bagi Hasil, penerapan akad, citra merek, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada lembaga keuangan perbankan syariah ( studi kasus masyarakat tangerang selatan),” (2017), 93-97

3. Titis Wulan Purnamasari,” Pengaruh Pengetahuan Produk, Bagi Hasil dan pelayanan Terhadap keputusan Menjadi Nasabah Di KSPP. SYARI’AH BMT Banjarnegara Cabang Punggelan (Studi Pada Nasabah Simpanan Wadiah), Tahun 2022.<sup>30</sup> Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menguji hipotesis yang telah ada untuk mencari kebenaran terkait hipotesis tersebut. Setelah dilakukan perhitungan diperoleh t hitung berdasarkan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 2,865 dan nilai Sig. F 0,051. Nilai signifikan lebih dari 0.05 ( $0,051 < 0.05$ ) maka  $H_4$  di tolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ke tiga variabel secara simultan atau bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Dari hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) diketahui nilai *Adjust R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,077 atau 7,7% Ini berarti bahwa 7,7% dari penelitian ini dalam menjelaskan variabel dependen. Sedangkan sisanya 92,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini
4. Meli saputri, “Pengaruh Pengetahuan Produk, Bagi Hasil dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BMT Bina Masyarakat Utama Way Dari Bandar Lampung (Studi pada anggota simpanan *Wadi,ah*)”.<sup>31</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif artinya jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (peroleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi

---

<sup>30</sup> Titis Wulan Purnamasari,” Pengaruh Pengetahuan Produk, Bagi Hasil dan pelayanan Terhadap keputusan Menjadi Nasabah Di KSPP. SYARI’AH BMT Banjarnegara Cabang Punggelan (Studi Pada Nasabah Simpanan Wadiah),” (2022), 86

<sup>31</sup> Meli saputri, “Pengaruh Pengetahuan Produk, Bagi Hasil dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BMT Bina Masyarakat Utama Way Dari Bandar Lampung (Studi pada anggota simpanan *Wadi,ah*)”, (2017), 114-122

(pengukuran). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pengaruh Pengetahuan Produk, Bagi Hasil dan pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota, peneliti menguji dengan menggunakan uji F. yaitu dilihat dari tabel ANOVA, diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  (dalam hal ini menggunakan taraf signifikan  $\alpha=5\%$ ) dan nilai F hitung  $19,408 > F$  tabel 2,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh X1, X2, X3 secara simultan terhadap Y. Sedangkan hasil uji determinasi pada output model summary dari hasil analisa regresi berganda pada kolom *adjust R square* sebesar 0,359 yang berarti vektor independen dapat menjelaskan variabel independen sebesar 35,9%. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel terkait, seperti faktor produk dan lokasi.

**Tabel 1.2**  
**Persamaan dan Perbedaan**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Edwin Prassetio (2017)	Pengaruh Bagi Hasil, Bagi Hasil, penerapan akad, promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap minat menabung pada lembaga keuangan Perbankan syariah. (Studi Kasus Masyarakat Tangerang Selatan)	Variabel X1 dan X3 sama yaitu Bagi Hasil dan Promosi	Perbedaan: Variabel X dalam penelitian ini menggunakan empat variabel yang mana X2 dan X4 tidak sama dengan penelitian saya, dan Y dalam penelitian ini tidak sama dengan penelitian saya.
2	Atanasius Hardian permana Yogiarto (2015)	Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan	Variabel X1 dan X2 dan Y sama dengan penelitian saya	Perbedaan: Variabel x dalam penelitian ini terdapat 3 variabel sementara

		Penggunaan Jasa Perbankan Syari'ah Tabungan <i>Mudharabah.</i>		penelitian saya hanya 2 variabel.
3	Titis Wulan Purnamasari	Pengaruh Pengetahuan Produk, Bagi Hasil dan pelayanan Terhadap keputusan Menjadi Nasabah Di KSPP. SYARI'AH BMT Banjarnegara Cabang Punggelan (Studi Pada Nasabah Simpanan <i>Wadi'ah</i> )	Persamaan : Variabel X2 dan Y pada Penelitian Ini sama dengan penelitian saya	Perbedaan: Variabel X1 dan X3 tidak sama dengan penelitian saya karena dalam penelitian saya hanya terdapat Dua variabel.
4	Meli Saputri (2017)	Pengaruh Pengetahuan Produk, Bagi Hasil dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di BMT Bina Masyarakat Utama Way Dari Bandar Lampung (Studi pada anggota simpanan <i>Wadi,ah Personal</i> )	Persamaan : Variabel X2 dalam penelitian ini sama dengan penelitian saya, yaitu Variabel Bagi Hasil	Perbedaan : Objek Pada penelitian ini berbeda dengan objek penelitian saya, Tidak terdapat Variabel X1 dan X3 dalam penelitian saya, Yaitu Variabel Pengetahuan produk dan Pelayanan.

Sumber: data di olah tahun 2024

## I. Definisi Istilah

Untuk mencegah interpretasi yang berbeda dan makna yang tidak jelas, istilah didefinisikan. Peneliti kemudian mendefinisikan istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian. Berikut ini adalah definisi istilah tersebut. :

- 1. Promosi.** Promosi merupakan upaya untuk membuat pelanggan mengetahui produk yang ditawarkan perusahaan kepada mereka, sehingga Akan membuat mereka cukup senang untuk membeli produk tersebut.
- 2. Bagi Hasil.** Bagi hasil mengacu pada metode penerimaan pengembalian (keuntungan dari operasional perusahaan) yang tidak menentu dan tidak tetap dari kontrak investasi secara berkala. Tingkat pemulihan ditentukan oleh hasil komersial yang sebenarnya dicapai oleh bank syariah.
- 3. Keputusan Menjadi Anggota.** Keputusan Menjadi Anggota adalah proses yang dilakukan oleh Konsumen untuk mempertimbangkan sejumlah pilihan sebelum memilih satu atau lebih pilihan yang diperlukan untuk menjadi anggota, dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu.