

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi yang luar biasa untuk pengembangan lembaga keuangan syariah. Namun, Indonesia menghadapi beberapa tantangan dalam membangun lembaga keuangan syariah, yang membuat mereka kalah bersaing dengan lembaga keuangan konvensional¹. Tantangan Indonesia antara lain kurangnya kuantitas dan kualitas sumber daya manusia dalam pengembangan ekonomi syariah, kurangnya pengetahuan dan kesadaran tentang ekonomi syariah, kurangnya inovasi dan diferensiasi produk-produk yang ada di perbankan syariah, serta kurangnya bantuan pemerintah dalam bentuk regulasi atau penerbitan modal yang mendukung. Kekurangan yang menjadi tantangan bagi Indonesia dalam pengembangan lembaga keuangan syariah tentunya dapat segera diatasi, mengingat Indonesia memiliki banyak sekali penduduk yang lebih dari 80% beragama islam. Tentunya hal tersebut mempermudah pengembangan lembaga keuangan syariah, hanya perlu memastikan pengetahuan masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah.

Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi menurut prinsip-prinsip Islam. Pada awalnya, lembaga keuangan syariah dimaksudkan untuk menawarkan alternatif bagi bank dan lembaga keuangan

¹ Yayat Rahmat Hidayat, "Analisis Peluang Dan Tantangan Lembaga Keuangan Syariah Untuk Meningkatkan Daya Saing Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean", *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, Vol. 2, No. 2 (2018), 166.

konvensional lainnya yang menerapkan sistem riba, yang tentunya sudah diketahui bahwa agama Islam melarang keras adanya riba dalam tiap transaksi. Namun, pada akhirnya, lembaga keuangan syariah juga bisa menjadi pilihan bagi non-Muslim. Penerapan prinsip syariah membedakan lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional. Misalnya, dalam hal keuangan perusahaan, bank syariah hanya bersedia meminjamkan untuk kegiatan dan bisnis yang legal dan menguntungkan, sedangkan bank konvensional tidak menilai halal atau tidaknya suatu bisnis ketika memberikan pinjaman².

Majelis Ulama Indonesia (MUI), sebagai wadah para cendekiawan intelektual untuk bersatu serta sebagai badan tertinggi hukum Islam Indonesia. Pada tanggal 24 Januari 2004 MUI mengeluarkan fatwa nomor 1 yang melarang bunga bank berdasarkan hukum-hukum yang dipelajari dari Al-Qur'an, Hadits dan lain sebagainya³. Adapun ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang larangan riba dalam bertransaksi di dalam surat Al Imran ayat 130 yang berbunyi⁴:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (Q.S Al Imran : 130)

² Arief Budiono, "Penerapan Prinsip Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah", *Law and Justice*, Vol. 2, No. 1 (2017), 56.

³ Sandi Saputra and Selviani Selviani, "Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 Tentang Bunga Bank", *AL-Muqayyad*, Vol. 4, No. 1 (2021), 55.

⁴ Tafsir Web, Q.S Al Imran Ayat 130, diakses dari <https://tafsirweb.com/1262-surat-ali-imran-ayat-130>, pada tanggal 14 Maret 2023 pukul 19.27.

Fatwa MUI melarang bunga bank karena bunga bank yang terkait dengan riba dan riba sangat dilarang oleh Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW. Kehadiran fatwa MUI telah mendorong sejumlah pihak untuk menciptakan perbankan syariah. Pada kenyataannya, bank konvensional sekarang sudah mulai menawarkan layanan berdasarkan hukum syariah. Sebab, menurut minat masyarakat Indonesia, masa depan lembaga keuangan syariah cukup cerah. Prediksi tersebut mendorong para pelaku usaha untuk mendirikan perusahaan atau sebuah lembaga keuangan yang berbasis syariah, sehingga bukan hanya perbankan konvensional yang mulai menawarkan layanan berbasis syariah, namun banyak juga berdiri lembaga keuangan syariah seperti *Baitul Maal wat Tamwil*, Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah, dan lainnya.

Ide perbankan syariah secara teoritis pertama kali muncul pada tahun 1940 dengan konsep perbankan berbasis bagi hasil. Mesir adalah negara pertama yang menciptakan dan memperkenalkan perbankan Islam modern di luar negeri. Ketika perbankan syariah terus berkembang di tahun 1970-an, inisiatif untuk mendirikan bank syariah bersama bank konvensional mulai meluas ke sejumlah negara, termasuk Indonesia⁵. Umat muslim sadar akan kebutuhan, sehingga tidak mungkin untuk menolak imperialisme barat, yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kehidupan sosial, politik dan ekonomi. Negara-negara dengan penduduk muslim terbanyak ingin memutuskan hubungan dengan ide-ide ekonomi yang diimpor dari barat, tentunya ide-ide

⁵ Moh. Mardi, "Ekonomi Syariah: Eksistensi Dan Kedudukannya Di Indonesia", *Saujana: Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 1 (2021), 23.

maupun ilmu ekonomi barat tidak akan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, terutama masalah bunga bank. Akibatnya, masalah bunga bank menjadi salah satu aspek terpenting untuk mendirikan atau menciptakan bank syariah yang di dalam praktik transaksinya tidak terlibat dalam operasi berbasis bunga maupun segala jenis transaksi yang terdapat unsur ketidakjelasan.

Masyarakat Indonesia mempunyai pilihan yang tersedia ketika memilih lokasi, produk, dan bahkan apakah akan bekerja sama dengan industri perbankan yang sangat marak di Indonesia. Suku bunga, pengetahuan, promosi, religiusitas, pendapatan, dan kemajuan teknologi adalah beberapa elemen yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menabung dan meminjamkan uang atau dalam lembaga keuangan syariah disebut sebagai pembiayaan. Konsumen tentunya akan sangat selektif dalam memilih lembaga keuangan seperti apa yang akan ia cari untuk melakukan menabung atau melakukan pembiayaan yang amanah atau dapat dipercaya untuk menjaga aset yang berupa tabungan sejumlah uang serta menginginkan jaminan yang diajukan sebagai syarat pembiayaan dapat disimpan serta aman dari berbagai risiko.

Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang bagaimana kegiatan usaha baik berupa pelayanan maupun produk yang terdapat dalam perbankan syariah. Banyak individu memiliki persepsi yang salah tentang bank syariah, masih banyak yang beranggapan bahwa perbankan syariah tidak berbeda jauh dengan perbankan konvensional. Persepsi yang salah tersebut merupakan kendala bagi lembaga keuangan syariah dalam pengembangan lembaga keuangan syariah.

Untuk mendorong masyarakat agar benar-benar memahami dan siap untuk berpartisipasi dalam kegiatan usaha perbankan syariah, perlu memiliki pengetahuan, informasi dan kesadaran yang tepat tentang lembaga keuangan syariah. Keputusan nasabah untuk menggunakan lembaga keuangan syariah khususnya koperasi syariah dipengaruhi oleh beberapa variabel eksternal dan internal. Pilihan nasabah untuk memilih menggunakan layanan koperasi syariah tertentu dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut⁶:

Pertama, pengetahuan nasabah menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pilihan nasabah terhadap layanan koperasi syariah dengan kesadaran mereka. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan pengetahuan sebagai segala yang diketahui, akal, dan segala sesuatu yang diketahui tentang suatu pokok bahasan⁷. Dalam hal ini, pengetahuan nasabah terhadap koperasi syariah serta produk-produk yang ditawarkan oleh koperasi syariah tersebut, apabila pengetahuan dan pemahaman terhadap koperasi syariah cukup tinggi maka dapat mempengaruhi pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah. Dari observasi awal yang peneliti lakukan, dapat diketahui bahwa banyak nasabah di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik, pengetahuan nasabah tentang Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) serta produknya dapat terbilang cukup, namun ada beberapa nasabah yang masih memerlukan edukasi terkait Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan

⁶ Danang Prio Utomo, Huzain Jailani, and Regita Ayu Cahyati, "Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Koperasi Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Nur Hayyu Ambara NTB", *Iqtishaduna*, Vol. 12, No. 2 (2021), 162.

⁷ KBBI Daring, Pengetahuan, diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pengetahuan>, pada tanggal 14 November 2022 pukul 21.32

Syariah (KSPPS) serta produk yang ditawarkan, agar tidak memiliki persepsi bahwa lembaga keuangan yang berbasis syariah ini, sama dengan lembaga keuangan konvensional.

Kedua, promosi yang dilakukan oleh koperasi syariah menjadi faktor yang dapat mempengaruhi pilihan nasabah dalam menentukan lembaga keuangan mana yang akan dipilih. Promosi adalah taktik pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan, meyakinkan, mengingatkan, atau mempengaruhi pasar sasaran tentang bisnis dan produknya sehingga mereka terbuka untuk menerima, membeli, dan tetap setia pada barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan yang bersangkutan⁸. Dengan itu, semakin gencar promosi yang dilakukan koperasi syariah, maka semakin banyak pula yang mengetahui tentang koperasi syariah beserta produk-produk yang ditawarkan, sehingga besar kemungkinan mempengaruhi keinginan nasabah dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di koperasi tersebut. Dari observasi awal yang peneliti lakukan, dapat diketahui bahwa promosi di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik dilakukan dengan menerjunkan tim *marketing* untuk mempromosikan produk-produk atau layanan yang ada untuk memperoleh nasabah umum (bukan pihak terkait). Selain itu, strategi *marketing* yang digunakan ialah *Word of Mouth* atau bisa diartikan sebagai usaha pemasaran dari mulut ke mulut. Dengan menyebarkan informasi,

⁸ Onny Fitriana Sitorus and Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta: Fkip Uhamka, 2017), 8.

merekomendasikan produk dan membicarakan produk dengan menggunakan komunikasi secara lisan yang dilakukan oleh nasabah ke konsumen lainnya.

Ketiga, religiusitas memiliki pengaruh yang cukup positif terhadap pengaruh pengambilan keputusan nasabah muslim dalam memilih pembiayaan di koperasi syariah. Religiusitas adalah suatu pola pikir atau kesadaran yang bangkit dan dilandasi oleh pandangan atau gagasan keagamaan seseorang yang bertentangan dengan aturan tertentu. Seseorang dengan sikap religius adalah orang yang terdorong untuk bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip agama⁹. Agama memiliki peran penting dalam mengembangkan pengetahuan, sifat dapat dipercaya, dan sikap seseorang karena mengajarkan apa yang dapat diterima dan apa yang tidak, sehingga religiusitas seseorang dapat mempengaruhi keputusan dan keinginan nasabah. Dari observasi awal yang peneliti lakukan, dapat diketahui bahwa nasabah di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik mayoritas beragama Islam yang tentunya dapat disimpulkan bahwa religiusitas cukup baik dan menerapkan prinsip-prinsip syariah dengan menghindari transaksi keuangan yang terdapat unsur riba di dalamnya. Nilai-nilai religiusitas ini tidak hanya diterapkan oleh nasabah, namun juga karyawan KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik dengan menjunjung tinggi ketaatan beragama seperti pakaian yang dikenakan menutup aurat dan tidak ketat, selalu mengucapkan salam, kegiatan mengaji bersama setiap hari jumat, dan lain sebagainya.

⁹ Asri Handayani, Heru Aulia Azman, and Ismail Novel, "Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable", *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, Vol. 3, No. 1 (2019), 4.

Keempat, pendapatan menjadi salah satu faktor penggerak dan mengarahkan untuk mengambil pembiayaan untuk keperluan modal usaha maupun konsumtif. Penghasilan dapat dilihat sebagai jumlah uang yang diterima sebagai pembayaran atas layanan yang diberikan pada saat tertentu, atau dapat juga merujuk pada uang yang diterima sebagai pembayaran atas aset¹⁰. Terdapat korelasi yang kuat antara pendapatan dan tingkat konsumsi. Secara umum, seseorang akan mengutamakan kebutuhan pokok, dan ketika pendapatan naik, ia akan mengurus kebutuhan sekundernya. Dengan ini, pendapatan dapat dijadikan sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menjadi nasabah pembiayaan, tidak hanya masyarakat menengah kebawah yang memiliki pendapatan kecil saja yang dapat mengajukan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan, namun masyarakat menengah keatas yang memiliki pendapatan besar, banyak yang mengajukan pembiayaan dengan nominal yang lebih tinggi pula.

Dari observasi awal yang peneliti lakukan, dapat diketahui bahwa yang melakukan pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik, tidak hanya nasabah yang pendapatannya rendah, meskipun mayoritas nasabah yang melakukan pembiayaan memang memiliki pendapatan rendah sehingga nasabah tersebut membutuhkan bantuan dana untuk modal usaha, biaya pendidikan, dan lain sebagainya. Nasabah dengan pendapatan yang tinggi pun

¹⁰ Entika Indrianawati and Yoyok Soesatyo, "Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya", *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No. 1 (2015), 215.

banyak yang melakukan pembiayaan yang nominal pengajuannya cukup besar yang digunakan untuk keperluan yang bersifat konsumtif.

Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menjadi nasabah di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik tidak hanya di pengaruhi oleh faktor internal saja, namun dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal antara lain lokasi, yang mana KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik terletak di pusat kota yang mana tidak terjangkau oleh masyarakat yang ada di pinggiran kota Gresik, hal tersebut dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam membuat keputusan menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik. Selain itu, sosial juga merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik. Sosial yang dimaksud ialah status sosial yang dimiliki seseorang tentunya memiliki pengaruh terhadap pengambilan sebuah keputusan. Pengaruh sosial sendiri bisa merupakan pengaruh dari keluarga atau bahkan rekan kerja.

KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik ialah koperasi berbasis syariah yang menyalurkan dana internalnya untuk Masjid Nurul Jannah, Panti Asuhan Nurul Jannah, serta penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan kepada karyawan PT. Petrokimia Gresik dan anak perusahaannya saja, yang kemudian mulai membuka peluang bagi nasabah yang bukan karyawan seperti pedagang, guru, dan pegawai swasta lainnya. KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik ini memiliki produk pembiayaan bagi nasabah terkait maupun tidak terkait dengan menggunakan akad Murabahah. Pembiayaan murabahah merupakan salah satu

akad pembiayaan yang banyak sekali diterapkan dalam lembaga keuangan bank dan bukan bank. Banyaknya penerapan akad murabahah di lembaga keuangan bank dan bukan bank ini dikarenakan mudahnya perhitungan nisbah bagi hasil untuk nasabah atau anggota maupun dengan lembaga keuangan bank dan bukan bank. Akad Murabahah adalah suatu kegiatan jual beli dalam islam yang dimana kedua belah pihak tersebut merasa rela, pihak pertama menerima benda atau barang, pihak yang lainnya mendapatkan keuntungan dari transaksi jual beli tersebut sesuai dengan perjanjian atau akad yang telah disepakati.

Akad Murabahah di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik merupakan pembiayaan untuk modal usaha khusus nasabah atau anggota yang merupakan karyawan PT. Petrokimia Gresik dan anak perusahaanya, bisa juga untuk nasabah umum yang bukan merupakan karyawan atau anggota. Namun untuk pembiayaan murabahah di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik ini tidak memiliki konsep KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik akan membelikan barang yang kemudian dijual kepada nasabah, namun lebih ke arah utang piutang.

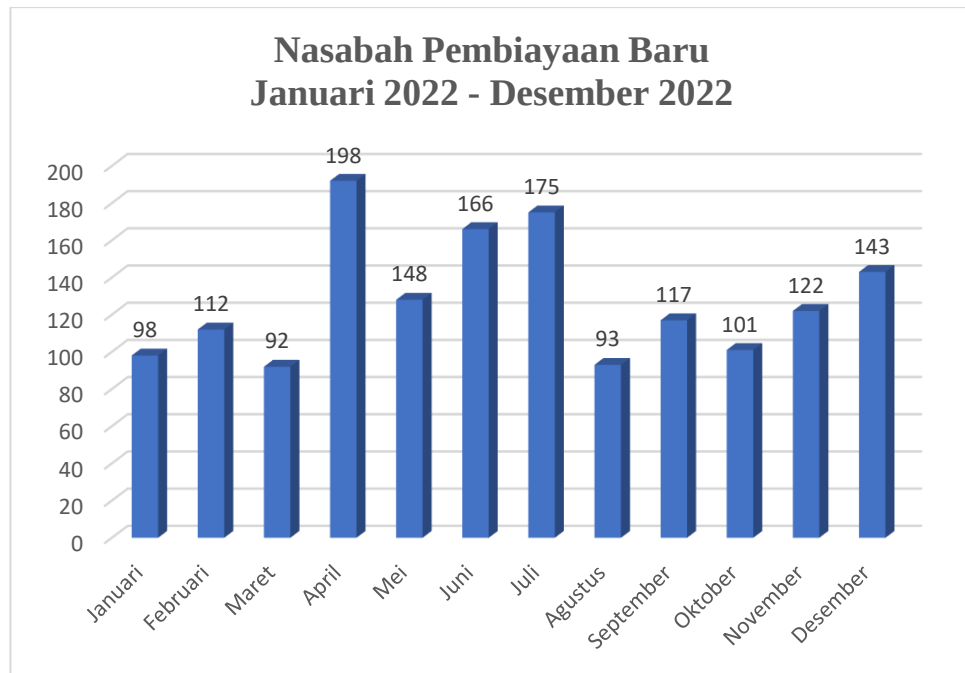
Sistem syariah tidak ada riba ataupun bunga, tapi ada sistem bagi hasil yang tentunya telah disepakati oleh kedua belah pihak. Bagi hasil untuk pembiayaan dengan prinsip syariah ini terbilang cukup kecil, dan terdapat perbandingan bagi hasil 70% : 30%. Pihak pertama yaitu nasabah mendapat bagian 70%, sedangkan lembaga keuangan mendapatkan 30% keuntungan dari pembiayaan yang tentunya dari dana keuntungan tersebut dialokasikan kembali untuk pembiayaan masyarakat atau UMKM yang membutuhkan suntikan dana atau tambahan modal. KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik berbeda dengan

koperasi simpan pinjam lainnya yang presentase bagi hasilnya lebih tinggi dibandingkan KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik, meskipun koperasi lainnya berbasis syariah juga, seperti koperasi karyawan PT. Petrokimia Gresik selain KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik yang perbandingan bagi hasilnya 60% : 40 %. Pihak pertama yaitu nasabah mendapat bagian 60%, sedangkan lembaga keuangan mendapatkan 40% keuntungan dari pembiayaan¹¹.

KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik menggolongkan nasabah pembiayaan menjadi dua golongan yaitu nasabah terkait dan tidak terkait (umum). Nasabah terkait merupakan nasabah dari perusahaan yang bekerja sama dengan KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik seperti PT. Petrokimia Gresik dan anak perusahaannya. Sedangkan nasabah tidak terkait merupakan golongan nasabah umum seperti pelaku UMKM, Guru, dan lain sebagainya. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa banyak peminat yang melakukan pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik, tercatat sebanyak 1965 nasabah aktif yang melakukan pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah per Desember 2022. Dapat diketahui terjadinya peningkatan dan penurunan nasabah pembiayaan periode Januari 2022 – Desember 2022 adalah sebagai berikut:

¹¹ Farid Ardyansyah and Nely Agustin, "Implementation of Profit Sharing System In Murabahah Financing at KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik", *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*, Vol. 1, No. 1 (2022), 159.

Gambar 1.1 Nasabah Pembiayaan Baru



Sumber: Data Primer KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik (2022)

Dari diagram di atas, dapat dilihat bahwa terjadi kenaikan yang cukup signifikan pada bulan April 2022 dimana pada bulan tersebut merupakan bulan *Ramadhan* dan menjelang hari raya *Idul Fitri*. Pada bulan Juni adanya penerimaan siswa baru. Pada bulan Juli merupakan bulan *Dzulhijah* dan menjelang hari raya *Idul Adha*. Pada bulan Desember merupakan hari raya Natal dan menjelang tahun baru. Sehingga, terjadinya kenaikan yang signifikan ini diakibatkan adanya hari-hari tertentu yang mendorong nasabah untuk melakukan pembiayaan. Pada diagram di atas, fenomena naiknya pembiayaan pada saat bulan puasa dan menjelang hari raya *Idul Fitri* dipergunakan untuk keperluan modal usaha kue untuk lebaran, tentunya ada hal yang mempengaruhi nasabah dalam memilih lembaga keuangan mana yang akan dituju.

Penelitian ini dapat menunjukkan seberapa penting pengetahuan, promosi, religiusitas dan pendapatan konsumen yang tentunya sangat mempengaruhi pengambilan keputusan menjadi nasabah di koperasi syariah. Ada kesimpulan dari penelitian sebelumnya tentang pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan yang diteliti oleh Almusrijah Aini. Penelitian tersebut menunjukkan pengetahuan, kualitas layanan, dan religiusitas yang merupakan tiga variabel independen memiliki dampak yang baik pada pengaruh seseorang memutuskan untuk bergabung menjadi nasabah. Strategi terbesar untuk memperbanyak anggota Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) atau pilihan untuk bergabung adalah mengedukasi anggota tentang produk, memberikan pelayanan terbaik kepada setiap anggota, dan menjunjung tinggi ketaatan beragama serta selalu mengedepankan nilai-nilai religiusitas di Baitul Maal Wa Tamwil BMT¹².

Hasil penelitian Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda tentang pengaruh religiusitas dan persepsi nasabah terhadap keputusan konsumen menjadi anggota juga menunjukkan religiusitas yang baik atau tinggi akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih bank syariah. Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa pengaruh religiusitas sejalan dengan keputusan memilih bank syariah. Pengaruh persepsi menunjukkan bahwa persepsi nasabah secara langsung mempengaruhi pilihan bank syariah, dengan kata lain, semakin tinggi persepsi pelanggan, semakin besar pengaruhnya terhadap

¹² Almusrijah Aini, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)", *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, Vol. 1, No. 1 (2022), 104.

pilihan tersebut. Di sisi lain, nasabah cenderung tidak akan memilih bank syariah ketika persepsi mereka lebih buruk¹³. Dua penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang positif bahwa pengaruh pengetahuan, promosi dan religiusitas mempengaruhi keputusan konsumen dalam menjadi nasabah pembiayaan di lembaga keuangan syariah. Dari kedua penelitian terdahulu tidak ada variabel pendapatan, sehingga peneliti menambahkan satu variabel lagi yaitu pendapatan, untuk menghindari kesamaan dengan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti ingin mengetahui dan memahami lebih lanjut tentang pengaruh secara parsial maupun simultan antara pengetahuan, promosi, religiusitas dan pendapatan konsumen terhadap keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan di suatu lembaga keuangan, yang tentunya memerlukan penelitian lebih lanjut. Dengan ini, penulis mengangkat judul **“Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Religiusitas Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik”**.

B. Rumusan Masalah

Hasil dari penjelasan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

¹³ Muhammad Zuhirsyan and Nurlinda Nurlinda, "Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah", *Jurnal Al-Amwal*, Vol. 10, No. 1 (2018), 60.

1. Apakah pengetahuan, promosi, religiusitas, dan pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik?
2. Apakah pengetahuan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik?
3. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik?
4. Apakah religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik?
5. Apakah pendapatan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi, religiusitas dan pendapatan konsumen terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik serta mengetahui variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan yang menjadi alasan konsumen untuk menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik.

2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini, peneliti berharap dapat menambah pengetahuan dan wawasan baru terkait bagaimana pengaruh pengetahuan, promosi, religiusitas dan pendapatan konsumen terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik serta mengetahui variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan yang menjadi alasan konsumen untuk menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik.

b. Bagi Akademisi Universitas

Adanya penelitian ini peneliti berharap membantu akademisi sebagai literasi kampus yang dapat dipertanggung jawabkan khususnya mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman UTM.

c. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap menambah pengetahuan dan wawasan baru terkait bagaimana pengaruh pengetahuan, promosi, religiusitas dan pendapatan konsumen terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik serta mengetahui variabel mana

yang memiliki pengaruh paling dominan yang menjadi alasan konsumen untuk menjadi nasabah pembiayaan di KSPPS BMT Nurul Jannah Gresik.

D. Kajian Pustaka

Agar penelitian mendapatkan hasil yang maksimal, peneliti memaparkan hasil penelitian terdahulu sebagai pedoman melakukan penelitian yang akan dilakukan, diantaranya yaitu:

1. Skripsi Faqih Wildan Hakim, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2020, dengan judul “*Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Bandar Lampung Tahun 2019)*”. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Faqih Wildan Hakim menunjukkan bahwa minat nasabah untuk menggunakan produk bank syariah dipengaruhi secara signifikan baik secara parsial maupun secara simultan oleh pengetahuan dan religiusitas. Temuan ini memberikan Bank Syariah Mandiri kesempatan untuk menyebarkan kesadaran layanan perbankan syariah di kalangan masyarakat umum. Orang akan lebih tertarik menggunakan produk bank syariah ketika pengetahuan dan religiusitas meningkat. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini adalah terdapat variabel bebas yang sama, yaitu variabel pengetahuan dan variabel religiusitas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini terletak

di variabel terikat yaitu minat nasabah menggunakan produk bank syariah sedangkan peneliti saat ini pengambilan keputusan menjadi nasabah, selain itu tempat dilakukannya penelitian berbeda.

2. Skripsi Mirna Dilla, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2019, dengan judul *“Pengaruh Religiusitas, Motivasi dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh”*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mirna Dilla menunjukkan bahwa Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen. Sementara itu, faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi dan besarnya bagi hasil berpengaruh besar terhadap pengambilan keputusan konsumen. Pengaruh simultan dari motivasi, besaran bagi hasil, dan agama berpengaruh besar terhadap pengambilan keputusan konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini adalah variabel bebas yaitu religiusitas dan variabel terikat pengambilan keputusan nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini terletak di tempat dilakukannya penelitian tersebut.
3. Skripsi Alfiatul Rohmaniah, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga 2019, dengan judul *“Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi, Brand Image terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat*

Kota Salatiga)". Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alfiatul Rohmaniah menunjukkan bahwa *brand image* dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen sedangkan pengetahuan, promosi dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini terletak pada variabel bebas yaitu pengetahuan dan promosi serta variabel terikatnya keputusan nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini terletak di tempat dilakukannya penelitian.

4. Skripsi Nirmalasari, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo 2021, dengan judul "*Pengaruh Pengetahuan Bagi Hasil terhadap Keputusan Menabung Mahasiswa di Bank Syariah*". Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nirmalasari menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan bagi hasil memiliki dampak yang sangat menguntungkan pada keputusan untuk menabung di bank syariah. Hal ini ditunjukkan dengan melihat Uji Parisal (uji t) yang menunjukkan bahwa temuan signifikan variabel independen memiliki pengaruh positif yang cukup besar. Menurut temuan penelitian, salah satu sumber daya penting yang dapat membantu orang meningkatkan keputusan untuk menabung di bank syariah adalah tingkat pengetahuan mereka. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini terletak pada variabel bebas yaitu pengetahuan serta variabel terikatnya keputusan nasabah. Perbedaan

penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini terletak di tempat dilakukannya penelitian.

5. Skripsi Wahyuddin, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo 2021, dengan judul *“Pengaruh pengetahuan, Lokasi, Promosi, terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank Syariah”*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyuddin menunjukkan bahwa pengetahuan, lokasi dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini ditunjukkan oleh uji f dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini terletak pada variabel bebas yaitu pengetahuan dan promosi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini terletak di variabel terikat yaitu minat nasabah menggunakan produk bank syariah sedangkan peneliti saat ini pengambilan keputusan menjadi nasabah, selain itu tempat dilakukannya penelitian berbeda.
6. Skripsi Aditya Dimas Priadi, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2019, dengan judul *“Pengaruh Pendapatan, Tingkat Pendidikan dan Kesehatan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Jasa Asuransi (Studi PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Kota Bandar Lampung)”*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aditya Dimas Priadi menunjukkan variabel pendapatan berpengaruh signifikansi terhadap

keputusan nasabah memilih jasa asuransi, variabel tingkat pendidikan berpengaruh signifikansi terhadap keputusan nasabah memilih jasa asuransi, variabel kesehatan tidak berpengaruh signifikansi terhadap keputusan nasabah memilih jasa asuransi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini terletak pada variabel bebas yaitu pendapatan dan variabel terikat keputusan nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini terletak di objek penelitian ini terletak di tempat dilakukannya penelitian.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibedakan menjadi lima bab antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian landasan teori membahas tentang teori-teori pendukung dari penelitian yang akan digunakan oleh peneliti sebagai penjawab permasalahan penelitian, teori di antaranya yaitu: Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah, Pengetahuan, Promosi, Religiusitas, Pendapatan, dan Keputusan Nasabah.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian metode penelitian membahas mengenai metode yang hendak diterapkan dalam mengolah data penelitian, seperti jenis penelitian, lokasi, pengukuran variabel penelitian, populasi, sampel, jenis serta sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan membahas mengenai gambaran secara rinci objek penelitian, deskripsi data penelitian dan hasil penelitian beserta rangkumannya.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup ini akan membahas tentang kesimpulan dan keseluruhan hasil penelitian serta saran untuk peneliti selanjutnya terkait variabel yang harus ditambahkan untuk penelitian terbaru.