

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masalah ekonomi pada prinsipnya akan melibatkan kepentingan manusia. Kemudian banyak ahli yang menempatkan ekonomi sebagai pokok bahasan ketika membahas persoalan-persoalan yang dihadapi oleh manusia.¹ Kehadiran ekonomi Islam di negeri ini mulai dirintis pada awal tahun 1990-an dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992.

Dalam dunia perbankan perekonomian, tampaknya masih buram sejak Indonesia terkena imbas dari krisis keuangan global yang terjadi di Amerika Serikat. Keadaan perbankan yang buruk dengan modal yang umumnya terbatas dan juga ketidak stabilan kondisi di sektor riil, mengakibatkan sebagian masyarakat khususnya pengusaha kecil kesulitan dalam memperoleh modal. Mereka menghadapi kesulitan untuk mengembangkan usahanya.

Padahal semua sektor ekonomi pada dasarnya memerlukan bantuan dari lembaga keuangan, guna meningkatkan modal usaha. Banyak sektor usaha yang berpeluang mendapatkan pinjaman dari bank, akan tetapi pada kenyataannya hanya pengusaha besar yang bisa memperoleh pinjaman modal, sementara pengusaha kecil masih mengalami kesulitan dalam memperoleh pinjaman modal.

¹ Arfin Hamid, *Membumikan Ekonomi Syariah di Indonesia: Perspektif Yuridis*, Jakarta, ELSAS, 2006, hlm. 310

Jadi bagaimana mungkin pengusaha kecil dapat mengembangkan usahanya, karena memang pada umumnya kendala yang sering dihadapi oleh pengusaha kecil adalah dalam hal mendapatkan tambahan modal yang dibutuhkan.

Sejalan dengan tersebut, dengan keluarnya Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 91/Kep/IV/KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah merupakan realisasi atas keperdulian pemerintah untuk berperan memberikan payung hukum atas kenyataan yang tumbuh subur dalam masyarakat ekonomi Indonesia terutama dalam lingkungan Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. Kenyataan itu membuktikan bahwa sistem ekonomi syariah dapat diterima dan diterapkan dalam masyarakat Indonesia bahkan mempunyai nilai positif dalam membangun masyarakat Indonesia dalam kegiatan ekonomi sekaligus membuktikan kebenaran hukum ekonomi syariah mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan sistem ekonomi komunis maupun ekonomi kapitalis.²

Mengingat mayoritas masyarakat Cirebon adalah Muslim dan merupakan nasabah potensial bagi Kopersi Jasa Keuangan Syariah dalam bekerja sama untuk melakukan pendanaan, pembiayaan, maupun penyaluran dana titipan dari Zakat, Infak, dan Shadaqoh. Koperasi Keuangan Jasa Syariah (KJKS) sebagai suatu badan usaha yang bertugas menghimpun dana dari anggota dan masyarakat untuk kesejahteraan bersama berlandaskan syariah, dimana salah satu kegiatan

² <http://edisi03.blogspot.com/2008/08/kjks-dan-ujks.html> tanggal 10 April 2012

Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) adalah mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi guna meningkatkan kualitas usaha skala mikro.

Hampir semua di lembaga keuangan syari'ah baik bank maupun non bank, nasabah atau mitra usaha dalam melakukan pembiayaan murabahah masih kurang, sehingga dalam pembiayaan lainnya khususnya pembiayaan murabahah belum begitu diminati oleh nasabah atau mitra usaha di bank maupun non bank?

Maka dari itu Penulis perlu mengidentifikasi permasalahan tersebut diantaranya :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan KJKS terhadap minat nasabah untuk melakukan pembiayaan murabahah.
2. Bagaimana dampak penyelesaian sengketa ada apa tidaknya dalam pembiayaan murabahah terhadap minat nasabah.
3. Apakah terdapat pengaruh strategi promosi pembiayaan murabahah terhadap minat nasabah.

Dari beberapa identifikasi masalah di atas, maka diperlukan tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan KJKS Perambabulan Al-Qomariyah dan sejauh mana tindakan yang telah dilakukan tentang pembiayaan murabahah.
2. Untuk mengetahui dampak penyelesaian sengketa ada apa tidaknya dalam pembiayaan murabahah terhadap minat nasabah.

3. Untuk mengetahui adakah pengaruh strategi promosi pembiayaan murabahah terhadap minat nasabah.

Untuk itu diperlukan adanya strategi promosi yang dilakukan terhadap pembiayaan murabahah untuk pengembangan yang berkelanjutan pada KJKS Perambabulan Al-Qomariyah dalam rangka membentuk citra positif bagi masyarakat sehingga semakin banyak masyarakat yang berminat untuk melakukan pembiayaan murabahah.

Di desa Panembahan Kecamatan Weru-Babadan Cirebon, telah berdiri suatu lembaga keuangan yang berbasis syariah yang dinamakan “Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Perambabulan Al-Qomariyah”. Salah satu kegiatan KJKS ini berbentuk simpan pinjam, dalam arti penghimpun dana dan menyalurkan dana dari masyarakat. Adapun dari segi pembiayaan produk yang telah ditawarkan oleh KJKS Perambabulan Al-Qomariyah itu sendiri meliputi tiga jenis pembiayaan, yaitu : Mudharabah, Musyarakah, dan Murabahah.

Namun pada kenyataannya dalam jenis pembiayaan murabahah yang ada pada KJKS Perambabulan Al-Qomariyah tersebut masih kurang diminati oleh masyarakat dalam melakukan kegiatan promosi, karena sebagian besar masyarakat lebih banyak memilih jenis pembiayaan musyarakah.

Maka dari pemaparan permasalahan di atas, maka penyusun tertarik dan merasa perlu melakukan penelitian di tempat tersebut dengan mengambil sebuah judul ***“Pengaruh Strategi Promosi Pembiayaan Murabahah Terhadap Minat Nasabah Pada KJKS Perambubulan Al-Qomariyah Babadan Cirebon”***.

B. Identifikasi Masalah

1. Wilayah Kajian

Wilayah kajian yang diambil dalam penelitian ini adalah Lembaga Perekonomian Umat, di dalam Lembaga Perekonomian Umat yang menyangkut perekonomian khususnya mengenai perkembangan manajemen koperasi dan kepentingannya bagi pertumbuhan perekonomian umat di dunia khususnya di Indonesia.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif, maka teknik pengumpulan data yang akan digunakan yaitu penyebaran kuesioner atau angket.

3. Pembatasan Masalah

- a. Pengaruh strategi promosi dan pembiayaan murabahah pada KJKS Perambabulan Al-Qomariyah.
- b. Minat nasabah terhadap pembiayaan murabahah pada KJKS Perambabulan Al-Qomariyah.

C. Perumusan Masalah

Dengan adanya pembatasan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Strategi apa yang diterapkan oleh KJKS Perambabulan Al-Qomariyah agar produk pembiayaan murabahah diminati nasabah?

2. Bagaimana tingkat minat nasabah pembiayaan murabahah KJKS Perambabulan Al-Qomariyah?
3. Apakah terdapat pengaruh strategi promosi pembiayaan murabahah terhadap minat nasabah?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, adalah untuk mengetahui tentang :

1. Untuk mengetahui gambaran strategi promosi yang diterapkan oleh KJKS Perambabulan Al-Qomariyah.
2. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat minat nasabah pembiayaan murabahah di KJKS Perambabulan Al-Qomariyah.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh strategi promosi pembiayaan murabahah terhadap minat nasabah.

E. Kegunaan Penelitian

1. Untuk lembaga keuangan Koperasi, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi manajemen koperasi dalam melakukan sosialisasi terhadap produk-produk yang dimiliki, sehingga koperasi dapat berkembang lebih maju dan dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat yang memanfaatkan jasa di koperasi.
2. Untuk penulis, penelitian ini merupakan pembelajaran nyata selama kuliah yang hanya mendapatkan teori saja.

- Untuk akademik, diharapkan hasil penelitian ini akan menambah khazanah pengetahuan ekonomi Islam khususnya mengenai perkembangan manajemen koperasi dan kepentingannya bagi pertumbuhan perekonomian umat.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian relevan atau penelitian yang terdahulu adalah penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan erat kaitannya dengan masalah-masalah penelitian yang dilakukan. Setelah melakukan penelusuran terhadap penelitian terdahulu yang masalahnya terdapat kaitannya dengan masalah yang akan diteliti, sebagai berikut :

No	Nama Peneliti / Tahun	Judul	Variabel	Hasil
1	Tita Maelani / 2010	Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Minat Nasabah Pembiayaan Mikro Stadi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Jatibarang Kabupaten Indramayu.	Strategi Pemasaran Dan Minat Nasabah.	Analisa Determinasi Kontribusi Yang Diberikan Strategi Pemasaran Hanya Sebesar 21, 25% Dan 78, 75% Dipengaruhi Oleh Faktor Selain Strategi Pemasaran, Diantara Faktor Lingkungan Seperti Keadaan Pasar, Persaingan, Dan Ekonomi.
2	Prasetyo Sudewo / 2009	Pengaruh Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Terhadap Minat Nasabah Stadi Kasus Pada Bank Mega Mitra Syariah Unit Rajagaluh.	Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Dan Minat Nasabah.	Hasil Penelitian Ini Menginformasikan Bahwa Strategi Pemasaran Produk Murabahah Menjadi Faktor Yang Sangat Penting Dalam Mencapai Minat Nasabah Melalui Persamaan Regresi Linier Sederhana. Dengan Demikian Minat Nasabah Setelah Dipengaruhi Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Memiliki Nilai Sebesar 2, 029%.
3	Maria Ulfah / 2012	Pengaruh Strategi Promosi Pembiayaan Mudharabah Terhadap Minat Nasabah Stadi Kasus Pada BMT EI-Kedawung.	Strategi Promosi Pembiayaan Mudharabah Dan Minat Nasabah	Strategi Promosi Pembiayaan Mudharabah Dengan Minat Nasabah Pada BMT EI-Kedawung Mendapatkan Hasil Yang Positif Kemudian Menggunakan Analisis Determinasi (Perentu) dan Diperoleh Data Yaitu Adanya Minat Nasabah BMT EI-Kedawung Yang diantaranya Disebabkan Oleh Penerapan Strategi Promosi Pembiayaan Mudharabah Sebesar 19,71%.

Secara umum ketiga hasil penelitian di atas terdapat kaitannya dengan masalah yang akan diteliti, yakni masalah aktivitas organisasi pengelola lembaga keuangan syari'ah. Akan tetapi secara khusus, tidak ada satupun dari ketiga hasil penelitian tersebut sama persis dengan masalah yang akan penulis lakukan penelitiannya. Oleh karena itu, penulis memandang penelitian yang berjudul "Pengaruh Strategi Promosi Pembiayaan Murabahah Terhadap Minat Nasabah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Perambabulan Al-Qomariyah Babadan-Cirebon" layak dan perlu untuk dilakukan penelitian.

G. Sistematika Penulisan

- Bab I Pendahuluan : Bab ini berisi tentang latar belakang masalah identifikasi masalah pembatasan dan perumusan masalah tujuan penelitian terdahulu dan kegunaan penelitian sistematika penulisan.
- Bab II Landasan Teori : Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai kedua variabel yaitu pengaruh strategi promosi pembiayaan murabahah dan minat nasabah, kerangka berfikir, hipotesis penelitian.
- Bab III Metode Penelitian : Bab ini berisi tentang sasaran dan lokasi penelitian yang akan dilaksanakan, metode penelitian dan teknik pengumpulan data, populasi dan teknik pengumpulan sampel, instrumen

penelitian, uji instrumen penelitian, teknis analisis data, hipotesis statistik.

Bab IV Pembahasan : Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan melalui pembahasan, meliputi deskripsi atau identitas responden, hasil penelitian yang telah dilakukan, dan pembahasan.

Bab V Penutup : Kesimpulan dan Saran.