

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Kurban merupakan ibadah dalam agama Islam dengan menyembelih hewan ternak seperti kambing dan sapi. Oleh karena itu, banyak masyarakat yang berusaha untuk menabung agar dapat melaksanakan ibadah kurban, terutama di tengah tingginya biaya yang dibutuhkan untuk membeli hewan kurban. Produk tabungan kurban hadir sebagai solusi untuk membantu umat muslim menabung dengan tujuan mempersiapkan dana kurban. Beberapa tahun terakhir, konsep tabungan kurban menjadi salah satu solusi untuk memudahkan umat menunaikan ibadah kurban.

Koperasi menjadi lembaga keuangan non bank yang banyak dipilih oleh masyarakat karena paling mudah diakses oleh masyarakat. Sebuah badan usaha yang memiliki dasar hukum dan dibentuk atas prinsip kekeluargaan serta demokrasi ekonomi disebut koperasi, yang di dalamnya beranggotakan sejumlah individu (Moron dkk, 2023). KSPPS merupakan suatu organisasi bisnis yang juga beroperasi, lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yaitu simpan pinjam (Annurroin & Husna, 2024). Koperasi tidak hanya sekedar lembaga keuangan, tetapi juga menjadi wadah bagi masyarakat untuk saling membantu dan memberdayakan satu sama lain. Dengan prinsip kekeluargaan yang kuat, koperasi memberikan akses yang lebih mudah bagi masyarakat, untuk mengelola keuangan mereka secara mandiri. Hal ini sejalan dengan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh. Berikut data rekapitulasi anggota koperasi di Indonesia:

**Tabel 1.1 Rekapitulasi Data Anggota Koperasi di Indonesia**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Anggota</b>
2019	22.463.738
2020	25.098.807
2021	27.100.372
2022	29.448,965
2023	28.984.292

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

Data nasional menunjukkan peningkatan jumlah anggota koperasi pada tahun 2019 hingga 2021, namun pada tahun 2022 jumlah anggota mengalami penurunan, meski demikian tahun 2023 kembali menunjukkan kenaikan jumlah anggota. Hal tersebut mencerminkan minat masyarakat terhadap koperasi yang masih tinggi. Menurut Fathudin dkk. (2021) minat adalah keinginan yang berasal dari diri seseorang terhadap suatu objek atau produk baik dari dalam diri maupun faktor luar. Sebagai salah satu Koperasi Syariah di Kabupaten Cirebon, KSPPS Perambabulan Makmur Abadi Cabang Babadan melalui tabungan kurban, yang menjadi solusi strategis untuk memenuhi kebutuhan keuangan masyarakat setempat. Berikut data jumlah anggota KSPPS Perambabulan Makmur Abadi Cabang Babadan tahun 2016-2023:

**Tabel 1.2 Data Anggota KSPPS Perambabulan Makmur Abadi Cabang Babadan Tahun 2016-2023**

Tahun	Anggota Koperasi
2016	928
2017	985
2018	1.026
2019	1.057
2020	1.237
2021	1.243
2022	1.552
2023	1.426

Sumber: KSPPS Perambabulan Makmur Abadi

Sesuai dengan data yang diperoleh di atas, jumlah anggota KSPPS Perambabulan Makmur Abadi Cabang Babadan menunjukkan tren kenaikan yang signifikan dari tahun 2016 hingga 2022, dengan angka tertinggi pada tahun 2022 sebanyak 1.552 anggota. Namun, terjadi penurunan pada tahun 2023 menjadi 1.426 anggota. Fenomena lonjakan signifikan jumlah peserta tabungan kurban pada tahun 2024 memberikan peluang untuk mengeksplorasi lebih jauh faktor-faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan tersebut.

Berdasarkan tren peningkatan jumlah anggota, terlihat bahwa koperasi ini memiliki reputasi baik di kalangan masyarakat Babadan dan sekitarnya. Fenomena lonjakan signifikan jumlah peserta tabungan kurban pada tahun 2022 memberikan peluang untuk mengeksplorasi lebih jauh faktor-faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan tersebut.

Tabungan kurban merupakan produk inovatif yang ditawarkan oleh KSPPS Perambabulan Makmur Abadi Cabang Babadan. Relevansi sosial dan agama tabungan kurban relevan dengan kebutuhan umat Islam yang ingin melaksanakan ibadah kurban tetapi terkendala oleh biaya. Produk ini menawarkan solusi praktis bermanfaat secara finansial dan religius fenomena meningkatnya minat data menunjukkan adanya peningkatan jumlah anggota tabungan kurban dari tahun ke tahun.

**Tabel 1.3 Data Anggota Tabungan kurban di KSPPS Perambabulan Makmur Abadi Cabang Cabang Babadan Tahun 2016-2023**

<b>Tahun</b>	<b>Anggota Tabungan kurban</b>
2019	132
2020	137
2021	157
2022	172
2023	172

Sumber: KSPPS Perambabulan Makmur Abadi

Berdasarkan tabel di atas keanggotaan tabungan kurban mulai tercatat pada tahun 2019 dengan 132 pengguna. Angka tersebut terus mengalami peningkatan setiap tahun hingga mencapai 172 pengguna pada tahun 2022 dan angkanya stagnan sampai tahun 2023.

Menurut hasil prasarvei yang telah dilakukan terlihat bahwa promosi yang dilakukan koperasi dinilai cukup menarik dan informatif. Selain itu *word of mouth* seperti dukungan teman, keluarga serta testimoni orang-orang yang pernah mengikuti program ini turut mempengaruhi keputusan. Gaya hidup anggota koperasi yang terencana dan religius menjadi salah satu pendorong dalam minat menggunakan tabungan kurban. Minat masyarakat dalam menggunakan produk tabungan kurban dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Winkel (2003) dikutip dalam Yanti (2023) Minat merupakan dorongan batin yang bersifat konsisten dan terarah, yang membuat seseorang memiliki ketertarikan terhadap suatu hal tertentu. Minat ini mencerminkan sejauh mana masyarakat tertarik dan tergerak untuk menggunakan layanan tabungan kurban, yang pada akhirnya dapat menjadi indikator keberhasilan program ini.

Penyebaran informasi melalui berbagai saluran media dapat menjadi bagian dari promosi yang dijalankan secara optimal. Promosi sendiri memiliki keterkaitan yang kuat dengan proses komunikasi. Saat perusahaan menciptakan produk baru, memodifikasi produk lama, atau berusaha meningkatkan penjualan barang maupun jasa yang telah tersedia, perusahaan perlu menyampaikan pesan pemasaran tersebut kepada calon pelanggan (Sarno dkk. 2022). Tingkat keberhasilan promosi dapat memengaruhi sejauh mana calon nasabah mengenali dan memahami produk tabungan kurban, yang pada gilirannya dapat mendorong peningkatan minat mereka. Penelitian oleh Kusri & Masturo (2023) menemukan bahwa promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah. Temuan ini diperkuat oleh riset yang dilakukan oleh Zainullah dkk. (2021), yang juga menyimpulkan adanya pengaruh signifikan promosi terhadap minat menabung. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh Nugrah dkk. (2023) di mana promosi secara parsial justru menunjukkan dampak negatif terhadap minat pembelian.

*Word of mouth* (WOM) menjadi salah satu elemen krusial yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih suatu layanan. Sweeney dkk. (2006) dalam kutipan Handayanto (2022) menjelaskan bahwa WOM adalah suatu mekanisme yang dapat memengaruhi pola pikir serta perilaku individu penerima pesan, melalui interaksi personal antara pihak pengirim dan penerima informasi. Karena berasal dari pengalaman langsung, WOM dianggap memiliki muatan emosional dan tingkat kepercayaan yang tinggi. Hal inilah yang mendorong calon nasabah untuk mencoba layanan tabungan kurban. Temuan dari penelitian Zainullah dkk. (2021) mengindikasikan bahwa *word of mouth* secara signifikan memengaruhi minat menabung. Hasil ini sejalan dengan riset Dafiq dkk. (2022) yang menunjukkan bahwa WOM juga berdampak besar terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah. Namun, berbanding terbalik dengan hasil penelitian Febryanti & Hasan (2022) yang mengungkapkan bahwa variabel *word of mouth* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli masyarakat.

Dalam konteks tabungan kurban, anggota koperasi yang telah merasakan manfaat dan kemudahan dari program ini cenderung berbagi pengalaman

mereka kepada keluarga dan teman teman. Penelitian ini akan menggali lebih dalam bagaimana rekomendasi pribadi, baik dari keluarga, teman, atau sesama anggota koperasi dapat mempengaruhi keputusan bergabung dalam program tabungan kurban.

Gaya hidup menggambarkan pola tindakan individu dalam menjalani hidupnya, termasuk cara mengelola keuangan serta memanfaatkan waktu yang dimiliki (Musthofa & Musfiroh, 2022). Selain itu, gaya hidup juga terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap ketertarikan seseorang, sebagaimana dijelaskan dalam penelitian yang menyatakan bahwa semakin baik gaya hidup yang dimiliki, maka semakin besar pula minat individu dalam melakukan suatu aktivitas tertentu (Musthofa & Musfiroh, 2022). Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Mifta Qurromah & Rafikasari (2021) menunjukkan bahwa gaya hidup secara parsial tidak memberikan pengaruh terhadap minat nasabah. Sebaliknya, hasil penelitian oleh Mifta Qurromah & Rafikasari (2021) mengindikasikan bahwa variabel gaya hidup memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat menabung. Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini akan difokuskan untuk menganalisis pengaruh promosi, *word of mouth*, dan gaya hidup terhadap minat dalam menggunakan produk tabungan kurban guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong masyarakat untuk ikut serta dalam program tersebut.

Dengan memperhatikan uraian latar belakang di atas, penulis terdorong untuk melakukan sebuah penelitian mengenai **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN TABUNGAN KURBAN DI KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS) PERAMBABULAN MAKMUR ABADI CABANG BABADAN KABUPATEN CIREBON”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi dalam penelitian ini masalah yang akan dibahas adalah:

1. Partisipasi anggota tabungan kurban masih rendah, meskipun jumlah pengguna tabungan kurban menunjukkan peningkatan, proporsi terhadap

- total anggota koperasi relative kecil, berkisar antara 11% hingga 13%. hal ini menunjukkan potensi partisipasi yang belum dimanfaatkan sepenuhnya.
2. Efektivitas promosi masih perlu ditingkatkan, walaupun ada indikasi bahwa promosi telah berhasil meningkatkan jumlah pengguna, efektivitas promosi koperasi dalam menjangkau lebih banyak anggota dan meningkatkan kesadaran terhadap manfaat tabungan kurban masih belum optimal.
  3. Peran *word of mouth* belum diketahui secara pasti, komunikasi dari mulut ke mulut dianggap sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan anggota untuk bergabung, tetapi sejauh mana pengaruhnya terhadap minat menggunakan tabungan kurban masih belum terukur secara spesifik.

### **C. Pembatasan Masalah**

Penetapan batasan masalah dilakukan agar fokus penelitian ini tetap tertuju pada inti persoalan dan pembahasan yang relevan, sehingga ruang lingkup kajian tidak melebar ke luar dari tujuan yang telah dirumuskan. Dengan adanya pembatasan ini, diharapkan arah penelitian tetap selaras dengan sasaran utama yang telah ditetapkan. Adapun ruang lingkup penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan kajiannya pada pengaruh promosi, *word of mouth*, dan gaya hidup terhadap minat dalam menggunakan produk tabungan kurban.
2. Subjek penelitian dibatasi hanya pada anggota KSPPS Perambabulan Makmur Abadi yang berada di Cabang Babadan, Kecamatan Gunung Jati, Kabupaten Cirebon.

### **D. Rumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat menggunakan produk tabungan kurban di KSPPS Perambabulan Cabang Babadan Kabupaten Cirebon?
2. Bagaimana pengaruh *word of mouth (WOM)* terhadap minat menggunakan produk tabungan kurban di KSPPS Perambabulan Cabang Babadan Kabupaten Cirebon?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap minat menggunakan produk tabungan kurban di KSPPS Perambabulan Cabang Babadan Kabupaten Cirebon?
4. Bagaimana promosi, *word of mouth (WOM)* dan gaya hidup secara simultan mempengaruhi minat menggunakan produk tabungan kurban di KSPPS Perambabulan Cabang Babadan Kabupaten Cirebon?

## **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat menggunakan produk tabungan kurban di KSPPS Perambabulan Cabang Babadan Kabupaten Cirebon.
- b. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *word of mouth (WOM)* terhadap minat menggunakan produk tabungan kurban di KSPPS Perambabulan Cabang Babadan Kabupaten Cirebon.
- c. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap minat menggunakan produk tabungan kurban di KSPPS Perambabulan Cabang Babadan Kabupaten Cirebon.
- d. Untuk menganalisis bagaimana promosi, *word of mouth (WOM)* dan gaya hidup secara simultan mempengaruhi minat menggunakan produk tabungan kurban di KSPPS Perambabulan Cabang Babadan Kabupaten Cirebon.

## 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara teoritis maupun aplikatif.

### a. Bagi masyarakat

Penelitian ini bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai dampak promosi, *word of mouth*, serta gaya hidup terhadap ketertarikan dalam menggunakan tabungan kurban, sekaligus membantu masyarakat dalam memahami manfaat tabungan kurban sebagai alternatif solusi dalam merencanakan ibadah kurban.

### b. Bagi pihak koperasi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam memahami faktor-faktor utama yang memengaruhi minat anggota untuk menggunakan tabungan kurban, serta menjadi pijakan dalam mengembangkan produk tabungan kurban secara lebih efektif.

### c. Bagi kalangan akademisi

Penelitian ini dapat memperkaya literatur ilmiah mengenai faktor-faktor yang memengaruhi ketertarikan masyarakat terhadap produk keuangan berbasis syariah, terutama dalam konteks tabungan kurban.

## F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini, maka peneliti menyusun penulisan skripsi ini dengan sistematika sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menguraikan tentang landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis teoritik.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

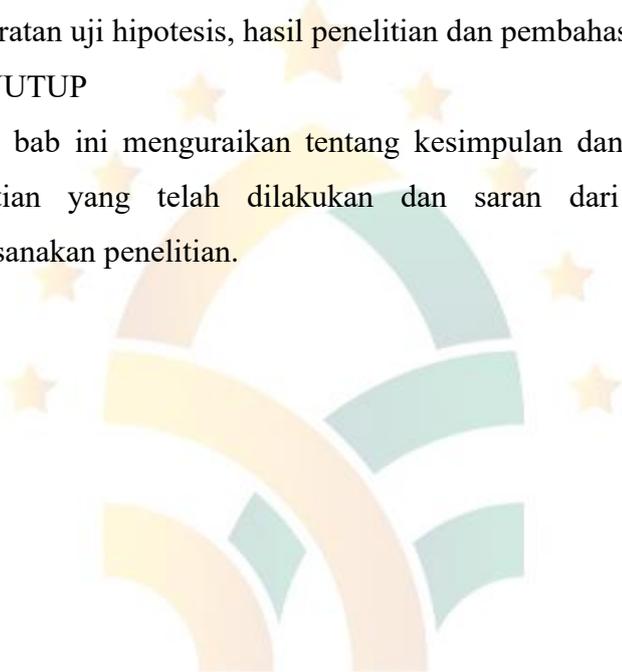
Dalam bab ini menguraikan tentang tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan tentang kondisi objektif penelitian, persyaratan uji hipotesis, hasil penelitian dan pembahasan.

### BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran atas hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran dari penulis dalam melaksanakan penelitian.



**UINSSC**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON