

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Koperasi merupakan salah satu lembaga keuangan yang membantu masyarakat dalam sektor mikro dan umkm, koperasi memiliki arti sebagai bagian integral yang tidak terpisahkan dari tata perekonomian suatu negara bukan hanya itu saja tapi koperasi juga diharapkan dapat membangun perekonomian masyarakat (Suprihati et al., 2021). Koperasi syariah merupakan koperasi yang memiliki prinsip dalam kegiatannya dan semua itu harus berlandaskan dari Alqur'an dan Assunah, koperasi merupakan salah satu lembaga yang sangat ideal dijalankan di negara Indonesia karena dalam kegiatannya terdapat nilai tolong-menolong, kerja sama, dan saling menutupi kerugian dari para anggotanya. Oleh karena itu koperasi sangat cocok dengan budaya masyarakat Indonesia yang memegang teguh budaya gotong royong sekaligus membantu masyarakat yang masih belum dapat mengakses perbankan.

Pada fenomena ini terdapat masalah yang dialami oleh koperasi syariah, tabungan dari Koperasi Syariah masih belum dapat bersaing dengan simpanan lembaga keuangan lainnya dikarenakan lemahnya dukungan dari publik terhadap tabungan Koperasi Syariah (Muflih et.al 2020). Terdapat beberapa faktor yang dapat memicu fenomena tersebut, pertama terbatasnya

sumber daya modal dan jaringan yang dimiliki oleh lembaga keuangan syariah dan kedua adalah kurangnya *market share* yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah untuk meluruskan pandangan masyarakat terhadap perbedaan lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional. Perbedaan antara lembaga keuangan syariah dan lembaga konvensional adalah tidak menggunakannya sistem bunga dalam melakukan kegiatannya. Hal ini juga dikatakan oleh peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa lembaga keuangan syariah mengharamkan sistem bunga dan menghalalkan sistem bagi hasil dalam kegiatannya (Imran dan Hendrawan, 2017).

Kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah menyebabkan pemahaman tentang ekonomi islam dan pentingnya ekonomi islam yang masih kurang sehingga menimbulkan pandangan bahwa lembaga keuangan syariah tidak jauh berbeda dengan lembaga keuangan non syariah (Romdhoni dan Sari, 2018). Pada dasarnya pengetahuan merupakan suatu informasi yang diketahui oleh manusia tentang suatu objek yang menambah keterbentukan mental dan proses pengambilan keputusan untuk menabung (Suprihati et al., 2021). Oleh karena itu, produk yang dikeluarkan harus memenuhi beberapa kategori yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen setelah melakukan pembelian untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Dapat dilihat dari beberapa faktor salah satunya adalah pengetahuan dari produk yang dikeluarkan. Konsumen yang memiliki pengetahuan atas produk yang tinggi akan sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Hal ini telah dibuktikan oleh penelitian sebelumnya yang mengatakan semakin tingginya pengetahuan produk yang dimiliki oleh konsumen maka semakin tinggi pula niat seseorang untuk menggunakan suatu produk (Yasin et al., 2021). Selain pengetahuan terdapat salah satu faktor yang mempengaruhi niat konsumen yaitu, religiusitas.

Religiusitas merupakan suatu tingkatan seseorang dalam berkomitmen dan setia kepada agamanya, agama memiliki pengaruh yang sangat kuat bagi seseorang karena semakin tinggi tingkat religiusitas akan muncul ke hati-hatian dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan suatu produk (Romdhoni dan Sari, 2018). Berada dalam negara Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama islam. Aspek kehalalan merupakan hal yang sangat penting dari perilaku konsumen dalam melakukan pembelian karena keyakinan seseorang memiliki kaitan yang erat dengan agamanya yang dapat mempengaruhi keyakinan seseorang terhadap suatu objek yang mempengaruhi perilaku dan sikap dari seseorang (Souiden dan Rani 2015). Menurut penelitian sebelumnya mengatakan bahwa Religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap berbagai dimensi perilaku konsumen, termasuk menentukan perilaku mereka untuk mengadopsi produk baru (Nurhayati dan Hendar, 2020). Pelayanan merupakan hal yang dapat memicu niat seseorang menggunakan suatu produk karena pelayanan yaitu suatu tindakan yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen (Sumantri, 2014). Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh setiap bank syariah yaitu untuk mendapatkan kepercayaan dari nasabah.

Apabila pelayanan yang diberikan oleh bank kepada para nasabahnya kurang memuaskan, nasabah dapat mengurungkan niatnya untuk memilih bank termasuk menggunakan produk pada bank tersebut (Viandhy dan Ratnasari, 2015).

Terdapat aspek psikologis yang tidak hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan sesuatu dan adanya rasa tertarik terhadap sesuatu, aspek tersebut adalah niat. Niat merupakan aspek psikologis yang muncul dari seseorang karena perasaan dan pikiran tentang suatu barang atau jasa yang diinginkan (Yasin et al., 2021). Konsumen yang berniat untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang atau jasa akan terlebih dahulu mencari informasi yang mana hal itu akan diikuti dengan keputusan seseorang untuk membeli. Niat membeli diperoleh dari suatu proses belajar yang terbentuk dari objeknya. Niat seseorang timbul karena keinginan untuk menikmati produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang memicu timbulnya niat konsumen yang menyadari bahwa dirinya produk tertentu yang ingin dimilikinya (Yasin et al., 2021). Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, oleh karena itu hal ini akan mendorong terbentuknya ekosistem industri syariah, mulai dari perbankan syariah sampai dengan lembaga keuangan mikro syariah.

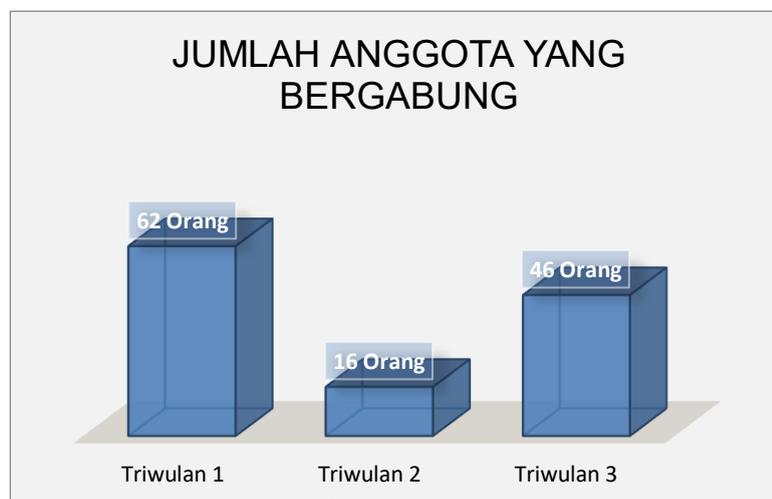
Koperasi merupakan salah satu lembaga keuangan yang membantu masyarakat dalam sektor mikro dan umkm, koperasi memiliki arti sebagai bagian integral yang tidak terpisahkan dari tata perekonomian suatu negara bukan hanya itu saja tapi koperasi juga diharapkan dapat membangun perekonomian masyarakat (Suprihati et al., 2021).

Koperasi syariah merupakan koperasi yang memiliki prinsip dalam

kegiatannya dan semua itu harus berlandaskan dari Alqur'an dan Assunah, koperasi merupakan salah satu lembaga yang sangat ideal dijalankan di negara Indonesia karena dalam kegiatannya terdapat nilai tolong-menolong, kerja sama, dan saling menutupi kerugian dari para anggotanya. Oleh karena itu koperasi sangat cocok dengan budaya masyarakat Indonesia yang memegang teguh budaya gotong royong sekaligus membantu masyarakat yang masih belum dapat mengakses perbankan.

Koperasi yang menjadi objek dalam penelitian ini ialah Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah, koperasi ini digagas oleh beberapa entitas, PPA (Pola Pertolongan Allah), dan KPM (Kampus Pengusaha Muslim) yang memiliki visi mensejahterakan umat dengan membangkitkan perekonomian Indonesia dengan semangat gotong royong, dan kekeluargaan. Anggota yang dimiliki oleh koperasi ini berjumlah 23.368 anggota yang terdaftar diberbagai cabang dengan cabang perwakilan sebanyak 279 cabang. terdapat beberapa target bisnis yang dimiliki oleh koperasi ini yaitu memabaskan riba, membantu permodalan perusahaan muslim, pembinaan bisnis seperti UMKM, mengelola lahan-lahan menjadi wakaf produktif, wakaf rumah sakit, serta sekolah gratis (KSPPS, 2021). Berdasarkan data yang diperoleh dari Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah (KSPPS), besarnya niat anggota dalam menggunakan produk koperasi syariah, dapat dilihat dari grafik di bawah ini.

Gambar 1.1 Anggota Bergabung Koperasi



Sumber: output diolah penulis

Data diatas menunjukkan pada triwulan 1 memperoleh anggota baru sebesar 62 orang untuk bergabung pada koperasi syariah di tahun 2019-2020 yaitu bulan november sampai bulan Januari, ini merupakan perolehan terbesar dibandingkan triwulan 2 dan 3. Pada triwulan 2 berjumlah 16 orang anggota yang bergabung dan merupakan perolehan terkecil. Sementara pada triwulan 3 menunjukkan 46 anggota yang bergabung. Hal ini menunjukkan adanya faktor yang mempengaruhi niat anggota dalam menggunakan produk koperasi syariah, seperti dalam penelitian ini ingin melihat dari pengetahuan produk, religiusitas dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yasin et al. (2021) citra perbankan syariah tidak berpengaruh positif terhadap niat menggunakan produk perbankan syariah, religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan produk perbankan syariah, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan.

Hal ini terjadi karena temuan dari penelitian ini menyatakan bahwa tingkat religiusitas, citra perusahaan bank syariah amanah dan bebas riba, dan kualitas produk bank syariah dapat meningkatkan niat untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah. Kesamaan pendapat pada penelitian Nurhayati dan Hendar (2020) menyatakan Religiusitas intrinsik pribadi dan Pengetahuan produk halal berpengaruh positif terhadap niat produk halal. Religiusitas yang kuat dan pengetahuan tentang banyak produk dapat meningkatkan masyarakat untuk menggunakan produk serta meningkatkan niat dalam menggunakan produk dalam jangka waktu yang lama.

Pada penelitian Viandhy dan Ratnasari (2015) membuktikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap niat membeli ulang produk. Hal ini terjadi karena kepercayaan antara nasabah dan bank tidak terjalin dengan baik karena kepercayaan ditanamkan dengan memberikan pelayanan yang optimal, jujur serta keterbukaan dapat meningkatkan nasabah dalam niat menggunakan suatu produk. Menurut penelitian Muflih et al. (2020) menyatakan Pengetahuan Produk berpengaruh positif terhadap niat perilaku penabung koperasi syariah. Hal ini terjadi karena nasabah yang memiliki pengetahuan produk yang tinggi cenderung meng apresiasi produk baru, sehingga menghasilkan niat nasabah dalam membeli produk.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan, peneliti tergerak untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat menggunakan produk khususnya dikoperasi dalam penelitian ini,

Yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Menggunakan Produk Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah”.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Ruang lingkup pada penelitian ini yang memiliki fokus kepada tujuan peneliti, oleh karena itu penulis membatasi ruang lingkup penelitian ini sebagai berikut:

- a) Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Yasin et al. (2021) yang menggunakan variable pengetahuan produk terhadap niat untuk menggunakan Bank Syariah.
- b) Pada penelitian ini penulis menggunakan variable pengetahuan, nilai religiusitas, dan kualitas pelayanan terhadap niat menggunakan produk koperasi.
- c) Dilakukannya penyebaran kuisisioner pada masyarakat yang telah menjadi anggota koperasi di Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena latar belakang diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Tabungan dari Koperasi Syariah masih belum dapat bersaing dengan simpanan lembaga keuangan lainnya dikarenakan lemahnya dukungan dari publik terhadap tabungan Koperasi Syariah (Muflih et.al 2020).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan penulis bahas dalam penellitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Pengetahuan Produk koperasi terhadap niat menggunakan produk Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah?
2. Bagaimana pengaruh Religiusitas terhadap niat menggunakan produk Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap niat menggunakan produk Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah?
4. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap niat menggunakan produk Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah?

1.5 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah diberikan oleh peneliti demi menghindari penyimpangan dan meluasnya pokok masalah, Dan pembatasan masalah ini memiliki tujuan untuk membuat penelitian lebih terarah dan memberikan kemudahan bagi peneliti untuk melakukan pembahasan dan tercapainya tujuan penelitian. Berikut terdapat batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Informasi yang disampaikan dalam penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat masyarakat menggunakan produk koperasi syariah. Berikut merupakan faktor yang akan diangkat, Pengetahuan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan yang memicu niat masyarakat dalam menggunakan produk koperasi syariah.

2. Lingkup pada penelitian ini yaitu masyarakat yang telah menjadi anggota di Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah yang telah menggunakan produk dari Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah.
3. Periode dalam penelitian dilakukan pada bulan Februari 2021 sampai selesai.

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena latar belakang dan rumusan masalah diatas dapat disimpulkan tujuan penelitiannya, dan tujuan penelitiannya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa pengaruh Pengetahuan masyarakat terhadap anggota koperasi dalam menggunakan produk Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah.
2. Untuk mengetahui seberapa pengaruh nilai Religiusitas terhadap anggota koperasi dalam menggunakan produk Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah.
3. Untuk mengetahui seberapa pengaruh nilai Kualitas Pelayanan terhadap anggota koperasi dalam menggunakan produk Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah.

1.7 Manfaat Penelitian

Berdasarkan fenomena latar belakang masalah dan tujuan penelitian diatas bisa disimpulkan manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk Koperasi Simpul Berkah Sinergi Syariah agar dapat lebih maksimal lagi dalam memberikan

pelayanan dan produk yang memuaskan para anggotanya.

1. Manfaat bagi akademisi:

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki kaitan dengan faktor-faktor yang memicu minat masyarakat menggunakan produk koperasi syariah.

2. Manfaat bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan masyarakat dalam pengambilan keputusan menggunakan produk koperasi syariah.

1.8 Sistematika Skripsi

Demi mempermudah pembaca dalam memahami penelitian ini, maka dikelompokkannya menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan

Pada bab ini peneliti membahas tentang latar belakang masalah dan landasan pemikiran secara garis besar dan sesuai dengan fakta yang ada dan dijadikan alasan dibuatnya penelitian ini. Ruang lingkup berisi tentang target penelitian dan variable yang digunakan dalam penelitian ini. Identifikasi masalah dalam penelitian ini merupakan kurangnya sosialisasi yang dilakukan sehingga banyaknya persepsi yang membuat kurangnya minat menggunakan produk koperasi syariah. Rumusan masalah dalam penelitian ini membahas tentang seberapa besar pengaruh pengetahuan, religiusitas, kualitas pelayanan yang dimiliki koperasi syariah dalam pertimbangan masyarakat untuk menggunakan produk koperasi syariah.

2. **BAB II Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis**

Pada bab dua ini berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, perancangan serta kerangka pemikiran dan hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini.

3. **BAB III Metodologi Penelitian**

Dalam bab ini, penulis akan mengemukakan metodologi penelitian yang akan penulis gunakan dalam perancangan dan pengimplementasian pada penelitian.

4. **BAB IV Hasil dan Pembahasan**

Dalam bab ini, penulis akan memaparkan dari hasil-hasil tahapan penelitian yang sudah penulis jalankan, dimulai dari analisis, tahap uji, hasil uji, dan implementasinya.

5. **BAB V Penutup**

Pada bab ini penulis akan memaparkan kesimpulan serta saran dari seluruh penelitian yang telah penulis lakukan dalam pembuatan penelitian ini.