

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya.¹

Bisnis secara umum merupakan kegiatan dalam masyarakat yang berkaitan dengan industri. Dalam aktivitas bisnis berusaha menggunakan sumber daya manusia, material dan waktu, pihak yang menjalankan kegiatan bisnis disebut wirausaha (*entrepreneur*).² Untuk menjalankan kegiatan bisnis, *entrepreneur* harus mampu mengkombinasikan berbagai macam sumber daya di antaranya, yaitu human, material, financial, teknologi dan informasi dengan sasaran produksi, distribusi dan konsumsi.

Kewirausahaan dapat dimulai dari dari suatu perusahaan kecil (*small business*) yang kepemilikannya biasa diperoleh dari tiga cara pertama yaitu dengan meneruskan usaha orang tua, kedua, dengan membeli perusahaan yang telah ada, dan cara yang ketiga, dengan cara memulai usaha yang baru.³

Pemberian bantuan kredit dari bank dengan syarat lunak bagi para pengusaha kecil.⁴ Pemberian layanan kepada para pengusaha kecil yang ingin

¹ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: Erlangga, 2011). 2.

² Ismail Nawawi, *Isu-isu Ekonomi Islam*, (Jakarta: VIV Press, 2013). 1.

³ Ibid. 367.

⁴ Ibid.

mengembangkan usahanya dengan menambah modal melalui pengambilan kredit di bank konvensional maupun bank syariah.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang sangat pesat menjadikan kepentingan pengelolaan bank dalam keadaan yang semakin ketat dan bersaing, sehingga banyak membutuhkan sarana manajemen yang handal guna mempertahankan kelangsungan hidup bank. Maka salah satu sarana yang tepat dilakukan oleh bank syariah adalah dengan cara menciptakan produk yang inovatif dan berbasis teknologi yang dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa-jasa perbankan.⁵

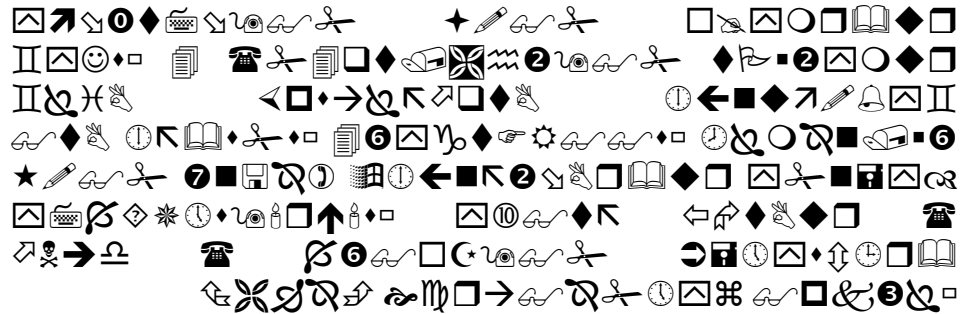
Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah akan tetapi menerima dan membebankan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-Qur'an dan hadis. Semua produk dan jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi Al-Qur'an dan hadis Rasulullah SAW.⁶

Khususnya berkaitan dengan Bank Syariah (Istilah khusus di Indonesia) landasannya mengacu pada Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 275 yaitu:



⁵ Muhammad, *Bank Syariah*, (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2005). 15.

⁶ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011). 29.



“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.⁷

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga keuangan yang tidak hanya mengedepankan *profit oriented* saja, melainkan suatu lembaga keuangan yang juga mengedepankan kemaslahatan masyarakat sesuai dengan tuntutan syariah yang menjadi landasan dari semua lembaga keuangan syariah.

Salah satu aplikasinya adalah menerapkan pelayanan (*service*) yang berbasis moral dan spiritual. Bank syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem Islam, khususnya yang bebas dari bunga (*riba*), bebas dari kegiatan spekulatif dan perjudian (*maysir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas (*gharar*), berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal yang kesemuanya merupakan prinsip-prinsip perbankan syariah.⁸

⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim dan terjemah Bahasa Indonesia*, (Kudus: Menara Kudus, 2006), 89.

⁸ Muhammad, *Bank Syariah*, (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2005). 18.

Sebagian besar masyarakat hanya melihat bahwa nilai tambah bank syariah adalah lebih halal dan selamat, lebih menjanjikan untuk kebaikan akhirat, dan juga lebih berorientasi pada menolong antarsesama dibandingkan dengan bank konvensional. Hal tersebut memang benar, namun bank syariah memiliki keuntungan duniawi karena produk-produknya tidak kalah bersaing dengan bank-bank konvensional dan juga bagi hasil yang ditawarkan tidak kalah menguntungkan dibandingkan dengan bunga.

Dengan masih rendahnya pemahaman masyarakat akan pemahaman Islam apalagi masalah perbankan bahkan perekonomian secara lebih luas maka perbankan syariah harus terus berkembang dan memperbaiki kinerjanya. Dengan pesatnya pertumbuhan yang ditandai semakin banyaknya bank konvensional yang akhirnya mendirikan unit-unit syariah, ini membuktikan bahwa bank syariah memang mempunyai kompetensi yang tinggi. Perbankan syariah akan semakin tinggi lagi pertumbuhannya apabila masyarakat mempunyai permintaan dan antusias yang tinggi dikarenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang bank syariah, disamping faktor penyebab lainnya.

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang

berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian.⁹

Pengetahuan dapat menimbulkan beberapa efek pada pemakaian kriteria evaluasi oleh konsumen. Konsumen yang berpengetahuan banyak akan memiliki informasi yang disimpan di dalam ingatan mengenai dimensi-dimensi yang berguna untuk membanding-bandingkan alternatif-alternatif pilihan. Informasi ini sangat tidak mungkin ada di dalam ingatan pemula. Akibatnya, pemula akan jauh lebih rentan terhadap pengaruh luar yang berusaha membentuk kriteria tertentu yang digunakan selama pengambilan keputusan.¹⁰

Sedangkan menurut Ratih, berdasarkan manfaat yang dirasakan oleh konsumen, pengetahuan konsumen dibedakan menjadi dua yaitu:

- a. Pengetahuan produk, yaitu merupakan gabungan dari berbagai jenis informasi yang berbeda yang terdiri dari kesadaran kategori dan merek produk dalam kategori produk, terminologi produk, atribut atau ciri produk, dan kepercayaan tentang kategori produk secara umum dan mengenai merek spesifik.
- b. Pengetahuan pembelian, yaitu berbagai macam potongan yang ada di dalam ingatan konsumen tentang bagaimana suatu produk dapat digunakan

⁹<http://daiwanalbantani-daiwan.blogspot.com/2013/10/pengetahuan-konsumen-tentang-produk.html> diakses tanggal 7 Maret 2014.

¹⁰ Engel, F. James, *Prilaku Konsumen Jilid 2*, Terj. Budijanto, *Consumer Behavior*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995), 181.

dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk tersebut.¹¹

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Pengertian keputusan pembelian, menurut Kotler adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.¹² Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Dari paparan mengenai pengetahuan konsumen tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen yang belum pernah menggunakan suatu produk akan memerlukan informasi tentang suatu produk, baik manfaat dan cara membelinya sebelum konsumen memutuskan untuk memilih, membeli dan menggunakannya. Sedangkan konsumen yang pernah menggunakan produk tersebut akan cenderung menggunakan kembali produk tersebut setelah mengetahui manfaat dan memiliki pengalaman baik tentang produk tersebut.

Kajian penerapan prinsip syariah dalam operasi perbankan syariah merupakan agenda penting bagi perbankan nasional. Bank Indonesia telah mengkaji standarisasi akad produk perbankan syariah, diawali dari akad *mudharabah*, *musharakah* dan *murabahah*, yang ditujukan untuk mengidentifikasi penerapan prinsip syariah dan kemungkinan variasinya

¹¹ Ibid, 85.

¹² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran jilid 2 edisi kesebelas*, (Jakarta: Indeks, 2005), 98.

dalam praktek, di sisi lain masyarakat telah memiliki persepsi bahwa bank syari'ah berbeda, lebih tinggi kualitas moralnya, etika dan bisnisnya dibandingkan dengan bank konvensional.¹³

Dalam memberikan pelayanan lembaga keuangan syariah sudah semakin lengkap sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan pasar. Dari produk penghimpunan dana (*funding*), pembiayaan (*landing*) sampai dengan produk tambahan berupa jasa (*service*). Salah satu dari produk pembiayaan yang telah dikeluarkan oleh lembaga keuangan syariah adalah produk pembiayaan modal kerja dengan akad *musha>rakah dan mud}a>rabah* yang dikeluarkan oleh seluruh bank syariah termasuk Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Jabal Nur Surabaya. Pembiayaan dengan akad *musha>rakah dan mud}a>rabah* sudah banyak diterapkan di perbankan syariah sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan permodalan masyarakat yang mempunyai usaha di bidang perdagangan..

Pengembangan sebuah produk mengharuskan perusahaan menetapkan manfaat-manfaat apa yang diberikan oleh produk tersebut. Manfaat-manfaat tersebut dikomunikasikan dan hendaknya dipenuhi oleh atribut produk.¹⁴

Salah satu produk pembiayaan modal kerja di bank syariah adalah *musha>rakah* dan *mud}ar>abah*. *Musha>rakah* adalah transaksi penanaman dana dari dua atau lebih pemilik dana dan/atau barang untuk menjalankan usaha tertentu sesuai syariah dengan pembagian hasil usaha antara kedua

¹³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005). 184-185.

¹⁴ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: Erlangga, 2011). 67.

belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati, sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing-masing. Sedangkan *mudjar>abah* adalah kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*sja>hibul ma>l*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudja>rabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

Dengan melihat penjelasan diatas, penulis ingin melihat bagaimana pengetahuan konsumen tentang pembiayaan produk modal kerja yang ada di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya, apakah pengetahuan konsumen mempengaruhi keputusannya untuk menggunakan produk tersebut atau tidak. Oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Konsumen tentang Produk Pembiayaan Modal Kerja terhadap Keputusannya untuk Menjadi Nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh pengetahuan konsumen tentang produk pembiayaan modal kerja terhadap keputusannya untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya ?

2. Sejauh mana pengaruh pengetahuan konsumen tentang produk pembiayaan modal kerja terhadap keputusannya untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pengetahuan konsumen tentang produk pembiayaan modal kerja terhadap keputusannya untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya.
2. Untuk mengetahui Sejauh mana pengaruh pengetahuan konsumen tentang produk pembiayaan modal kerja terhadap keputusannya untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Jabal Nur Surabaya.

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini mempunyai dua jenis kegunaan, yaitu:

1. Secara Teoritis
 - a. Diharapkan berguna bagi pihak BPRS Jabal Nur Surabaya, memperkuat dan menyempurnakan teori yang ada.
 - b. Diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran dalam bidang pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian bagi pelajar atau mahasiswa khususnya jurusan Ekonomi Syariah di UIN Sunan Ampel Surabaya Fakultas Syariah dan Hukum dan khalayak umum pada umumnya.

2. Secara Praktis

- a. Dapat digunakan sebagai sumbangan informasi bagi pihak bank untuk mendapatkan nasabah lebih banyak lagi.
- b. Bisa dijadikan salah satu bahan perbandingan bagi peneliti yang meneliti di bidang pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian di BPRS Jabal Nur Surabaya.
- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan dalam menentukan pengetahuan konsumen tentang produk terhadap keputusan pembelian di BPRS Jabal Nur Surabaya.