BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia akhir-akhir ini pasar swalayan berkembang sangat pesat. Swalayan adalah pelayanan sendiri oleh pembeli karena perusahaan tidak menyediakan pramuniaga[1], berarti pembeli mejalankan sendiri proses pencarian produk yang akan dibelinya, menemukan, lalu mebandingkan dan memilih yang sesuai dengan kebutuhan. Swalayan ini umumnya berbetuk bangunan megah dimana berkumpul segala macam komoditas mulai makanan, alat rumah tangga, tekstil dan garmen. Terus meningkat menyebabkan tingkat persaingan di bidang bisnis retail yang ada semakin ketat sehingga menuntut pihak pengusaha untuk menyusun kebijakan dalam rangka menghadapi persaingan yang ada.

Data yang diperoleh di Asosiasi Koperasi Ritel Indonesia (AKRI) Jawa Timur menyebutkan toko ritel milik koperasi di provinsi tersebut saat ini sedikitnya 7.500 unit. Sebagian besar masih berupa toko konvensional, dan asosiasi tersebut melalui dukungan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah Jawa Timur terus memfasilitasi pembenahan menjadi swalayan[2].

---

[1] Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI

[2] m.bisnis.com.“ Koperasi Jadi Ritel Modern Beri Peluang Bisnis Distributor”.http://m.bisnis.com /quick- news /read/20111109/78/52687/koperasi-jadi-ritel-modern-beri-peluang-bisnis-distributor .(17 April 2014)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk memahami kebutuhan konsumen bukanlah pekerjaan mudah dan sederhana, tetapi bukan suatu yang mustahil untuk dilakuka. Menganalisis perilaku konsumen akan lebih mendalam dan berhasil apabila perusahaan memahami manusia secara keseluruhan. Kekuatan faktor sosial dan budaya serta prinsip-prinsip ekonomis dan strategis.

Namun kemudian yang terjadi dikalangan masyarakat daya membeli di swalayan adalah harga, Faktor ini menjadi sangat penting terutama bagi masyarakat dikalangan menengah ke bawah. Harga yang mereka cari biasanya adalah harga yang lebih murah dibandingkan tempat berbelanja lainnya dan sesuai dengan uang belanja mereka.

Di swalayan, meskipun tidak biasa di tawar namun swalayan memiliki cara yang unik untuk menarik para pembeli. Yaitu dengan penawaran diskon, setiap barang yang didiskon oleh swalayant umumnya adalah barang-barang yang sering dibeli atau barang yang menjadi kebutuhan pribadi bagi pembeli, contohnya adalah buku, pakaian, alat-alat rumah tangga, dan kebutuhan pokok seperti beras, susu dan sebagainya.

Diskon yang ditawarkan di swalayan juga tidak sedikit mulai dari 30% sampai dengan 90%. Dengan diskon yang besar-besaran ini semakin membuat pembeli berminat untuk berbelanja di swalayan ataupun supermarket dan meninggalkan pasar tradisional. Sedangkan di pasar tradisional, pembeli harus pandai-pandai menawar demi mendapatakan harga yang sesuai dengan yang diharapakan. Dengan tawar menawar harga, sering menimbulkan pertengkaran antara penjual dan pembeli sehingga transaksi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jual beli berjalan lama dan susah. Akhirnya harga yang didapat juga kurang begitu memuaskan.

Di samping itu pedagang pasar tradisional juga jarang memberikan potongan harga pada pembelinya, sehinggga dari keadaan tersebut banyak pembeli yang beralih ke swalayan. Perubahan gaya hidup konsumen dalam prilaku membeli barang ritel diantaranya dipengeruhi oleh kemudahan dan penjaminan mutu dari pasar modern diantaranya : *pertama* melalui skala ekonominya, pasar modern dapat menjual lebih banyak produk yang lebih berkualitas dengan harga yang lebih murah. *Kedua,* informasi daftar harga setiap barang tersedia dan dengan mudah diakses publik. *Ketiga,* pasar modern menyediakan lingkungan berbelanja yang lebih nyaman dan bersih, dengan jam buka yang lebih panjang, dan menawarkan aneka pilihan pembayaran seperti kartu kredit untuk peralatan rumah tangga berukuran besar. *Keempat*, produk yang dijual di pasar modern, seperti bahan pangan, telah melalui pengawasan mutu dan tidak akan dijual bila telah kadaluarsa. Apabila kebutuhan pelanggan dalam mengkonsumsi suatu jasa atau produk dapat memenuhi rasa kebutuhan dan keinginannya maka kualitas yang diberikan dipandang baik atau positif[3].

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas,

[3] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Banyumedia Publishing, 2004), 261

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain[4]. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam al-Qur'an surat al-Baqarah 267 :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَنفِقُواْ مِن طَيِّبَٰتِ مَا كَسَبۡتُمۡ وَمِمَّآ أَخۡرَجۡنَا لَكُم مِّنَ ٱلۡأَرۡضِۖ وَلَا تَيَمَّمُواْ ٱلۡخَبِيثَ مِنۡهُ تُنفِقُونَ وَلَسۡتُم بِـَٔاخِذِيهِ إِلَّآ أَن تُغۡمِضُواْ فِيهِۚ وَٱعۡلَمُوٓاْ أَنَّ ٱللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ٢٦٧

"Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.[5]"

Memang tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan pasar modern dewasa ini menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup yang berkembang di masyarakat kita. Tidak hanya di kota metropolitan tapi sudah merambah di kota kecil di tanah air. Sangat mudah menjumpai Swalayan atau Minimarket, di sekitar tempat tinggal kita. Tempat-tempat tersebut menjanjikan tempat yang nyaman dengan harga yang tidak kalah menariknya.

Seperti yang terjadi di Kec. Gapura Kab. Sumenep sekarang ini, terdapat beberapa Minimarket dan Swalayan di antaranya Basmalah Swalayan, NU Swalayan dan tiga Indomaret. Sehingga masyarakat Gapura sangat mudah untuk berbelanja dan mengatasi segala kebutuan sehari-hari.

---

[4] Fatchur Rochman *Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan Mobile Banking GPRS Bank Syariah Mandiri Surabaya Barata,* (Skripsi--Surabaya: IAIN Sunan Ampel, 2013), 1

[5] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: Asy - Syifa', 1999), 67

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keberadaan swalayan di Gapura itu tidak lepas dari berkembangnya berbagai lembaga keuangan termasuk di kab. Sumenep. Saat ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan masyarakat akan lembaga keuangan yang bisa mendukung perekonomian mereka. Lembaga keuangan tersebut diharapkan bisa menyokong seluruh bagian masyarakat, mulai dari kalangan atas, menengah, sampai bawah. Dalam keadaan seperti ini muncullah BMT *(Baitul Maal wat Tamwil)* yang dirasa bisa mendukung perekonomian masyarakat kalangan bawah dalam rangka meningkatkan derajat hidup mereka. BMT dijalankan dengan landasan syariah, oleh sebab itu aspek ekonomi yang dijalankan harus sesuai dengan kaidah Islam. BMT juga berperan sebagai lembaga keuangan non bank syariah yang berperan sebagai jalan untuk menghidupkan masjid sebagai pusat ekonomi umat sehingga masyarakat yang selama ini bergantung terhadap rentenir bisa terbantu dengan adanya BMT-BMT yang berdiri di tengah kalangan masyarakat.

Baitul Maal wat Tamwil Nahdatul Ulama (BMT NU) Gapura merupakan salah satu lembaga keuangan yang berbasis syariah yang berada di kota sumenep. Lembaga tersebut merupakan lembaga yang sangat popular dikalangan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari beberapa penghargaan yang dicapai oleh lembaga keuangan tersebut. Salah satunya adalah penghargaan koperasi berprestasi tahun 2015, dan lain sebagainya[6].

Selain itu dengan kesuksesan menjalankan dan kesemangatan yang tinggi para pengurus dan direktur BMT NU Gapura Sumenep dalam hal

[6] Hasil Observasi awal di BMT NU Gapura Sumenep 29-07-2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengembangan perekonomian masyarakat setempat, BMT NU dapat melebarkan jaringan sehingga bisa membuka cabang-cabang diluar daerah Gapura misal Pragaan, Batang-Batang, dll. Selain itu, KSPPS BMT Nahdatul Ulama Gapura juga melebarkan jaringan dengan bekerjasama usaha lain, yakni sewa mobil dan toko swalayan di Gapura.

Dari berkembangnya lembaga keuangan syariah seperti yang dijelaskan di atas maka munculah NU swalayan Gapura. Di swalayan ini sebenarnya tidak jauh berbeda dengan swalayan lainnya misalkan basmalah, indomart dll. Namun ada hal yang menarik di NU swalayan tersebut, yakni adanya kartu SIBIJAK yang dikeluarkan oleh BMT NU.

Kartu SIBIJAK, merupakan kartu member yang dikeluarkan oleh BMT NU Gapura Sumenep untuk mempermudah nasabah yang berbelanja di NU swalayan tersebut. Disamping keunggulan layanan dan diskon tersebut diatas, fasilitas yang didapatkan atas kartu SIBIJAK ini adalah bagi hasil, pengganti uang tunai, dan banyak lainnya. Sistem yang ada di kartu sibijak yang dikeluarkan oleh BMT NU Gapura ini untuk menghindari sistem bunga adalah dengan cara menerapkan sistem bagi hasil atau *profit and loss sharing* (PLS) untuk pembelian di NU swalayan. Sehingga dengan penawaran fasilitas tersebut masyarakat tertarik untuk berbelanja di tempat NU swalayan Gapura Sumenep.

Untuk itu, BMT NU harus mampu menjaga nasabahnya agar tetap memberi kepercayaan terhadap BMT NU, sehingga kontribusi terhadap swalayan yang merupakan kerjasama lain dari BMT NU tetap terjaga.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan melihat kondisi semacam ini swalayan harus mampu menjaga pelanggan sehingga konsumen merasa puas dengan produk SIBIJAK, konsumen yang tidak puas tentu tidak akan mengulangi atau tidak memilih lagi produk yang sama sehingga timbul kekecewaan dan ketidakpuasan, apalagi sekarang didukung dengan banyaknya pilihan swalayan yang lainnya, sehingga membuat mereka memiliki banyak perbandingan untuk memilih swalayan mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya, karena faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli adalah unsur-unsur yang meliputi produk, harga, promosi, pelayanan, fasilitas fisik dan lain-lain[7].

Tingkat kepuasan/ketidakpuasan ini juga akan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas ekuitas pertukaran, serta oleh kontribusi mereka terhadap kinerja produk, Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang dialami dibandingkan dengan yang diharapkan[8]. Begitu pula dengan BMT NU kepuasaan terhadap produk yang sudah dikeluarkan kepada nasabah dengan system bagi hasil dan ganti uang, itu bisa di lihat sejauh mana nasabah berbelanja di NU swalayan. Pada dasarnya kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan[9].

---

[7]Christina Whidya Utami, *Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia,* (Jakarta : Salemba Empat, 2012), 4.

[8]Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 118.

[9]Freddy Rangkuti, *Pengukuran Kepuasan Konsumen,* (Jakarta : Gramedia Pusaka, 2000), 23.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan uraian latar belakang di atas tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "KONTRIBUSI KARTU SIBIJAK DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI PEMBELIAN DI NU SWALAYAN GAPURA SUMENEP"

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang permasalahan dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembelian di NU swalayan Gapura sumenep
2. Bagaimana akad dan system bagi hasil dalam fasilitas kartu SIBIJAK
3. Prosedur penkontribusian kartu SIBIJAK terhadap NU Swalayan
4. Bagaimana fasilitas kartu SIBIJAK terhadap jumlah pembelian di NU swalayan Gapura Sumenep.
5. Sistem pelayanan pembiayaan dan pengolahan data pembiayaan pada NU swalayan Gapura Sumenep
6. Strategi pemasaran NU swalayan Gapura Sumenep
7. proses pengambilan keputusan konsumen untuk berbelanja terhadap swalayan NU Gapura Sumenep
8. respons konsumen terhadap adanya kartu SIBIJAK di Swalayan NU Gapura Sumenep.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Batasan Masalah

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dan mengambang dari tujuan yang semula direncanakan sehingga mempermudah mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka penulis menetapkan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Akad dan system bagi hasil dalam fasilitas kartu SIBIJAK yang ada di BMT NU Gapura Sumenep
2. Implementasi penkontribusian SIBIJAK terhadap NU Swalayan Gapura Sumenep.
3. System pelayanan pembiayaan terhadap responden dan pengolahan data pembiayaan pada NU Swalayan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan kartu SIBIJAK dalam meningkatkan motivasi pembelian di NU Swalayan Gapura Sumenep ?
2. Bagaimana kontribusi kartu SIBIJAK dalam meningkatkan motivasi pembelian di NU Swalayan Gapura Sumenep ?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang penulis ingin dicapai dalam Penelitian skripsi ini adalah:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Untuk mengetahui penerapan kartu SIBIJAK dalam meningkatkan motivasi pembelian di NU Swalayan Gapura Sumenep.
2. Untuk mengetahui kontribusi kartu SIBIJAK dalam meningkatkan motivasi pembelian di NU Swalayan Gapura Sumenep.

F. Manfaat Penelitian

Dengan melaksanakan penelitian ini, diharapkan akan memperoleh manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretik
   a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berkaitan dengan topic penelitian yaitu meningkatkan motivasi pembelian di swalayan.
   b. Selain itu juga sebagai bahan tambahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu bagi pihak-pihk tertentu guna menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian lanjutan terhadap obyek sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktis
   a. Menambah wawasan bagi pihak bersangkutan mengenai kontribusi kartu sibijak dalam meningkatkan keputusan pembelian.
   b. Dengan mengetahui tingkat kontribusi kartu sibijak dalam meningkatkan motivasi pembelian di swalayan akan menjadi masukan kepada pihak terkait untuk terus mengoptimalkan dan lebih

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meningkatkan citra swalayan agar keputusan pembelian konsumen semakin meningkat dari tahun ke tahun.

G. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dalam memahami skripsi ini, penulis mendefinisikan beberapa istilah dari judul skripsi, antara lain sebagai berikut:

1. Kontribusi Kartu Sibijak

   Kontribusi dapat berupa materi atau tindakan kemudian memberikan dampak baik positif maupun negatif terhadap pihak lain. Sedangkan kartu itu sendiri benda nyata yang dapat dilihat, diraba, dan dirasakan, Karena kartu adalah benda ril, maka jenisnya cukup banyak seperti SIBIJAK dari BMT NU.

2. Motivasi Pembelian di Swalayan

   Motivasi pembelian, dorongan dari dalam diri konsumen untuk melakukan suatu tindakan pembelian pada suatu produk dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen karena adanya motif ingin memiliki dan membutuhkan secara naluriah manusia untuk mencapai suatu tujuan tertentu[10].

   Istilah swalayan sekarang popular digunakan sebagai supermarket atau toko-toko modern, dimana pembeli biasa secara bebas mengambil atau memilih barang yang mereka perlukan sesuai selera, sementara

[10] https://www.google.co.id/?gws_rd=cr&ei=KqesV4a8CsfdvASw6qaoCQq=pengertian+motivasi+pembelian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

petugas dan pramuniaga perannya sebagai fasilitator dalam swalayan tersebut[11].

H. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang dilakukan ini berjudul *"Kontribusi Kartu Sibijak Dalam Meningkatkan Motivasi Pembelian Di NU Swalayan Gapura Sumenep".* Penelitian ini tentu tidak lepas dari berbagai penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai pandangan dan juga referensi.

Pertama, penelitian dari M Rhendria yang meneliti tentang "*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha MIO PT Harpindo Jaya Semarang)".* Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga kompetetif, dan citra merk terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha MIO di Semarang[12].

Kedua, penelitian dari Dian Puji Mariyanto yang meneliti tentang " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus PT. Nav Karaoke Keluarga Manyar Ketoarjo Surabaya)". Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah layanan jasa yang meliputi Tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty berpengaruh

[11] W.J.S poerwadarmita, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka, 2006), 63.
[12] M Rhendria Dinawan "Analisis factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian : Studi kasus pada konsumen Yamaha MIO PT Harpindo Jaya Semarang" (skripsi – Universitas Diponegoro, Semarang, 2010).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT. NAV Karaoke Keluarga Manyar Kertoarjo Surabaya[13].

Ketiga, Penelitian dari Oldy Ardhana, menyatakan bahwa skripsi degan judul: "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bengkel Caesar Semarang)". Penelitian ini bertujuan untuk menganilisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan, dimana objek penelitian ini Bengkel Caesar salah satu bengkel yang ada di Semarang saat ini. Bengkel Caesar harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Caesar harus membuat beberapa perbaikan dan inovasi yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya[14].

Keempat, Penelitian dari Zen Nasihin Pengaruh Citra Swalayan (*Store Image*) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bentar Swalayan Di Jl. Brigjen Katamso 401 – 403 Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini bertujuan Menguji dan menganalisis Pengaruh Citra Swalayan (*Store Image*) yang meliputi lokasi toko, Pelayanan, produk, Harga, Suasana toko, Karyawan toko dan promosi secara Parsial dan secara Simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen dan juga untuk mengetahui faktor yang paling mempengaruhi

[13] Dian Puji Ariyanto "pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen : Studi kasus Pt. Naf Karaoke Keluarga Manyar kertoarjo Surabaya" (skripsi – Universitas Narotama, Surabaya, 2010).

[14] Oldy Ardhana, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Pada Bengkel Caesar Semarang" (Skripsi – Universitas Diponegoro, 2010).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keputusan pembelian konsumen pada Bentar Swalayan di Jl. Brigjen Katamso 401-403, kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo[15].

Kelima, penelitian dari Nurul Maulidah "Pengaruh Dana Mudharabah Terhadap Tingkat Bagi Hasil Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil Nuansa Umat (KJKS BMT NU) Gapura Sumenep", menyimpulkan bahwasanya dana mudharabah mempunyai hubungan yang positif, kuat dan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat bagi hasil. Sehingga jika dana mudharabah bertambah maka bagi hasil di BMT akan naik, atau sebaliknya jika dana mudharabah berkurang maka dana mudharabah berkurang juga[16].

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang terdahulu terletak pada metode penelitian, objek yang diteliti, dan focus pembahasan. Dalam penelitian yang saya angkat akan membahas tentang Kontribusi Kartu Sibijak Dalam Meningkatkan Motivasi Pembelian Di NU Swalayan Gapura Sumenep, dengan begitu perbedaan yang mencolok dari penelitian saya dengan yang terdahulu adalah keinginan consumen untuk memutuskan membeli kembali sehingga mempengaruhi keputusan pembelian di Swalayan NU Gapura Suemenep.

---

[15]Zen Nasihin, "Pengaruh Citra Swalayan (*Store Image*) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bentar Swalayan Di Jl. Brigjen Katamso 401 – 403 Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo" (Skripsi – UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2015).

[16]Nurul Maulidah, Pengaruh Dana Mudharabah terhadap tingkat bagi hasil pada koperasi jasa keuangan syariah baitul maal wat tamwil nuansa umat (KJKS BMT NU) Gapura Sumenep (skripsi – STAIN Pamekasan 2014).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Yang dimaksud dengan jenis penelitian, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif (qualitatife research) adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dan bersifat induktif berdasarkan faktor-faktor yang ditemukan di lapangan[17]. Penulis akan berusaha menemukan dan menggali hal yang berkaitan dengan kotribusi kartu SIBIJAK dalam meningkatkan motivasi pembelian di NU Swalayan Gapura Sumenep. Baik dalam bentuk social dan penunjang kesejahteraan masyarakat. Sehingga masyarakat bisa mengetahui kekurangan dan kelebihan produk yang ada di NU Swalayan Gapura.

2. Data Primer

Sesuai dengan rumusan masalah yang peneliti tulis dalam penelitian ini, data mengenai penerapan kartu SIBIJAK dalam meningkatkan motivasi pembelian di NU swalayan dan kontribusi kartu SIBIJAK dalam meningkatkan motivasi pembelian di NU swalayan Gapura Sumenep, yakni data perkembangan konsumen, data pemasaran, dan data pemakai kartu SIBIJAK.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara

[17]Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2007), 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden. Apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu. Apabila peneliti menggunakan dokumentasi, maka dokumen atau catatan yang menjadi sumber data, sedangkan isi catatan subjek penelitian atau variabel penelitian[18].

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

a. Sumber Primer

Yaitu sumber yang langsung memberikan data kepada penelitian[19] atau sumber pertama. Data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara. Dalam hal ini subjek penelitian yang dimaksud adalah pimpinan Direktur BMT NU yang mengeluarkan kartu SIBIJAK, pimpinan NU Swalayan, konsumen Swalayan. Sedangkan untuk jumlah dari sample dalam penelitian ini sebanyak 150 responden dari 30% 450 responden dalam waktu sehari selama 1 bulan, penulis juga mengambil 30% dari jumlah 1.500 dari total rata-rata selama sehari yaitu 50 responden.

b. Sumber Sekunder

[18]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 1996).129

[19]Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 55.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti[20], yang dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok, baik yang berupa manusia dengan cara wawancara atau benda (majalah, buku, Koran dll)[21]. Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian.

4. Tehnik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data maka dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah :

a. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Instrument yang dapat digunakan yaitu lembar pengamatan, panduan pengamatan. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi antara lain : ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa waktu dan perasaan[22]. Alasan peneliti melakukan observasi yaitu untuk menyajikan gambaran realistis perilaku atau kejadian, menjawab pertanyaan, membantu mengerti perilaku manusia dan evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.

b. Metode Interview *(wawancara)*

---

[20]Ibid, 57.
[21] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R &D, (*Bandung: Alfabeta, 2008). 225.
[22] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Desertasi dan Karya Ilmiah,* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 140

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang di wawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan terlebih dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain. Wawancara merupakan alat re-cheking atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya[23]. Metode pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara lisan kepada pihak yang akan diteliti baik secara struktur maupun bebas yaitu dengan pihak direktur BMT NU Gapura Sumenep, pengelola NU Swalayan Gapura Sumenep serta konsumen.

Dalam hal ini penulis melakukan wawancara yang disesuaikan dengan norma-norma cara melakukan interview, seperti; membawa pedoman tentang hal-hal yang ditanyakan dengan cara menanyakan beberapa pertanyaan kemudian satu persatu diperdalam dan mengorek lebih lanjut sesuai dengan pembahasan. Yang mana dalam penelitian ini merupakan wawancara untuk menjawab segala yang ada dalam rumusan masalahh yang penulis teliti.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek[24]. Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk

[23]Ibid., 138
[24] Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 106.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia yaitu berbentuk surat, catatan harian, cenderamata, laporan, artefak, dan foto[25]. Dokumentasi yang dimaksud adalah alat pengumpulan data tentang kontribusi kartu SIBIJAK terhadap motivasi pembelian masyarakat, kepuasaan pelanggan yang berupa dokumen dan catatan dari sumber yang diteliti.

5. Teknik Pengolahan Data
   a. Editing, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian[26].
   b. Organizing, yaitu menyusun dan mensistematiskan data tentang penelitian yang diperoleh dalam kerangka uraian yang telah direncanakan[27].
   c. Penemuan Hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah[28].
6. Teknik analisis data

   Setelah data terkumpul, maka untuk menganalisis digunakan teknik deskriptif kualitatif. Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai objek penelitian secara sistematis,

[25] Juliansyah Noor, *metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Desertai dan Karya Ilmiah*, 141.
[26] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R &D,* 243.
[27] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 194.
[28] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R &D,* 246.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki[29]. Penelitian ini berorientasi memecahkan masalah dengan melakukan pengukuran variabel independen dan dependen, kemudian menganalisa data yang terkumpul untuk mencari hubungan antar variabel.

Peneliti menggunakan teknik ini karena yang digunakan adalah metode kualitatif, dimana memerlukan data untuk menggambarkan suatu fenomena yang apa adanya. Sehingga benar salahnya, sudah sesuai dengan peristiwa yang sebenarnya. Penelitian deskriptif disebut juga penelitian ilmiah karena semua data yang diambil merupakan fenomena apa adanya. Kemudian data tersebut diolah dan dianalisis, diteliti, dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum.

J. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan aturan sekaligus kerangka berfikir dalam penulisan skripsi, untuk lebih mudah memahami penulisan skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan, antara lain:

Bab pertama, merupakan pendahuluan pada bab ini penulis menguraikan beberapa hal yang berkaitan dengan penelitian ini, bagian awal diuraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi

[29] Moh Nazir, Metode Penelitian, (Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia, 2005), 63.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

operasional, kajian pustaka, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan skripsi.

Bab kedua, berupa dasar kajian untuk menjawab permasalahan yang ada pada penelitian ini. Dalam bab ini dibahas teori-teori yang menjadi dasar pedoman tema penelitian yang diangkat Pada bab ini penulis menguraikan tentang teori-teori tentang kontribusi, motif pembelian, pemasaran, prilaku konsumen sebagai dasar kajian untuk menjawab permasalahan.

Bab ketiga, merupakan bahasan Kontribusi Kartu Sibijak Dalam Meningkatkan Motivasi Pembelian Di NU Swalayan Gapura Sumenep, penyajian data di lapangan yang akan menggambarkan tentang profil BMT NU Gapura Sumenep dan NU Swalayan, mulai dari sejarah berdirinya BMT NU Gapura Sumenep dan NU Swalayan, visi dan misinya, akad yang ada di kartu SIBIJAK, motivasi masyarakat untuk membeli di NU Swalayan, kontribusi SIBIJAK terhadap Swalayan dan BMT NU, pelayanan karyawan Swalayan.

Bab keempat, membahas rangkaian tahapan penyusunan penelitian ini selanjutnya merupakan bab analisis data, yakni memadukan antara teori sebagaimana yang dijelaskan pada bab dua dengan apa yang peneliti temukan di lapangan pada bab tiga sebagai hasil penelitian yang digambarkan secara sistematis dan kritis.

Bab kelima, merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi banyak pihak,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

khususnya dalam tujuan pengembangan Swalayan untuk meningkatkan jumlah nasabah BMT NU Gapura Sumenep.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id