

**PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN KOPERASI
SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARI'AH (KSPPS) MITRA USAHA
IDEAL (MUI) JAWA TIMUR CABANG KREMBANGAN SURABAYA
(Studi Kasus Masyarakat Eks-Lokalisasi Bangunsari Surabaya)**

TESIS

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister dalam Program Ekonomi Syari'ah**



Oleh

**Alfian Maulana
F12416268**

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Alfian Maulana

NIM : F12416268

Program : Magister (S-2)

Institusi : Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 23 Maret 2018

Saya yang menyatakan,



Alfian Maulana

PERSETUJUAN

Tesis Alfian Maulana ini telah disetujui

Pada tanggal 23 Maret 2018

Oleh
Pembimbing



Prof. Dr. H. Ahmad Zahro, MA
NIP. 195506071988031002

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

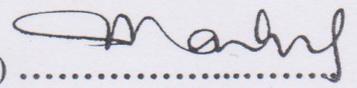
Tesis Alfian Maulana ini telah diuji

Pada tanggal 8 Mei 2018

Tim Penguji:

1. Prof. Masdar Hilmy, MA. Ph.D

(Ketua/Penguji)



2. Dr. H. Iskandar Ritonga, M.Ag

(Penguji Utama)



3. Prof. Dr. H. Ahmad Zahro, MA

(Pembimbing/Penguji).....

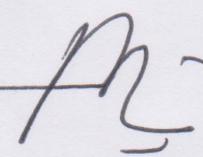


Surabaya, 8 Mei 2018

Direktur,



Prof. Dr. H. Husein Aziz, M.Ag
NIP. 195601031985031002





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Alfian Maulana
NIM : F12416268
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Syariah
E-mail address : alfianmaulana88@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Perilaku Konsumen dalam Memilih Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan

Syariah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya

(Studi Kasus Masyarakat Eks-Lokalisasi Bangunsari Surabaya)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 31 Juli 2018

Penulis


(Alfian Maulana)

B. Gambaran Umum Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) JawaTimur Cabang Krembangan Surabaya	70
1. Latar belakang dan sejarah KSPPS MUI JawaTimur Cabang Krembangan Surabaya	70
2. Visi dan Misi KSPPS MUI JawaTimur Cabang Krembangan Surabaya	77
3. Struktur organisasi KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya	78
4. Fungsi dan tujuan KSPPS MUI JawaTimur Cabang Krembangan Surabaya	83
5. Produk KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya ..	84
C. Praktek Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) JawaTimur Cabang Krembangan Surabaya	87
1. Perilaku konsumen KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya	87
2. Ketentuan dan mekanisme pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.....	91

BAB IV: PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARI'AH (KSPPS) MITRA USAHA IDEAL (MUI) JAWA TIMUR CABANG KREMBANGAN SURABAYA...	96
A. Analisis Perilaku Konsumen (Masyarakat Eks-Lokalisasi Bangunsari Surabaya) Dalam Memilih Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya	96
B. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Eks-Lokalisasi Bangunsari Surabaya Dalam Memilih Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya	103
BAB V : PENUTUP	109
A. Kesimpulan.....	109
B. Saran-Saran	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumen merupakan elemen yang penting dalam perilaku konsumen, sehingga dalam usaha memasarkan suatu produk, manajer pemasar harus memahami, mempelajari, dan menganalisa perilaku konsumen yang dituju, sehingga diperoleh pandangan yang lebih mendalam tentang konsumen dan dapat menilai kembali kebutuhan serta menanggapi dengan cepat kebutuhan tersebut. Oleh karena itu kebutuhan konsumen yang mendasari perilaku konsumen harus benar-benar dipahami.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen merupakan jiwa perusahaan yang menentukan corak, arah, macam serta banyaknya produksi yang dibuat oleh produsen.¹

Sedangkan Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2001 Tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 bahwa konsumen adalah setiap orang

¹ Lili M. Sadeli, dan Ukas Maman, *Pengantar Bisnis Ilmu Menjual*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 15.

pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan tidak untuk diperdagangkan.²

Konsumen individu membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri yang sering disebut sebagai konsumen akhir. Konsumen organisasi meliputi organisasi bisnis, yayasan, lembaga sosial, kantor pemerintah dan lembaga lainnya. Konsumen organisasi membeli produk peralatan dan jasa-jasa lainnya untuk menjalankan seluruh kegiatan organisasinya. Konsumen individu mempengaruhi kemajuan dan kemunduran perusahaan secara langsung. Konsumen individu sebagai konsumen akhir memiliki keragaman individu dalam memilih produk seperti usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya.

Perilaku konsumen merupakan studi yang mengkaji bagaimana individu membuat keputusan membelanjakan sumber dayanya yang tersedia dan dimiliki (waktu, uang, usaha dan energi) untuk mendapatkan barang atau jasa yang nantinya akan dikonsumsi. Perilaku konsumen merupakan aspek penting yang harus diperhatikan perusahaan dalam usaha pemasaran, dengan tujuan memberikan kepuasan kepada konsumen. Perilaku konsumen akan mengarahkan bagaimana individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha dan energi).

² Sentosa Sembiring, *Himpunan Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Perundang-Undangan yang Terkait*, (Bandung, Nuansa Aulia, 2006), 305.

Perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi dan menghabiskan produk. Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.

Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manivestasi dzikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat baik di dunia maupun akhirat.

Islam juga mengatur seluruh perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, konsumsi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Islam telah mengatur jalan hidup manusia lewat al-Qur'an dan al-Hadits supaya manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya.

Kegiatan ekonomi merupakan tabi'at manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dengan kegiatan itu ia dapat memperoleh rizki dan dengan rizki itu ia melangsungkan hidupnya. Bagi umat Islam al-Quran adalah

petunjuk untuk memenuhi yang berkebenaran absolut, sunnah Rasulullah berfungsi menjelaskan kandungan al-Quran terdapat banyak ayat-ayat al-Quran dan al-Hadist merangsang manusia untuk rajin dan giat berkerja, maka kegiatan ekonomi termasuk di dalamnya, tapi tidak semua kegiatan ekonomi di benarkan oleh al-Qur'an dan al-Hadist. Apabila semua kegiatan itu punya watak yang merugikan banyak orang dan menguntungkan sebagian kecil orang seperti monopoli dagang, calo, penjudi, dan riba pasti akan di tolak oleh Islam.³

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam. Ekonomi Islam mempunyai tiga pilar yang berkaitan antara satu dengan yang lain dan ketiganya perlu dibangun dan digerakkan bersama-sama oleh semua komponen umat dan bangsa, baik oleh pemerintah, lembaga keuangan Syari'ah, civitas akademika perguruan tinggi dan pesantren. Ekonomi Islam secara sederhana dapat dipahami sebagai suatu sistem ekonomi yang berdasarkan pada ajaran dan nilai-nilai Islam. Sumber dari keseluruhan nilai tersebut adalah al-Qur'an, as-Sunnah, Ijma' dan Qiyas.⁴

³ M. Zuhri, *Riba Dalam al-Qur'an dan Masalah Perbankan*, (Jakarta: P.T Raja Grafindo Persada, Cet-II 1996), 1.

⁴ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 11.

Nilai-nilai Islam yang komprehensif dan telah dinyatakan Allah dalam

QS, al-Maidah: 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلِيَ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ ۚ وَالْمُنْخَبِقَةُ
وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى
الْأُنْصَابِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ۚ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ ۗ الْيَوْمَ يَيسِسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ
دِينِكُمْ فَلَا تَحْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ ۗ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي
وَرَضِيْتُ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا ۚ فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ ۖ فَإِنَّ اللَّهَ
غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿٣﴾

Artinya: “Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelohnya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini

*telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.*⁵

Ketiga pilar ini merupakan implementasi ajaran Islam yang berasaskan tauhidullah dan mampu menjadi landasan operasional Lembaga Keuangan Syari’ah (LKS) dan kegiatan bisnis Syari’ah lainnya. Ketiga pilar tersebut: sektor moneter, sektor riil, dan sektor zakat.⁶

Sektor moneter dalam hal ini adalah lembaga keuangan Syari’ah atau tempat perputaran uang. Dimana nasabah menyimpan dana atau meminjam dana pada lembaga keuangan syari’ah yaitu BMT.

Sedangkan sektor riil adalah praktek ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat seperti dengan melakukan wirausaha (*entrepreneur*) atau unit usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang bisa memenuhi kebutuhan hidup masyarakat secara langsung.

Sektor zakat, infaq, shadaqah dan wakaf telah menjadi salah satu sarana untuk menyejahterakan masyarakat. Dalam perkembangannya, zakat dibagi menjadi dua: *pertama* zakat produktif yaitu zakat yang digunakan untuk modal usaha dan peningkatan ekonomi para *mustahiq* zakat. Sehingga zakat dapat

⁵ al-Qur’an: 5:3.

⁶ Abu Fahmi dkk, *HRD Syari’ah: Teori dan Implementasi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), ix.

menjadi penggerak ekonomi global yang sangat luar biasa. dan yang *kedua* zakat non produktif yaitu zakat yang langsung dikonsumsi oleh para *mustahiq*.

Berdasarkan ketiga pilar tersebut maka ekonomi Islam harus bisa ditegakkan oleh seluruh umat Islam. Dukungan dari semua seluruh umat Islam menjadi sebuah keniscayaan bagi mercusuar ekonomi Islam pada masa yang akan datang. Untuk menegakkan pilar-pilar ekonomi Islam itu harus tersedia sumber daya insani yang memiliki loyalitas tinggi terhadap Islam.

Keuangan mikro dapat didefinisikan sebagai penyediaan berbagai bentuk pelayanan keuangan bagi individu, keluarga berpenghasilan rendah, dan usaha mikro yang sedang berkembang. Bentuk pelayanan keuangan dapat berupa tabungan, asuransi, kredit, transfer uang, dan bentuk lainnya. Pelayanan keuangan mikro dibedakan menjadi dua, yaitu pelayanan keuangan konvensional dan pelayanan keuangan syari'ah. Pelayanan keuangan konvensional dapat ditemukan antara lain pada lembaga keuangan bank atau koperasi yang menggunakan sistem bunga, sedangkan pelayanan keuangan syari'ah berlaku prinsip-prinsip syari'ah Islam yang dapat ditemukan antara lain pada bank Syari'ah, Asuransi Syari'ah, dan Koperasi Syari'ah yang merupakan usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial dengan landasan syari'ah atau Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (selanjutnya disebut KJKS).⁷

⁷ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, (Ekonesia, Yogyakarta, 2005), 96.

Dalam mengembangkan koperasi di Indonesia ada beberapa langkah pendukung untuk mempertegas jatidiri, kedudukan, permodalan dan pembinaan koperasi, maka dari itu ditetapkan Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian. Secara operasional koperasi diatur kembali melalui Peraturan Pemerintah Nomor 9 tahun 1995 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam. Sedangkan koperasi khusus untuk Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) diatur sendiri dengan Kepmen Koperasi dan UKM Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha KJKS.⁸ Untuk kepentingan monitoring KJKS, terbit Permen Koperasi dan UKM nomor: 39/Per/M.KUM/XII/2007 tentang Pedoman Pengawasan KJKS dan Unit Jasa Keuangan Syari'ah. Dengan demikian semua jenis kegiatan dan segala implikasi hukum bisa dipertanggung jawabkan baik kepada anggota maupun masyarakat. Perundang-undangan tentang koperasi, khususnya yang berbasis syari'ah merupakan suatu kewajiban untuk merespon tuntutan masyarakat yang menginginkan transaksi simpan pinjam dengan sistem syari'ah.

Dalam perkembangan koperasi, jumlah KJKS dan BMT semakin banyak dengan badan hukum yang sama. Pada tahun 2014 jumlah koperasi sebanyak 209.488 unit. Dari tahun 2009-2014, terjadi kenaikan jumlah koperasi sebanyak 39.077 unit koperasi. Dari total unit koperasi, sebanyak 147.249 unit adalah koperasi aktif, sedangkan sisanya sebanyak 62.239 unit (30%) merupakan

⁸ Nur Lailah, et al., *Lembaga Keuangan Islam Non Bank* (Surabaya: IAIN SA Press, 2013), 84.

koperasi tidak aktif. Sedangkan jumlah koperasi di Jawa Timur sendiri pada tahun 2015 sebanyak 31.182 unit dengan rincian 27.472 unit koperasi aktif, 3.710 unit merupakan koperasi tidak aktif.⁹

Perkembangan tersebut disebabkan adanya penerimaan baik oleh masyarakat terhadap adanya lembaga keuangan non bank berbasis syari'ah untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga dengan berjalannya waktu, baik BMT atau KJKS saling mengembangkan sistem Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah (LKMS) dan memberikan pelayanan jasa yang baik dan beragam guna meningkatkan minat masyarakat. Oleh karena itu, KJKS dalam menghimpun dan menyalurkan dananya tidak hanya dari anggota, akan tetapi masyarakat luas diperbolehkan untuk aktif bertransaksi.

KJKS dan BMT supaya tidak mengalami ketidakseimbangan penyediaan dana, maka harus memperjelas status hukumnya sebagai koperasi dalam pengawasan dinas perkoperasian atau sebagai LKMS dalam pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Sehingga OJK menghimbau Baitul Mal wa Tamwil (BMT) dan KJKS bisa segera mengajukan izin kepada regulator, baik sebagai lembaga keuangan mikro syari'ah (LKMS) atau koperasi syari'ah. Oleh karena itu Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia mengeluarkan Peraturan Deputi Bidang Pengawasan Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor

⁹ Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, "Data Koperasi", dalam <http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi>, diakses pada 6 Februari 2018.

09/Per/Dep.6/IV/2016 tentang Petunjuk Teknis Pemeriksaan Usaha Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah, dan Unit Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah Koperasi. Dengan peraturan tersebut KJKS berubah nama menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS).

Petunjuk teknis pemeriksaan KSPPS untuk memeriksa langkah-langkah pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundang-perundangan. Dengan adanya pemeriksaan tersebut diharapkan dapat menambah tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk KSPPS yang selama ini masih belum dikenal dimasyarakat luas.

Setiap lembaga keuangan, baik lembaga keuangan syari'ah maupun konvensional memerlukan partisipasi aktif dari masyarakat. Oleh karena itu, lembaga keuangan tersebut harus berlomba-lomba untuk mendapatkan nasabah. Semakin banyak nasabah yang diperoleh maka akan semakin banyak pula modal yang bisa dikumpulkan oleh lembaga keuangan tersebut.

Perilaku konsumen seperti ini terjadi dan terus berkembang di masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya dalam memilih pembiayaan. Hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri untuk sebagian masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya dalam memilih Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya untuk menjalin kerjasama atau mitra usaha baik dalam pembiayaan, simpanan maupun jasa.

Berdasarkan pada fenomena diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk mengetahui lebih jauh tentang perilaku konsumen dalam memilih pembiayaan syari'ah dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen memilih lembaga keuangan syari'ah sebagai objek penelitian “Perilaku Konsumen Dalam Memilih Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya (Studi Kasus Masyarakat Eks-Lokalisasi Bangunsari Surabaya)”.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Dari judul penelitian yang diangkat dalam penelitian ini nampak dapat dilihat berbagai persoalan yang muncul terkait dengan Perilaku Konsumen Dalam Memilih Pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah

- a) Perilaku konsumen masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya dalam memilih pembiayaan.
- b) Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya dalam memilih pembiayaan.
- c) Model perilaku konsumen.
- d) Keputusan konsumen dalam memilih pembiayaan.

2. Batasan masalah

Agar pembahasan penelitian sesuai dengan sasaran yang diinginkan, maka penulis memberi batasan masalah yaitu:

- a) Perilaku konsumen masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya dalam memilih pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.
- b) Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya dalam memilih pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

C. Rumusan Masalah

Oleh karena itu permasalahan dalam penelitian ini, maka perlu rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana perilaku konsumen (masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya) dalam memilih pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya) dalam memilih pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perilaku konsumen masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya terhadap pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya dalam memilih pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

E. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Peneliti mengharapkan dapat memberikan khazanah ilmu pengetahuan kepada para akademisi tentang perilaku konsumen dalam memilih pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya sebagai bahan pertimbangan pada kajian penelitian yang akan datang.

2. Kegunaan praktis

- a) Bagi Peneliti.

Penelitian ini salah satu bentuk upaya memenuhi tugas akhir dan diharapkan dapat memberikan pengetahuan penelitian dalam bidang sosial dan ekonomi.

b) Bagi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi peneliti selanjutnya, dan perbendaharaan perpustakaan untuk kepentingan penelitian.

c) Bagi Masyarakat.

Dari penelitian ini diharapkan memberikan wawasan dan informasi kepada masyarakat tentang lembaga keuangan syari'ah dalam melakukan simpanan maupun pembiayaan.

F. Penelitian Terdahulu

Sejauh pengamatan penulis banyak karya ilmiah baik yang berupa buku, skripsi atau tesis yang membahas tentang perilaku konsumen, dari sekian banyak penelitian oleh mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi yang ada di Indonesia. Peneliti menemukan beberapa sebagai acuan, sekaligus pembeda dengan apa yang akan peneliti teliti.

1. *“Pengaruh faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian asuransi jiwa (Studi pada AJB Bumiputera 1912 Syari'ah Cabang Cibubur)”*.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian asuransi jiwa pada kantor cabang cibubur AJB Bumiputera 1912 syari'ah. Hasil penelitian ini adalah secara simultan antara faktor budaya, social, pribadi dan psikologi memiliki

pengaruh positif terhadap keputusan pembelian asuransi jiwa pada AJB bumiputera 1912 syari'ah cabang cibubur.¹⁰

Penelitian diatas menjelaskan tentang pengaruh faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian asuransi jiwa, persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas tentang perilaku konsumen. Namun pembahasannya berbeda dengan apa yang akan penulis teliti. Adapun perbedaannya adalah dalam penelitian ini penulis mencoba meneliti tentang perilaku konsumen (masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya) dalam memilih KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

2. *"Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Arisan Sepeda Motor Di BMT Amal Mulia"*. Dalam skripsi ini dijelaskan tentang persepsi, pembelajaran, keyakinan & sikap dan motivasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah arisan sepeda motor di BMT Amal Mulia, Arisan ini menjadi lebih menarik karena biasanya yang dijadikan bahan untuk arisan adalah uang, namun di BMT Amal Mulia ini adalah sepeda motor. Arisan ini merujuk pada fungsi lembaga keuangan yaitu sektor rill atau usaha milik BMT karena sebagai ajang promosi dengan biaya yang sedikit.¹¹

¹⁰ Arista Milka Nasrul, "Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa (Studi AJB Bumiputera 1912 Syari'ah Cabang Cibubur)", (Skripsi S1 Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Negeri Jakarta 2014).

¹¹ Dewi Lestari Handayani, "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Arisan Sepeda Motor (Studi Kasus pada BMT Amal Mulia)", (Skripsi S1 IAIN Salatiga 2015).

Penelitian diatas membahas tentang keputusan menjadi nasabah arisan sepeda motor di BMT Amal Mulia. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang keputusan konsumen dalam memilih pembiayaan, namun sangat berbeda pembahasan dengan penelitian penulis. Perbedaannya terletak pada objek atau model yang dipakai dalam pembiayaan , dimana penulis disini membahas tentang perilaku konsumen (masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya) dalam memilih KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

3. *“Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegadaian Pada PT. Bank Syari’ah Mandiri Tbk”*. Berangkat dari paradigma diatas, maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian tentang perilaku nasabah dalam memilih produk pembiayaan pegadaian, penelitian ini akan dilakukan pada Bank Syari’ah. Untuk menguatkan argumen, diambil sampel Bank Syari’ah Mandiri cabang Rawamangun sebagai lembaga yang menjalankan produk pembiayaan pegadaian. Maka dari itu penelitian ini diberi judul: *“Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegadaian Pada PT. Bank Syari’ah Mandiri Tbk.”*¹²

Penelitian diatas membahas tentang perilaku nasabah dalam memilih pembiayaan. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang perilaku konsumen dalam memilih pembiayaan, namun sangat berbeda pembahasan

¹² Novi Rofiani, “Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegadaian Pada PT. Bank Syari’ah Mandiri Tbk”, *Al-Iqtishad*: Vol. I, No. 2, (Juli 2009).

dengan penelitian penulis. Perbedaannya terletak pada objek atau model yang dipakai dalam pembiayaan secara umum, dimana penulis disini membahas tentang perilaku konsumen (masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya) dalam memilih KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

4. *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT (Studi Kasus Pada BMT Artha Barokah Yogyakarta)”*. Dalam jurnal ini dijelaskan Perilaku nasabah dalam memilih produk BMT ternyata banyak faktor yang mempengaruhi, diantaranya adalah: sikap, motivasi dan kelas sosial. Salah satu perilaku nasabah yang Nampak adalah seseorang tersebut tidak suka berurusan dengan BMT, karena dibenak mereka bahwa BMT sama seperti bank-bank pada umumnya yang mereka kenal yaitu mengandung unsur ribawi. Dari uraian diatas maka perlu dilakukan penelitian tentang perilaku nasabah yang terdiri dari faktor sikap, motivasi dan kelas sosial, dalam pengambilan keputusan memilih produk di BMT Artha Barokah Yogyakarta.¹³

Dari penelitian di atas, menjelaskan tentang sikap, motivasi dan kelas sosial dalam memilih produk di BMT Artha Barokah Yogyakarta. Persamaannya dengan penulis disini adalah tentang perilaku nasabah dalam memilih produk Syari'ah. Namun perbedaannya adalah mengenai sikap, motivasi dan kelas sosial dalam pemilihan BMT dimana penulis menjadikan

¹³ Sri Giyanti dan Teguh Suropto, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Memilih Produk BMT (Studi Kasus Pada BMT Artha Barokah Yogyakarta)”, *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, Vol. IV No.1. (Juni 2016), 57-65.

masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya sebagai subjek perilaku konsumen dalam memilih pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

G. Sistematika Pembahasan

Sistem pembahasan ini bertujuan agar penyusunan tesis terarah sesuai dengan bidang kajian dan untuk mempermudah pembahasan, dalam tesis ini dibagi menjadi lima bab, dari lima bab terdiri dari beberapa sub-sub, dimana antara satu dengan yang lainnya saling berhubungan sebagai pembahasan yang utuh. Adapun sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan bab pendahuluan yang berisi tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi dan Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Penelitian Terdahulu, Kerangka Teoretik, dan Sistematika Pembahasan

Bab kedua, mengulas landasan teori perilaku konsumen dan koperarsi syari'ah sebagai pedoman analisa dalam penelitian ini, yang meliputi definisi perilaku konsumen dan lembaga keuangan non bank (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah).

Bab ketiga, sub pertama, merupakan metodologi penelitian. sub kedua, merupakan gambaran umum KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya. sub ketiga, membahas tentang praktek pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

Bab keempat, berisi tentang analisis perilaku konsumen (masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya) dalam memilih pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya) dalam memilih pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

Bab kelima, berisi penutup yang meliputi Kesimpulan dan Saran-Saran. Kesimpulan merupakan bentuk sederhana dari uraian panjang pembahasan sebelumnya. Sementara itu saran-saran merupakan bentuk rekomendasi penulis berkaitan dengan hasil penelitian ini, demi keberlanjutan penulisan penelitian dengan jenis pembahasan yang sejenis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen.

1. Pengertian.

Perilaku adalah suatu sikap dan tindakan serta proses psikologis. Sedangkan konsumen adalah orang yang menggunakan produk maupun jasa. Ilmu perilaku adalah studi ilmiah tentang perilaku manusia.¹ Istilah perilaku erat hubungannya dengan objek yang studinya diarahkan pada permasalahan manusia dibidang pemasaran, konsep perilaku konsumen secara terus menerus dikembangkan dengan berbagai pendekatan.

Perilaku konsumen merupakan aspek penting yang harus diperhatikan perusahaan dalam usaha pemasaran, dengan tujuan memberikan kepuasan kepada konsumen. Perilaku konsumen akan mengarahkan bagaimana individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi).

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, penggunaan, pembelian, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen adalah hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Teori perilaku konsumen (*consumer behavior*)

¹ Moekijat, *Asas Perilaku Organisasi*, (Bandung: Mandiri Maju, 1997), 21.

mempelajari bagaimana manusia memilih diantara berbagai pilihan yang dihadapinya dengan memanfaatkan sumberdaya (*resources*) yang dimilikinya.²

Perilaku konsumen adalah kecenderungan konsumen dalam melakukan konsumsi, untuk memaksimalkan kepuasannya. Konsumen mencapai keseimbangannya ketika dia memaksimalkan pemanfaatannya sesuai dengan keterbatasan penghasilan, yakni: ketika rasio-rasio pemanfaatan-pemanfaatan marginal dari berbagai komoditas sama dengan rasio-rasio harga-harga uangnya masing-masing.³

Dari beberapa definisi yang telah disebutkan di atas dapat kita simpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua keinginan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.⁴

Dalam paradigma ekonomi konvensional perilaku konsumen didasari pada prinsip-prinsip dasar utilitarianisme dan rasionalitas semata. Prinsip ini menuntut adanya perkiraan dan pengetahuan mengenai akibat yang dilakukan. Prinsip ini mendorong konsumen untuk memaksimalkan nilai guna dengan usaha yang paling minimal dengan melupakan nilai-nilai

² Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), 56.

³ Nur Rianto, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011), 140.

⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Edisi kedua, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 5.

kemanusiaan. Akibatnya tercipta individualisme dan *self interest* Maka keseimbangan umum tidak dapat dicapai dan terjadilah kerusakan dimuka bumi.⁵

Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasar syariat Islam, memiliki perbedaan dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif, dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi.⁶

Perilaku konsumen muslim adalah suatu perilaku yang dilakukan oleh seorang muslim dimana dalam memenuhi kebutuhannya dia tidak hanya memenuhi kebutuhan individual (materi) saja, tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial (spiritual). Konsumen muslim setiap mendapatkan pendapatan atau penghasilan dari kerja kerasnya, mereka tidak berfikir pendapatan atau penghasilannya harus dihabiskan untuk dirinya sendiri, tetapi karena kesadarannya bahwa dia hidup untuk mencari ridha Allah, maka sebagian pendapatannya atau penghasilannya dimanfaatkan untuk dibelanjakan di jalan Allah (*fi sabilillah*).

Perilaku konsumen berdasarkan tuntutan al-Qur'an dan hadist. Perilaku konsumen (*consumer behavior*) mempelajari bagaimana manusia memilih diantara berbagai pilihan yang dihadapinya dengan memanfaatkan

⁵ Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 61.

⁶ Sri Wigati, "Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam", *Maliyah Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 01 (Juni, 2011), 28.

sumber daya (*resources*) yang dimilikinya teori perilaku konsumen dibangun berdasarkan syari'at Islam, memiliki perbedaaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi dasar fondasi, teori, motif, dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi.

a) Ada tiga nilai dasar yang menjadi nilai fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim: Keyakinan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat dari pada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah dari pada konsumsi duniawi. Konsumsi untuk ibadah merupakan *Future Consumption* (karena mendapat balasan surga diakhirat), sedangkan konsumsi duniawi adalah *Present Consumption*.

b) Konsep sukses di dalam Islam diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas seseorang muslim maka semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapainya. Kebajikan, kebenaran, dan ketaqwaan kepada Allah merupakan kunci moralitas seorang muslim. Kebjikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan.

c) Kedudukan harta merupakan anugrah Allah dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus di jauhi secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar.⁷

Dalam Firman Allah surat An-Nur 24: 60:

وَالْقَوَاعِدُ مِنَ النِّسَاءِ الَّتِي لَا يَرَجُونَ نِكَاحًا فَلَيْسَ عَلَيْهِنَّ جُنَاحٌ أَنْ يَضَعْنَ ثِيَابَهُنَّ غَيْرَ مُتَبَرِّجَاتٍ بِزِينَةٍ وَأَنْ يَسْتَعْفِفْنَ خَيْرٌ لَهُنَّ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿٦٠﴾

Artinya: “Dan perempuan-perempuan tua yang Telah terhenti (dari haid dan mengandung) yang tiada ingin kawin (lagi), tiadalah atas mereka dosa menanggalkan pakaian mereka dengan tidak (bermaksud) menampakkan perhiasan, dan berlaku sopan adalah lebih baik bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha Bijaksana”.⁸

⁷ Qardhawi Yusuf, *Peran Nilai Moral Dalam Prekonomian Islam*, (Jakarta; Rabbani Press), 48.

⁸ al-Qur'an, 24: 60.

2. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen.

a. Faktor internal (*internal influences*).

1). Motivasi.

Motivasi berasal dari bahasa latin *movere* yang artinya menggerakkan.⁹ Seorang konsumen tergerak untuk membeli suatu produk karena ada sesuatu yang menggerakkan. Proses timbulnya dorongan sehingga konsumen tergerak untuk membeli suatu produk itulah yang disebut motivasi.

Motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Bila kebutuhan dipenuhi akan menimbulkan adanya motivasi, yaitu dorongan dalam diri seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya yang diarahkan pada tujuan memperoleh kepuasan.

2). Pengolahan informasi dan Persepsi.

Pengolahan informasi pada diri konsumen terjadi ketika salah satu panca indera konsumen menerima *input* dalam bentuk stimulus. Stimulus bias berbentuk produk, nama, merk, kemasan, iklan, nama produsen. Persepsi ini bersama keterlibatan konsumen (*level of consumer involvement*) dan memori akan mempengaruhi pengolahan informasi. Di dalam konteks pemasaran, maka persepsi konsumen

⁹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori ...*, 55.

bisa berupa persepsi produk, persepsi merk, persepsi pelayanan, persepsi harga, persepsi kualitas produk, persepsi toko atau persepsi terhadap produsen.

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Pada hakikatnya persepsi adalah proses kongnitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungannya baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Lalu stimulus itu ditangkap oleh panca indera yang dinamakan sebagai sensasi. Dari sensasi itu, direspon oleh otak manusia menjadi sebuah persepsi atau pandangan atas stimulus.¹⁰

Kunci untuk memahami persepsi terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.

3). Pembelajaran.

Pembelajaran dapat dipandang sebagai proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap dan perilaku. Definisi ini mencerminkan posisi dua aliran pikiran utama mengenai pembelajaran. Satu perspektif mengenai pembelajaran dikenal sebagai pendekatan kognitif, pembelajaran dicerminkan

¹⁰ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 102.

melalui perubahan pengetahuan. Perspektif lainnya adalah pendekatan behaviorisme yaitu pembelajaran dengan perilaku yang dapat diamati. Proses belajar biasa terjadi karena adanya empat unsur yang mendorong proses belajar tersebut, yaitu: motivasi (*motivation*), isyarat (*cues*), respon (*respons*), pendorong atau penguat (*reinforcement*).

4). Pengetahuan.

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki 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.

Pengetahuan konsumen terbagi dalam tiga macam :

(1) pengetahuan produk, pengetahuan produk mencakup kesadaran akan kategori dan merek produk di dalam kategori produk, atribut atau ciri produk, dan kepercayaan tentang kategori produk secara umum dan mengenai merek spesifik.

(2) pengetahuan pembelian, pengetahuan pembelian mencakup berbagai informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan pemerolehan produk. Dimensi dasar dari pengetahuan

pembelian melibatkan informasi berkenaan dengan keputusan tentang dimana produk tersebut harus dibeli dan kapan pembelian harus terjadi.

(3) pengetahuan pemakaian, pengetahuan pemakaian mencakupi informasi yang tersedia di dalam ingatan bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk tersebut.

5). Sikap.

Sikap adalah suatu predisposisi yang dipelajari untuk merespon terhadap suatu objek dalam bentuk rasa suka atau tidak suka. Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebuah sikap merupakan simultan dari seluruh faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi individu. Karena sikap berbicara tentang positif atau negatifnya sebuah objek tertentu.¹¹

6). Kepribadian, Gaya Hidup dan Demografi.

Kepribadian dan gaya hidup merupakan variabel yang memperlihatkan perbedaan dalam konsumsi produk dan preferensi merek. Kepribadian berkaitan dengan adanya perbedaan karakteristik yang paling dalam pada diri manusia (*inner psychological characteristics*), tidak ada manusia yang persis sama dalam sifat atau kepribadiannya, masing-masing memiliki karakteristik yang unik

¹¹ Ibid., 161.

yang berbeda satu sama lain, yang menggambarkan ciri unik dari masing-masing individu dan inilah yang disebut sebagai kepribadian manusia. Perbedaan karakteristik akan mempengaruhi respons individu terhadap lingkungan (stimulus) secara konsisten dan juga mempengaruhi perilaku individu.

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas social seseorang. Gaya Hidup didefinisikan sebagai bagaimana individu hidup, menghabiskan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.

Demografi menggambarkan karakteristik suatu penduduk seperti usia: memahami usia konsumen adalah penting karena konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda, pendidikan dan pekerjaan: pendidikan dan pekerjaan adalah dua karakteristik konsumen yang saling berhubungan. Pendidikan akan menentukan jenis pekerjaan yang dilakukan oleh seorang konsumen. Keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya, tabungan dan hartanya termasuk persentase yang mudah

dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung, dan lokasi geografik.

7). Agama.

Agama yaitu sistem kepercayaan dan keyakinan tentang hakikat adanya Maha pencipta alam semesta dan segala isinya, yaitu kepercayaan tentang tuhan yang maha esa serta kepercayaan tentang kehidupan setelah kematian. Agama tersebut memberikan pedoman ajaran mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan oleh para pemeluknya. Ajaran-Ajaran agama tersebut akan mempengaruhi sikap, motivasi, persepsi dan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Faktor agama merupakan faktor pembelian yang didasarkan pada kepercayaan akan keberadaan Tuhan.¹² Hampir sebagian manusia yang hidup di dunia, umumnya memeluk salah satu agama. Di Indonesia, secara resmi ada 6 (enam) agama yang diakui, yaitu Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Budha, dan Konghucu. Agama Islam merupakan agama yang menjadi mayoritas dianut warga Indonesia dengan total populasi mencapai 87%.

Mayoritas penduduknya beragama Islam inilah yang menyebabkan perilaku konsumen di Indonesia cukup terpengaruh oleh ajaran agama. Ajaran agama Islam yang paling umum meliputi

¹² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori ...*, 224.

salat, puasa, zakat, konsumsi makanan halal, dan aturan lainnya yang telah ditetapkan pemuka agama Islam. Perilaku konsumen yang nampak akibat pengaruh ajaran agama ini antara lain adanya penyediaan tempat ibadah di berbagai tempat umum, jam makan yang berbeda di saat bulan Ramadhan, penggunaan bank-bank syari'ah, dan lain sebagainya.

b. Faktor eksternal (*external influences*).

1). Kebudayaan.

a) Kebudayaan.

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.

b) Subbudaya.

Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya,¹³ subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok

¹³ Ibid., 86

ras dan area geografis yang dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap barang dan jasa.

2). Kelas Sosial.

Kelas sosial adalah pembagian individu di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama. Ukuran-ukuran yang biasa digunakan untuk menggolongkan masyarakat adalah pendapatan, pendidikan, pekerjaan, kekayaan dan sebagainya.

Kelas sosial merupakan kelompok-kelompok yang lebih homogeny dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat.¹⁴ dimana tersusun secara hirarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa. Kelas sosial dapat menunjukkan preferensi produk dan pemilihan merek yang berbeda-beda dalam berbagai kategori produk.

3). Keluarga.

Keluarga adalah lingkungan mikro, yaitu lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar konsumen tinggal dan berinteraksi dengan anggota-anggota keluarga lainnya. Keluarga menjadi daya tarik para pemasar, karena keluarga memiliki pengaruh yang besar kepada konsumen. Anggota keluarga saling mempengaruhi dalam pengambilan

¹⁴ Ibid., 85.

keputusan pembelian dan konsumsi suatu produk. Masing-masing anggota keluarga memiliki peranan penting mencakup pemberi pengaruh, pengambilan keputusan, pembeli dan pemakai.

Kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah: *Keluarga Orientasi*, yang merupakan orang tua seseorang. *Keluarga Prokreasi*, yaitu pasangan hidup, anak-anak, dan orang yang paling penting dalam hidup kita.

3. Model perilaku konsumen.

Menurut Schiffman dan Kanuk: motivasi digambarkan sebagai kekuatan yang mendorong individu untuk bertindak. Dorongan ini dihasilkan dari sebuah tekanan yang muncul akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi. Solomon: motivasi adalah proses yang menyebabkan seseorang berbuat seperti yang ia lakukan. Ini terjadi ketika ia mengharapkan kepuasan. Ketika kebutuhan telah tercapai akan mendorong konsumen untuk mengurangi akan kebutuhan tersebut.¹⁵

Secara khas ahli ekonomi menganggap bahwa konsumen adalah manusia ekonomis, mereka secara logika menimbang pilihan-pilihan dalam bentuk biaya dan nilai yang diterima untuk memperoleh kepuasan yang paling besar dari penggunaan waktu, energi dan uangnya. Karena itu ahli ekonomi mengumpulkan data demografis dan menganalisanya, bila mereka

¹⁵ Deroy, *Model Perilaku Konsumen*, (Motivasi, Persepsi, Konsep Dasar dan Perubahan Sikap) dari <http://manajemenmandiri.wordpress.com/2012/05/14/model-perilaku-konsumen-motivasi-persepsi-konsep-dasar-dan-perubahan-sikap>.

mencoba untuk meramalkan tingkah laku konsumen. Adalah suatu perluasan yang logis dari teori orang ekonomi yang mendorong untuk melihat pola pembelajaran konsumen lebih awal.

4. Proses pengambilan keputusan konsumen.

a). Tipe pengambilan keputusan konsumen.

Setiap konsumen pasti memiliki sumber daya (waktu, uang, dan usaha) untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan, tetapi sumber daya yang dimiliki setiap individu tidaklah sama. Setiap konsumen memiliki batas kemampuan tersendiri dalam mencurahkan sumber daya yang dimiliki.

Perbedaan tersebut akan mempengaruhi motivasi konsumen mencari informasi bahkan mempengaruhi tingkat keterlibatan dalam pembelian produk yang dibutuhkan. Oleh karena itu, pengambilan keputusan setiap konsumen akan selalu berbeda, bahkan setiap produk yang dibeli seorang konsumen pun memiliki pengambilan keputusan yang berbeda.

Menurut Engel, *et al.*, pengambilan keputusan konsumen dapat dibagi menjadi tiga tipe, yaitu:

1). Pemecahan Masalah Diperluas (*Extensive Problem Solving*) Tipe pemecahan masalah diperluas digunakan konsumen ketika melakukan pembelian yang rumit, yaitu barang-barang yang mahal, jarang dibeli,

dan beresiko. Tipe pemecahan masalah ini terjadi apabila terdapat keterlibatan yang tinggi dalam mengevaluasi kategori, terdapat motivasi tinggi dalam mencari informasi, dan tidak ada tekanan waktu yang membatasi. Oleh karena itu, konsumen pada tipe ini memerlukan informasi yang banyak karena belum banyak mengetahui kategori produk yang akan dibeli.

2). Pemecahan Masalah Terbatas (*Limited Problem Solving*) Tipe pemecahan masalah terbatas adalah tipe yang sering digunakan oleh konsumen dalam membeli produk yang memiliki tingkat resiko rendah. Tipe pemecahan masalah ini terjadi karena adanya tekanan waktu terhadap konsumen dan konsumen sudah memiliki sebagian besar informasi dan standar untuk mengevaluasi kategori produk berdasarkan pengalaman. Oleh karena itu, konsumen pada tipe ini hanya membutuhkan sedikit informasi dan keterlibatannya rendah dalam mengevaluasi alternatif.

3). Pemecahan Masalah Rutin (*Routinized Problem Solving*) Pemecahan masalah rutin terjadi ketika konsumen sudah memiliki informasi yang cukup banyak dan sudah memiliki standar untuk mengevaluasi produk berdasarkan pengalaman. Pada pemecahan masalah ini, konsumen biasanya membeli produk yang memiliki kategori yang relatif sama. Oleh karena itu, konsumen dapat menjadi loyal apabila terjadi

keterlibatan yang tinggi dan dapat berganti ke produk yang lain bila terjadi keterlibatan yang rendah.

b). Proses pengambilan keputusan konsumen.

Proses pengambilan keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen benar-benar membeli produk. Proses pengambilan keputusan pembelian dilakukan bertahap dari sebelum pembelian aktual dilakukan sampai dampak yang dirasakan setelah konsumsi.

Menurut Kotler, proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan pasca pembelian.

1). Pengenalan kebutuhan.

Menurut Engel, *et al*, pengenalan kebutuhan adalah persepsi konsumen atas perbedaan antara keadaan yang diinginkan dengan kondisi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan. Pengenalan kebutuhan oleh konsumen akan aktif bila mendapat rangsangan internal seperti lapar dan haus, dan rangsangan eksternal seperti iklan di suatu media.

Menurut Kotler, pengenalan kebutuhan akan terjadi ketika ada ketidaksesuaian antara keadaan yang diinginkan dengan kondisi aktual melebihi ambang tertentu, dan sebaliknya bila tidak melebihi ambang tertentu, maka pengenalan kebutuhan tidak akan terjadi.

2). Pencarian informasi.

Pencarian informasi adalah tahap pengambilan keputusan pembelian yang memicu konsumen untuk mencari banyak informasi. Menurut Engel, *et al.*, pencarian informasi adalah kegiatan mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan (internal) atau mencari informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan (eksternal).

Pencarian internal adalah pencarian yang melibatkan memori dan ingatan, sedangkan pencarian eksternal adalah pencarian yang melibatkan lingkungan sebagai sumber informasi. Pencarian eksternal tidak akan dilakukan oleh konsumen jika pencarian internal sudah memberikan informasi yang memadai.

Menurut Kotler, terdapat empat sumber yang digunakan konsumen untuk mencari informasi yaitu:

- (a). Sumber pribadi: Keluarga, tetangga, teman, dan kenalan.
- (b). Sumber komersial: Iklan, penyalur, kemasan, dan pajangan.
- (c). Sumber publik: Media massa, organisasi konsumen.
- (d). Sumber pengalaman: Pengkajian dan pemakaian produk.

3). Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif adalah tahap dimana konsumen akan melakukan evaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyampaikan pilihan hingga alternatif yang dipilih.

Secara sederhana, konsumen akan menggunakan informasi yang didapatnya untuk menyeleksi berbagai produk atau merek yang ditawarkan. Pada proses evaluasi alternatif, konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang dihadapinya.¹⁶

Konsumen memutuskan alternatif yang akan digunakan setelah menentukan kriteria evaluasi. Pertimbangan konsumen akan suatu produk, sangat tergantung pada kemampuan untuk mengingat informasi yang bertahan di dalam ingatan. Jika alternatif dapat diingat saat berada di tempat perbelanjaan, maka alternatif tersebut dapat dipertimbangkan. Jika konsumen tidak memiliki pengetahuan tentang alternatif, maka konsumen harus melihat pada lingkungan untuk membentuk alternatif yang bisa digunakan sebagai dasar pertimbangan.

4). Keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah tahap dimana konsumen sudah mendapat alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima bila perlu (Engel, *et al.*). Keputusan pembelian akan terjadi saat alternatif yang dibentuk sudah dipengaruhi oleh niat pembelian.

¹⁶ Ujang Sunarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 15.

Akan tetapi, bukan niat pembelian saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, melainkan terdapat faktor lainnya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5). Pasca pembelian

Pasca pembelian adalah tahap konsumen melakukan evaluasi apakah produk yang dipilih sudah memenuhi kebutuhan dan harapan setelah digunakan.

Kepuasan pasca pembelian akan menunjukkan rasa puas konsumen terhadap suatu produk. Tindakan pasca pembelian akan menunjukkan apakah konsumen akan kembali membeli produk tersebut karena puas atau mencari produk yang lain.

Pemakaian dan pembuangan pasca pembelian akan menunjukkan apakah produk yang dibeli, dihabiskan lalu dibuang atau belum selesai dipakai tetapi sudah dibuang. Tiga hal tersebut akan mempengaruhi pembelian berikutnya oleh konsumen.

B. Koperasi Syari'ah

1. Sejarah Singkat Koperasi di Indonesia.

Koperasi merupakan suatu wadah bagi golongan masyarakat yang berpenghasilan rendah dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya serta berusaha untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.¹⁷ Koperasi di Indonesia bermula pada tahun 1896 di Purwokerto Jawa Tengah, R. Aria

¹⁷ Hendrojogi, *Koperasi: Asas-asas, Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 20.

Wiriadmadja atau Tirta Adisuryo mendirikan koperasi kredit dengan tujuan membantu rakyatnya yang terjerat hutang kepada rentenir. Koperasi itu kemudian dibantu pengembangannya oleh pejabat Belanda dan akhirnya menjadi program resmi pemerintah Belanda. Pada tahun 1933-an koperasi syari'ah mengalami perkembangan pesat, pemerintah kolonial Belanda khawatir jika koperasi dijadikan tempat pusat perlawanan, akhirnya koperasi dibatasi. Pada tanggal 12 Juli 1947, pergerakan koperasi Indonesia mengadakan Kongres Koperasi yang pertama di Tasikmalaya, dan tanggal tersebut ditetapkan sebagai Hari Koperasi Indonesia.¹⁸

Tahun 1967 dibuat Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Perkoperasian. Selanjutnya UU ini diperbarui dan diganti dengan UU Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian. UU inilah yang mengatur tentang perkoperasian hingga sekarang.¹⁹

2. Pengertian.

Dalam Islam, koperasi termasuk kategori *Syirkah/Syarikah*. Koperasi atau *Syirkah Ta'awuniah* secara bahasa (*etymology*) koperasi berasal dari kata Inggris (*cooperation*).²⁰ secara sederhana koperasi berarti kerja sama.²¹

¹⁸ Hafidz Abdurrahman dan Yahya Abdurrahman, *Bisnis dan Muamalah Kontemporer*, (Bogor: Al Azhar Freshzone Publishing, 2014), 4.

¹⁹ Ibid., 5.

²⁰ Ismail Nawawi, *Ekonomi Kelembagaan Syari'ah: Dalam Pusaran Perekonomian Global Sebuah Tuntutan dan Realitas*, (Surabaya : CV. Putra Media Nusantara, 2009), 107.

²¹ Andi Rahman, "Pentingnya Pengenalan Tentang Koperasi Syari'ah Melalui Pendidikan dan Pelatihan Kementerian Agama RI", (Balai Diklat Keagamaan Manado), 05.

Ada beberapa definisi yang dikemukakan oleh Ulama' Fiqh: Sayyid Sabiq: "*Akad antara dua orang berserikat pada pokok harta (modal) dan keuntungan*". Hasbi Ash-Shiddieqie: "*Akad yang berlaku antara dua orang atau lebih untuk ta'awun dalam bekerja pada suatu usaha dan membagi keuntungannya*". Dari sini, dapat disimpulkan bahwa *syirkah* adalah kerja sama antara dua orang atau lebih dalam berusaha yang keuntungan dan kerugiannya ditanggung bersama.²² Sebagaimana para pakar mengemukakan definisi koperasi menurut sudut pandang mereka.²³

Pengertian Koperasi menurut Undang-Undang No. 25 tahun 1992 adalah "suatu badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau kumpulan dari beberapa koperasi yang merupakan tata susunan ekonomi sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan".²⁴ Koperasi menurut Menteri Negara Koperasi Usaha Kecil dan Menengah RI no: 129/KEP/M.KUKM/XI/2002 adalah badan usaha yang beranggotakan orang perorang/badan hukum.²⁵

²² Ibid., 12.

²³ Nawawi, *Ekonomi Kelembagaan Syari'ah: Dalam Pusaran Perekonomian Global Sebuah Tuntutan dan Realitas*, 107.

²⁴ Andi Rahman, "Pentingnya Pengenalan Tentang Koperasi Syari'ah Melalui Pendidikan dan Pelatihan Kementerian Agama RI", 08.

²⁵ Sulistyani, "Analisis Kinerja Koperasi Syari'ah Melalui Kemampuan Berinovasi, dan Orientasi Pasar Serta Komitmen di Kota Semarang", *Serat Acitya, Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 1.

Koperasi jasa keuangan syari'ah (KJKS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak dibidang pembiayaan, investasi dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syari'ah). Dimana manajemen KJKS adalah pengurus yang menjalankan fungsi eksekutif dan atau pengelola usaha (direktur, manajer atau kepala unit) yang merupakan tenaga profesional yang diangkat oleh pengurus atas persetujuan rapat anggota. Dan perangkat organisasi KJKS terdiri dari rapat anggota, pengurus dan pengawas.

3. Prinsip.

Koperasi dianggap sebagai satu lembaga bisnis yang unik. Keunikan itu sering dikaitkan dengan prinsip-prinsip yang tidak saja mendasarkan diri pada prinsip ekonomi melainkan juga kebersamaan.²⁶

Prinsip Koperasi Syari'ah, antara lain: *pertama*, Kekayaan adalah amanah Allah yang tidak dapat dimiliki oleh siapapun secara mutlak. *Kedua*, Manusia diberi kebebasan bermu'amalah selama bersama dengan ketentuan syari'ah. *Ketiga*, Manusia merupakan khalifah Allah dan pemakmur di muka bumi. *Keempat*, Menjunjung tinggi keadilan serta menolak setiap bentuk ribawi dan pemusatan sumber dana ekonomi pada segelintir orang atau sekelompok orang saja.²⁷

²⁶ Hudiyanto, "Sistem Koperasi: Ideologi dan Pengelolaan", (Yogyakarta: UII Press, Cet-I, 2002), 81.

²⁷ Ibid., 4.

Prinsip dan tujuan operasional koperasi syari'ah adalah menciptakan kesejahteraan (*falah*) bagi para anggotanya dengan prinsip saling membantu dalam kebaikan (*al-ta'awun al al-birri*) secara bersama-sama. Prinsip ini terinternalisasikan ke dalam manajemen operasional, produk-produk, jasa dan hukum agar pelaku dan objeknya sama-sama mendapatkan kemaslahatan bersama.²⁸ serta turut membangun tatanan perekonomian yang berkeadilan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.²⁹

4. Dasar hukum.

a. Koperasi syari'ah berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Pasal 33 merupakan salah satu undang-undang yang mengatur tentang Pengertian Perekonomian, Pemanfaatan SDA, dan Prinsip Perekonomian Nasional, yang bunyinya sebagai berikut:

Ayat 1: Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan.

Ayat 2: Cabang-cabang produksi yang penting bagi Negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh Negara.

Ayat 3: Bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh Negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

²⁸ Testru Hendra, "Pembangunan Ekonomi Islam dengan Pengembangan Koperasi Syari'ah", *Maqdis, Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 1, No.1, (Januari-Juni, 2016), 17.

²⁹ *Ibid.*, 3.

Ayat 4: Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

Ayat 5: Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan pasal ini diatur dalam undang-undang.³⁰

Dalam Pasal 33 UUD 1945 tercantum dasar demokrasi ekonomi, produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua dibawah pimpinan atau penilikan anggota-anggota masyarakat. Kemakmuran masyarakat-lah yang diutamakan, bukan kemakmuran seseorang saja. Selanjutnya dikatakan bahwa “Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung dalam bumi adalah pokok-pokok kemakmuran rakyat. Sebab itu harus dikuasai oleh Negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Sehingga dapat disimpulkan, secara tegas Pasal 33 UUD 1945 melarang adanya penguasaan sumber daya alam ditangan Perorangan atau Pihak-pihak tertentu. Dengan kata lain monopoli, oligopoli maupun praktek kartel dalam bidang pengelolaan sumber daya alam dianggap bertentangan dengan prinsip Pasal 33 UUD 1945.

³⁰ Undang-Undang Dasar 1945

Pasal 33 UUD 1945 menyebutkan bahwa sumber daya alam dikuasai negara dan dipergunakan sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat. Sehingga monopoli pengaturan, penyelenggaraan, penggunaan, persediaan dan pemeliharaan sumber daya alam serta pengaturan hubungan hukumnya berada pada negara. Dalam Pasal 33 ini menjelaskan bahwa perekonomian Indonesia akan ditopang oleh 3 pelaku utama yaitu Koperasi, BUMN/D (Badan Usaha Milik Negara/Daerah), dan Swasta yang akan mewujudkan demokrasi ekonomi yang bercirikan mekanisme pasar, serta intervensi pemerintah, serta pengakuan terhadap hak milik perseorangan.

Penafsiran dari kalimat “dikuasai oleh negara” dalam ayat (2) dan (3) tidak selalu dalam bentuk kepemilikan tetapi utamanya dalam bentuk kemampuan untuk melakukan kontrol dan pengaturan serta memberikan pengaruh agar perusahaan tetap berpegang pada azas kepentingan mayoritas masyarakat, dan sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Jiwa dari Pasal 33 UUD 1945 yang berlandaskan semangat sosial, menempatkan penguasaan terhadap berbagai sumber daya untuk kepentingan publik (sumber daya alam) pada negara. Pengaturan ini berdasarkan anggapan bahwa pemerintah adalah pemegang mandat untuk melaksanakan kehidupan kenegaraan di Indonesia. Untuk itu, pemegang mandat ini seharusnya punya legitimasi yang sah dan ada

yang mengontrol tidak tunduknya, apakah sudah menjalankan pemerintahan yang jujur dan adil (good governance), dapat dipercaya (accountable), dan transparan.

b. Landasan Syari'ah.

Koperasi berdasarkan UU No. 17 Th. 2012, yaitu: modal terdiri dari simpanan pokok dan Surat Modal Koperasi (SMK). Lebih detail tentang ketentuan pengaturan koperasi BMT diatur dengan Keputusan Menteri Koperasi Usaha Kecil dan Menengah No. 91 Tahun 2004 (Kepmen No. 91 /KEP /M.KUKM /IX /2004). Dalam ketentuan ini koperasi BMT disebut sebagai Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS). Dengan ketentuan tersebut, maka BMT yang beroperasi secara sah di wilayah Republik Indonesia adalah BMT yang berbadan hukum koperasi yang izin operasionalnya dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Usaha Menengah atau departemen yang sama di masing-masing wilayah kerjanya.

Dibolehkannya akad syirkah berdasarkan dalil-dalil yang dapat dijumpai dalam al-Qur'an dan Hadits. Diantara dalil-dalinya sebagai berikut:

1). Qs. Al-Maidah 5: 2

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا
 أَهْدَى وَلَا الْقَلْبِدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا
 مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا تَجْرِمَنَّكُمْ
 شَنَاةُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا
 وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
 وَالْعَدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.

Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”³¹

2). Qs. Shaad 5:24

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ^ط وَإِنَّ كَثِيرًا
 مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا
 وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ^ظ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّهٗ
 فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٢٤﴾

Artinya: “Daud berkata: "Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini". Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.”.³²

³¹ al-Qur'an, 5: 2.

³² Ibid., 38; 24.

5. Azas dan kelembagaan.

a. Azas koperasi.

Azas koperasi di Indonesia adalah kekeluargaan dan gotong royong. Hal ini secara jelas tertuang dalam pasal 33 ayat (1) Undang-Undang dasar 1945 berbunyi: Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.³³ Asas kekeluargaan merupakan asas yang sesuai dengan kepribadian bangsa Indonesia.

Koperasi Indonesia harus menyadari bahwa dalam dirinya terdapat kepribadian sebagai pencerminan kehidupan yang dipengaruhi oleh keadaan, tempat, lingkungan waktu, dengan suatu ciri khas adanya unsur Ke-Tuhanan Yang Maha Esa, kegotong royongan dalam arti kerjasama, saling bantu membantu, kekeluargaan dengan semboyan Bhinneka Tunggal Ika.³⁴

Gotong royong dalam pengertian kerja sama pada koperasi mempunyai pengertian luas, yaitu:

- 1). Gotong royong dalam ruang lingkup organisasi.
- 2). Bersifat terus menerus dan dinamis.
- 3). Dalam bidang atau hubungan ekonomi.
- 4). Dilaksanakan dengan terencana dan berkesinambungan.

³³ Edilius, Sudarsono, *Koperasi Dalam Teori dan Praktik*, (PT. Rineka Cipta, Jakarta: 1993), 79.

³⁴ R.T. Sutantya Rahardja Hadhikusuma, *Hukum Koperasi Indonesia*, (PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta: 2000), 37-38.

Oleh karena itu, dalam menjalankan seluruh kegiatan usahanya koperasi melibatkan seluruh anggota yang ada secara gotong royong dan kekeluargaan agar seluruh anggota ikut bertanggung jawab dalam kegiatan perkoperasian tersebut.

b. Kelembagaan koperasi.

Lembaga Keuangan Syari'ah (LKS) terdiri dari dua kelompok lembaga, yakni lembaga keuangan berbentuk bank dan lembaga keuangan berbentuk bukan bank. Lembaga keuangan yang berbentuk bank mencakup Bank Umum Syari'ah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS). Sedangkan lembaga keuangan yang bukan berbentuk bank adalah Unit Usaha Syari'ah (UUS) dan Bait al Maal wa al Tamwil (BMT).³⁵

6. Kegiatan operasional dan produk.

a. Operasional Koperasi.

Sistem bagi hasil adalah pola pembiayaan keuntungan maupun kerugian antara BMT dengan anggota penyimpan berdasarkan perhitungan yang disepakati bersama. BMT biasanya berada di lingkungan masjid, Pondok Pesantren, Majelis Taklim, pasar maupun di lingkungan pendidikan. Biasanya yang mensponsori pendirian BMT adalah para *aghniya* (dermawan), pemuka agama, pengurus masjid, pengurus majelis taklim, pimpinan pondok pesantren, cendekiawan,

³⁵ Hadin Nuryadin, *BMT dan Bank Islam: Instrumen Lembaga Keuangan Syari'ah*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), 159-160.

tokoh masyarakat, dosen dan pendidik. Peran serta kelompok masyarakat tersebut adalah berupa sumbangan pemikiran, penyediaan modal awal, bantuan penggunaan tanah dan gedung ataupun kantor. Untuk menunjang permodalan, BMT membuka kesempatan untuk mendapatkan sumber permodalan yang berasal dari zakat, infaq, dan shodaqoh dari orang-orang tersebut.

Jika dibandingkan jenis produk antara koperasi syari'ah dan koperasi konvensional sebenarnya hampir sama yang umumnya menyangkut produk simpanan dan produk pinjaman. Tapi bila diperbandingkan pada sistemnya, Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah sangat jauh berbeda dengan koperasi konvensional. Disatu sisi, koperasi konvensional menggunakan sistem bunga sedangkan Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah menggunakan sistem bagi hasil. Dan bila anda ingin tahu bagaimana praktek pada bentuk jasa keuangan syari'ah di koperasi syari'ah sebenarnya kurang lebih sama dengan bank syari'ah yang juga menggunakan sistem *Murabahah*, *Mudharabah* dan *Ijarah*.

Sekalipun Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah hampir sama produknya dengan bank syari'ah, tapi pada produk funding-nya terdapat perbedaan. Produk funding atau pendanaan pada Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah dinamakan Simpanan sedangkan pada Bank Syari'ah disebut Tabungan. Perbedaan istilah ini didasari pada induk yang menaungi Koperasi

Simpan Pinjam Syari'ah dan Bank Syari'ah itu sendiri. Pada Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah berada di bawah naungan Dinas Koperasi sedangkan Bank Syari'ah dibawah naungan Bank Indonesia dimana izin pendirian kedua jenis lembaga tersebut dikeluarkan dari masing-masing induknya.

b. Produk Koperasi Syari'ah.

Secara umum produk koperasi syari'ah dalam rangka melaksanakan fungsinya tersebut dapat diklasifikasikan menjadi empat hal yaitu:

- 1). Produk penghimpunan dana (*funding*).
- 2). Produk penyaluran dana (*lending*).
- 3). Produk jasa.
- 4). Produk *tabarru'*: ZISWAH (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf, dan Hibah).

Pola Tabungan Dan Pembiayaan.

1. Tabungan.

Tabungan atau simpanan dapat diartikan sebagai titipan murni dari orang atau badan usaha kepada pihak koperasi. Jenis-jenis tabungan/simpanan adalah sebagai berikut:

- a. Tabungan persiapan qurban.
- b. Tabungan pendidikan.
- c. Tabungan persiapan untuk menikah.

2). *Mudharabah*, berasal dari kata *dharb*, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha.³⁶ Dengan kata lain *mudharabah* adalah perkongsian antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahib al amal*) menyediakan dana dan pihak kedua (*mudharib*) bertanggung jawab atas pengelolaan usaha. Keuntungan dibagikan sesuai dengan rasio laba yang telah disepakati bersama terlebih dahulu di depan. Manakala rugi, *shahib al amal* akan kehilangan sebagian imbalan dari kerja keras dan manajerial skill selama proyek berlangsung.

3). *Murabahah* adalah transaksi jual beli, yaitu pihak Lembaga Keuangan Syari'ah bertindak sebagai penjual dan mitra usaha sebagai pembeli, dengan harga jual dari lembaga keuangan syari'ah adalah harga beli dari pemasok ditambah keuntungan dalam persentase tertentu bagi lembaga keuangan syari'ah sesuai dengan kesepakatan.³⁷

³⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah; dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), 95.

³⁷ Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), 22.

4). *Muzaraah*, adalah suatu cara untuk menjadikan tanah pertanian menjadi produktif dengan bekerja sama antara pemilik dan penggarap dalam memproduktifkannya dan hasilnya dibagi diantara mereka berdua dengan perbandingan (nisbah) yang dinyatakan dalam perjanjian atau *urf* (adat kebiasaan).³⁸ Dengan memberikan 1 (satu) kepada si penggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan bagian tertentu (prosentase) dari hasil panen.

5). *Musaaqot*, menurut bahasa merupakan *wazn mufa'alah* dari kata *as-saquy* yang sinonimnya *asy-syurbu*, artinya memberi minum. Penduduk Madinah menamai *musaaqot* dengan *muamalah*, yang merupakan *wazn mufa'alah* dari kata *'amila* yang artinya (bekerja sama). Sedangkan menurut istilah *musaaqot* adalah suatu akad penyerahan pepohonan kepada orang yang mau menggarapnya dengan ketentuan hasil buah-buahan dibagi di antara mereka berdua.³⁹ Dengan bentuk yang lebih sederhana dari *muzaraah* dimana si penggarapnya bertanggung jawab atas penyiraman dan pemeliharaan. Sebagai imbalan si penggarap berhak atas rasio tertentu dari hasil panen.

³⁸ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: AMZAH, 2010), 392.

³⁹ *Ibid.*, 405.

b. Jual Beli dengan Mark Up (tambahan atas modal).

Jual beli dengan mark up merupakan tata cara jual beli yang dalam pelaksanaannya, koperasi mengangkat nasabah sebagai agen (yang diberi kuasa) melakukan pembelian barang atas nama koperasi, kemudian koperasi bertindak sebagai penjual kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli tambah keuntungan bagi koperasi atau sering disebut margin/mark up.

Keuntungan yang diperoleh koperasi akan dibagi kepada penyedia dan penyimpan dana. Jenis-jenisnya adalah:

- 1). *Bai As Salam*, proses jual beli dimana pembayaran dilakukan terlebih dahulu dan penyerahan barang dilakukan kemudian.
- 2). *Al Istishna*, adalah kontrak order yang ditandatangani bersamaan antara pemesan dengan produsen untuk pembuatan jenis barang tertentu.
- 3). *Ijarah atau Sewa*, adalah dengan memberi penyewa untuk mengambil pemanfaatan dari sarana barang sewaan untuk jangka waktu tertentu dengan imbalan yang besarnya telah disepakati bersama. A. Marzuki sebagai penerjemah *Fiqh Sunnah* karya Sayyid Sabiq menjelaskan makna *ijarah* dengan sewa-menyewa.⁴⁰

⁴⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2002), 113.

4). *Bai Ut Takjiri*, adalah suatu kontrak sewa yang diakhiri dengan penjualan. Dalam kontrak ini pembayaran sewa telah diperhitungkan sedemikian rupa sehingga padanya merupakan pembelian terhadap barang secara berangsur.

5). *Musyarakah Mutanaqisah*, adalah kombinasi antara musyawarah dengan *Ijarah* (perkongsian dengan sewa). Dalam kontrak ini kedua belah pihak yang berkongsi menyertakan modalnya masing-masing.

c. Pembiayaan Non Profit.

Sistem ini disebut juga pembiayaan kebajikan. Sistem ini lebih bersifat sosial dan tidak profit oriented. Dalam koperasi pembiayaan ini sering dikenal dengan *Qardh* artinya memotong. Diartikan demikian karena orang yang memberikan utang memotong sebagian dari hartanya untuk diberikan kepada orang yang menerima utang (*muqtaridh*).⁴¹ Yang bertujuan untuk kegiatan produktif yang secara aplikatif peminjam dana hanya perlu mengembalikan modal yang dipinjam dari koperasi apabila sudah jatuh tempo, yang tentu dengan beberapa kriteria UMK yang harus dipenuhi.

⁴¹ Ahmad Wardi Muslich, 273.

7. Peran dan fungsi koperasi.

a. Peran koperasi.

- 1). Membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan anggota pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya, guna meningkatkan kesejahteraan sosial ekonominya.
- 2). Memperkuat kualitas sumber daya insani anggota, agar menjadi lebih amanah, professional (*fathonah*), konsisten, dan konsekuen (*istiqomah*) di dalam menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dan prinsip-prinsip syari'ah Islam.
- 3). Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan azas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.
- 4). Sebagai mediator antara menyalang dana dengan penggunaan dana, sehingga tercapai optimalisasi pemanfaatan harta.
- 5). Menkuatkan kelompok-kelompok anggota, sehingga mampu bekerjasama melakukan kontrol terhadap koperasi secara efektif.
- 6). Mengembangkan dan memperluas kesempatan kerja.
- 7). Menumbuhkan-kembangkan usaha-usaha produktif anggota.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menjelaskan fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan melalui pengumpulan data.¹ Peneliti sebagai instrumen yang harus terjun ke lapangan, ada beberapa hal dalam penelitian kualitatif yang perlu dijelaskan sebagai bagian dari metode tersebut diantaranya:²

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya.

2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian dalam tesis ini adalah perilaku konsumen dalam memilih pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

3. Jenis dan Sumber Data

- a. Jenis penelitian.

Penelitian yang dilakukan di KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya merupakan penelitian kualitatif. Menurut Lexy J. Moleong dalam bukunya menjelaskan penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik,

¹ Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Gaung Persada, 2009), 36-37.

² Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005), 63.

dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata.³ Menurut Muhammad Idrus metode kualitatif yaitu penelitian dengan melihat objek penelitian dalam satu konteks natural, artinya seorang peneliti kualitatif melihat suatu peristiwa tidak secara parsial, lepas dari konteks sosialnya karena satu fenomena yang sama dalam situasi yang berbeda akan memiliki makna yang berbeda.⁴

Menurut Sukmadinata penelitian kualitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk kata dan gambar, kata-kata disusun dalam kalimat, misalnya kalimat hasil wawancara antara peneliti dan informan. Menurut Sugiyono dalam bukunya menjelaskan penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna.⁵ Tujuan utama menggunakan metode kualitatif untuk menggambarkan suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan, dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.⁶

³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), 6.

⁴ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 59.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2014), 9.

⁶ Consuelo G Sevilla, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: UI Press, 1993), 71

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian dengan memahami fenomena yang dialami oleh subjek dan objek secara apa adanya yang dinyatakan dalam bentuk kata dan gambar yang didapat melalui teknik pengumpulan data antara peneliti dan informan dengan menekankan makna pada hasil penelitian.

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan fenomenologi. Fenomenologi adalah study tentang pengetahuan yang berasal dari kesadaran atau pemahaman terhadap suatu objek dan peristiwa yang menjadi pengalaman seseorang secara sadar.⁷ Selain itu, fenomenologi merupakan gagasan mengenai pandangan peneliti melihat realitas sosial, fakta sosial atau fenomena sosial yang menjadi masalah penelitian.

Deskripsi fenomenologi berasal dari Husserl seorang filosofis Jerman dan Hedegger yang menyatakan bahwa struktur dasar dari dunia kehidupan tertuju pada pengalaman yang dianggap sebagai persepsi individu terhadap kehadirannya di dunia.⁸ Pendekatan fenomenologi dapat mempelajari bentuk-bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung, seolah-olah mengalaminya sendiri. Fenomenologi tidak hanya mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang dilakukan, akan tetapi prediksi terhadap tindakan di masa yang akan datang, dilihat dari

⁷ Putri Helmalena, "Analisis Fenomenologi pada Program Mario Teguh Golden Ways di Metro TV", (Skripsi--UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011), 9.

⁸ Donny Gahral Adian, *Pengantar Fenomenologi*, (Depok: Koekoesan, 2010), 42.

aspek-aspek yang terkait dengannya. Semua itu bersumber dari seseorang memaknai objek dalam pengalamannya.

Fenomenologi juga diartikan sebagai studi tentang makna, dimana makna itu lebih luas dari sekedar bahasa yang mewakilinya. Menurut Schutz, fenomenologi adalah studi tentang pengetahuan yang datang dari kesadaran atau cara memahami objek atau peristiwa melalui pengalaman sadar tentang objek atau peristiwa tersebut. Penelitian yang menggunakan pendekatan fenomenologi berusaha untuk memahami makna peristiwa serta interaksi pada orang-orang dalam situasi tertentu.

- b. Sumber data yang digunakan sebagai berikut:
 - a. Data primer, data diperoleh langsung dari lokasi penelitian dengan mengumpulkan hasil wawancara secara sistematis dari informan pengurus, Manager, Kabag, Marketing, Admin, Teller KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya dan informan pendukung dari masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya yang menjadi nasabah KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya. dimana objek penelitian tersebut adalah KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya Jl. Alun-Alun Bangunsari Timur No. 02 (Balai RW. 04) Dupak Kec. Krembangan Surabaya. Data primer

merupakan sumber dasar yang diteliti dari bukti-bukti atau saksi utama fenomena objek yang diteliti.⁹

- b. Data sekunder, Penelitian menggunakan sumber data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan dari data primer. Salah satu metode dalam pengumpulan data sekunder adalah dokumen, Dokumen merupakan bahan tertulis atau benda yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau aktifitas tertentu. Dapat berupa rekaman atau dokumen tertulis seperti arsip, database, surat-surat, rekaman, gambar, benda-benda peninggalan yang berkaitan dengan masalah sedekah terpimpin dan pembiayaan di KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya. Banyak peristiwa yang telah lama terjadi bisa diteliti dan dipahami atas dasar dokumen atau arsip. Data dalam penelitian kualitatif kebanyakan diperoleh dari sumber manusia atau *human resources*, melalui observasi dan wawancara di KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya. Akan tetapi ada pula sumber bukan manusia, *non human resources*, diantaranya dokumen, foto dan bahan statistik yang dimiliki KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya. Menurut Sugiyono studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Bahkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif ini akan semakin tinggi jika

⁹ Moh.Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 58.

melibatkan/menggunakan studi dokumen ini dalam metode penelitian kualitatifnya.¹⁰

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan cara:¹¹

a. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang digunakan penelitian untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui komunikasi langsung dengan subjek penelitian, baik dalam situasi sebenarnya ataupun dalam situasi buatan.¹² Berguna untuk melengkapi metode observasi lapangan. Sedangkan data-data yang tidak diperoleh dari wawancara dalam teknik ini digunakan teknik wawancara mendalam tanpa struktur.

Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan interview yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹³ Sebagai data primer didapat dari wawancara langsung dengan pengurus, Manager, Kabag, Marketing, Admin, Teller KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya dan masyarakat eks-lokalisasi

¹⁰ Sugiyono, . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 83

¹¹ *Ibid.*, 309.

¹² Winarno Surachmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Bandung: Tarsito, 2003), 162.

¹³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003), 117.

Bangunsari Surabaya yang menjadi nasabah KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

Dalam penelitian ini, wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah merupakan model pilihan apabila pewawancara mengetahui apa yang tidak diketahuinya, dengan merumuskan atau membuat pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu dan informan diharapkan menjawab dalam hal-hal kerangka wawancara dan definisi serta ketentuan dari masalah.

Dalam wawancara terstruktur pertanyaan ada ditangan pewawancara dan jawaban terletak pada informan, sehingga hal tersebut digunakan untuk menggali data tentang gambaran umum KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya. Dalam kegiatan ini, peneliti tidak menggunakan instrumen wawancara terstandar. Sebelum wawancara dilakukan, terlebih dahulu membuat dan menyusun pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan fokus penelitian yang akan dipertanyakan kepada informan.

Selain itu, pewawancara juga menyelipkan pertanyaan-pertanyaan pendalaman disaat berlangsungnya wawancara dengan tujuan untuk menggali data yang lebih mendalam lagi tentang hal-hal yang diwawancarakan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dimulai dari hal-hal yang bersifat umum dan mengarah pada hal-hal yang khusus.

b. Observasi

Observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala pada objek penelitian.¹⁴ Metode observasi yaitu studi yang sengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala alam dengan jalan pengamatan dan pencatatan.¹⁵

Observasi dilakukan secara sistematis (berkerangka) mulai dari metode yang digunakan dalam observasi sampai cara-cara pencatatannya. Peneliti akan melakukan pengamatan terhadap fenomena yang terjadi di masyarakat Bangunsari Surabaya untuk mendapat gambaran tentang kegiatan yang di teliti.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan tertulis mengenai berbagai kegiatan atau kejadian yang dari segi waktu relatif belum terlalu lama.¹⁶ Adapun kegiatan tertulis atau arsip-arsip yang ditelaah dalam penelitian ini ialah arsip-arsip yang disimpan oleh KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya, Manajer, maupun yang berada di tangan perorangan, yang berupa dokumen-dokumen sejarah, biografi, sistem dan mekanisme kerja, peraturan-peraturan yang pernah dibuat, rekaman

¹⁴ Hadari Nawawi dan M. Martini, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial* (Jogjakarta: Gajah Mada Press, 2006), 98.

¹⁵ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1993), 136.

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, Cet-X, 1996), 78.

berwujud foto dan rekaman dengar. Dokumen-dokumen yang diperoleh kemudian diseleksi sesuai dengan fokus penelitian.

Metode pengumpulan data di atas digunakan secara simultan, dalam arti digunakan untuk saling melengkapi antara data satu dengan data yang lain. Peneliti berusaha memperoleh keabsahan data sebaik mungkin. Sebagai alat pengumpul data adalah tape recorder, camera/foto, dan lembar catatan lapangan. Diantara dokumen-dokumen yang akan dianalisis meliputi:

- (1). Catatan sejarah berdiri dan perkembangannya.
- (2). Foto-foto yang menjadi dokumen, terutama yang berkaitan dengan implementasi pembiayaan di KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.
- (3). Program kerja, dan standar operasional prosedur di KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

d. Triangulasi

Triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian.¹⁷

¹⁷ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 330.

Sedangkan penyajian data yang sering digunakan untuk menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk yang disederhanakan dan selektif atau konfigurasi yang mudah dipahami. Penyajian data dalam kualitatif sekarang ini juga dapat dilakukan dalam berbagai jenis matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Semuanya dirancang untuk menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu padan dan mudah diraih. Jadi, penyajian data merupakan bagian dari analisis.

Triangulasi merupakan suatu cara untuk mendapatkan data yang benar-benar absah dengan pendekatan metode ganda, pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi teknik pengumpulan data yang artinya pengecekan data dengan cara mengumpulkan tiga teknik pengumpulan data yaitu observasi, pengamatan, dan dokumentasi.¹⁸

5. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data dalam penelitian ini melalui dua tahap yaitu ketika di lapangan dan sesudah di lapangan, teknik selama di lapangan sebagaimana menurut Milles dan Huberman adalah reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau penarikan kesimpulan.¹⁹ Saat penelitian teknik yang digunakan dengan cara proses pemilihan, pemusatan perhatian serta pengelompokan data yang lebih terfokuskan. Sedangkan analisis data setelah penelitian yaitu

¹⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 372.

¹⁹ Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*, (Jakarta: UI Press, 1992), 17.

mengumpulkan seluruh data primer dan sekunder yang dideskripsikan dan selanjutnya ditarik sebuah kesimpulan.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu suatu analisis yang bersifat mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti-buktinya. Tujuan dari metode ini adalah untuk mendeskripsi atau menggambarkan objek penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki, serta teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data-data yang peneliti kumpulkan baik data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi selama mengadakan penelitian di KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya agar memperoleh gambaran tentang perilaku konsumen (masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya) dalam memilih pembiayaan. Dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan pola pikir induktif. Pola pikir induktif adalah pola pikir yang berpangkal pada suatu peristiwa khusus dan berakhir pada kesimpulan yang bersifat umum.

B. Gambaran Umum Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

1. Latar belakang dan sejarah KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

Istilah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) belum banyak dikenal oleh masyarakat. Masyarakat lebih mengenal BMT (Baitul Maal wa Tamwil) dari pada KSPPS. BMT-BMT di Indonesia sebelum muncul KSPPS, banyak yang berbadan hukum koperasi dan menamakan dirinya Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS). Sejak muncul Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM), maka BMT dan lembaga keuangan lainnya yang sejenis diamanatkan untuk memperoleh izin usaha dari Otoritas Jasa Keuangan paling lama 1 (satu) tahun terhitung sejak Undang-Undang LKM berlaku (sejak 8 Januari 2015).

Mengingat jasa keuangan merupakan kewenangan dari Otoritas Jasa Keuangan dan bukan Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), maka Kemenkop UKM membuat surat edaran agar BMT-BMT yang berbadan hukum koperasi dan menamakan dirinya KJKS supaya beralih menjadi KSPPS. Sesuai dengan Permenkop Nomor 16 Tahun 2015, KSPPS adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syari'ah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf. Prinsip syari'ah yang dimaksudkan adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan usaha koperasi berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

Kegiatan usaha KSPPS adalah melayani simpanan, pinjaman, dan pembiayaan dari anggota dengan prinsip syari'ah. Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh anggota, calon anggota, koperasi lain, dan atau anggotanya kepada koperasi dalam bentuk simpanan dan tabungan. Tabungan koperasi adalah simpanan koperasi dengan tujuan khusus, penyetorannya dilakukan berangsur-angsur dan penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati antara penabung dengan koperasi yang bersangkutan dengan menggunakan Buku Tabungan Koperasi. KSPPS juga dapat mengeluarkan produk simpanan berjangka yang di perbankan dikenal dengan istilah deposito. Simpanan berjangka adalah simpanan pada koperasi yang penyetorannya dilakukan sekali dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan koperasi yang bersangkutan.

Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa transaksi bagi hasil, sewa menyewa, jual beli, pinjam meminjam, dan sewa menyewa jasa. Transaksi bagi hasil di KSPPS dilakukan dalam bentuk mudharabah dan musyarakah. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik* (sewa menyewa yang berakhir dengan kepemilikan). Transaksi jual beli dalam bentuk piutang murabahah, salam, dan istishna'. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk qardh. Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah*

untuk transaksi multijasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara KSPPS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujah, tanpa imbalan, atau bagi hasil.²⁰

Adapun menurut pendapat lain, pembiayaan secara luas berarti finansial atau pembelanjaan, yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain. Sedangkan, dalam arti sempit pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan. Namun, dalam perbankan pembiayaan dikaitkan dengan bisnis di mana pembiayaan merupakan pendanaan baik aktif maupun pasif yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan kepada nasabah dan bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangan dan industri guna memaksimalkan nilai keuntungan.²¹

Simpan Pinjam Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) atau sebelumnya di sebut Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) terlahir dari Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan entitas keuangan mikro syari'ah yang unik dan spesifik khas Indonesia. Kiprah KSPPS dalam melaksanakan fungsi dan perannya menjalankan peran ganda yaitu sebagai lembaga

²⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), 92.

²¹ Muhammad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), 260.

bisnis (tamwil) dan disisi yang lain melakukan fungsi sosial yakni menghimpun, mengelola dan menyalurkan dana ZISWAH.

Berdirinya KSPPS MUI Bungah dirintis oleh Majelis Ulama Indonesia kabupaten Gresik. KSPPS MUI Bungah Gresik mendapat badan hukum operasional pada tanggal 3 April 2012 dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perindustrian kabupaten Gresik dengan Surat Keputusan Nomor: 09/BH/XVI-6/437.56/IV/2012.²² Majelis Ulama Indonesia Gresik dalam rangka melaksanakan perannya dalam pengembangan ekonomi masyarakat Gresik dengan semboyan kota santri, memiliki program dalam pengembangan ekonomi berbasis syari'ah.

Untuk melaksanakan fungsinya, pada tanggal 5 Mei 2012 Majelis Ulama Indonesia Gresik yang diketuai oleh KH. Moh. Chusnan Ali meresmikan pendirian sebuah lembaga keuangan syari'ah yang disebut Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) Mitra Usaha Ideal yang sering disebut KJKS MUI di kecamatan Bungah kabupaten Gresik Jl. Raya Bungah KM. 18 KSPPS Mitra Usaha Ideal Bungah-Gresik. Usaha KSPPS ditandai dengan pembukaan yang diresmikan oleh wakil bupati Gresik Drs. H. Moh. Qosim, M.Si dan ketua Majelis Ulama Indonesia provinsi Jawa Timur Drs. KH. Abd. Shomad Bukhori bertempat di kantor Bungah Gresik.

²² KSPPS MUI Bungah Gresik, *Profil KSPPS MUI* (Gresik: KSPPS MUI, t.t.), 1.

Berdirinya sebuah KJKS tersebut tidak lepas dari pro-kontra dari internal maupun eksternal dengan alasan kepercayaan dan kekhawatiran terhadap eksistensi KJKS-MUI yang berbasis syari'ah tersebut. Namun dengan tujuan dan tekad yang kuat untuk membumikan ekonomi rabbani dalam praktik kehidupan ekonomi masyarakat demi mencapai kemaslahatan umat di dunia serta akhirat, KJKS-MUI berhasil melewati setiap masalah yang menghambat perkembangannya.

Sebagai modal awal didukung oleh dewan pendiri yang berjumlah 27 anggota, gabungan dari pengurus Majelis Ulama Indonesia kabupaten Gresik dan tokoh-tokoh yang mempunyai kepedulian terhadap perekonomian dengan system syari'ah. Modal awal yang dikumpulkan dari simpanan pokok, simpanan wajib, dan simpanan khusus anggota dengan jumlah anggota 46 orang sebesar Rp. 339.800.000,- (Tiga Ratus Tiga Puluh Sembilan Juta Delapan Ratus Ribu Rupiah).

Adapun nama-nama anggota pendiri KSPPS-MUI tersebut adalah:

- | | |
|------------------------------|------------------------------|
| 1. Drs. H. Moh. Qosim, M.Si. | 15. Hj. Munifah, SH. |
| 2. KH. Moh. Chusnan Ali. | 16. H. Utomo. |
| 3. Drs. HM. Manshoer Shodiq. | 17. H. Abdur Rochman Sholeh. |
| 4. Drs. Ec. H. Abd. Muhith. | 18. Marwan, S.Pd. |
| 5. Drs. H. Moh. Nadib. | 19. H. Chuzaini AM. |
| 6. H. Nasrul. Adhim. | 20. Hj. Indasah. |
| 7. H. Ilham Kholiq Lubis. | 21. H. Edris. |

- | | |
|------------------------------|----------------------------------|
| 8. HM. Nuril Adhim, SH. | 22. H. Ach. Chusairi. |
| 9. H. Zulfan Hasyim, SH, MH. | 23. H. AH. Nadlir Malik, SH, MH. |
| 10. H. Moh Saidi. | 24. Fakhur Rozi S.Pd. |
| 11. H. Marsudi. | 25. H. Fadlul Mubin. |
| 12. H. Noer Aziz. | 26. Suyanto. |
| 13. H. Khuderi. | 27. H. Sholibun. |
| 14. H. Abdul Mu'i. | |

Sesuai dengan anggaran dasar KSPPS-MUI bahwa anggota adalah pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi. Sebagai konsekuensinya rapat anggota merupakan kekuasaan tertinggi dalam anggota koperasi, sedangkan pengurus dan pengawas sebagai penerima amanat anggota dan pelaksana keputusan-keputusan yang diambil dalam rapat anggota untuk mempertanggung jawabkan amanat yang telah diberikan. Anggota KSPPS-MUI sampai dengan 31 Desember 2017 sejumlah 169 orang dan direncanakan setiap bulan januari-maret dibuka kesempatan pendaftaran keanggotaan baru.²³

KJKS-MUI menunjukkan perkembangannya sebagai koperasi dengan mengganti nama menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah Mitra Usaha Ideal (KSPPS MUI) berdasarkan instruksi Kementrian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia pada bulan Januari 2016. Pada tanggal 1 Maret 2016 Kantor Pusat KSPPS

²³ KSPPS-MUI Bungah, *Rapat Anggota Tahunan 2017*, (Gresik, KSPPS-MUI, 2017), 9.

MUI Bungah Gresik mendapat perluasan wilayah kerja seluruh Jawa Timur dengan nomor PAD : P2T/8/09.02/01/III/2016.

Untuk menunjukkan perluasan wilayah kerja, Kantor Pusat KSPPS MUI membuka beberapa kantor cabang guna mempermudah anggota atau calon anggota melakukan transaksinya antara lain:

- a) Cabang Menganti. di Jl. Raya Hulaan No. 09 Menganti (samping GOR Dwi Utomo) Gresik.
- b) Cabang Sidayu. Jl. Zaini RT.02/RW.02 (Timur Polsek) Ds. Mriyunan Tengah Kec.Sidayu Gresik.
- c) Cabang Manyar. Jl. Kyai Sahlan N0. 19 RT.02/RW.01 Sidorukun Manyar Gresik.
- d) Cabang Dukun. Jl. Raya Sembungan Kidul, RT.02/RW.01 Dukun Gresik.
- e) Cabang Sekapuk Ujung Pangkah. Samping (Barat) Pasar Sekapuk Ujung Pangkah Gresik.
- f) Cabang Krembangan Surabaya. Jl. Alun-Alun Bangunsari Timur No.02 (Balai RW.04) Dupak Kec. Krembangan Surabaya.

2. Visi dan Misi KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

Adapun Visi KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya adalah: Islami, Sehat, Sejahtera, Bermanfaat dan Terpercaya (ISBAT).

Sedangkan Misi mengelola KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya adalah: sesuai dengan prinsip syari'ah, mendorong keluarga KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya berperilaku dan bertindak menurut kaidah Islam, meningkatkan profesionalisme SDM di lingkungan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya demi terwujudnya lembaga keuangan yang Islami, sehat, berkembang dan berkah, meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat, memanfaatkan teknologi informasi *up to date* dengan mengedepankan transparansi, akuntabilitas dan amanah.

3. Struktur organisasi KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

Struktur organisasi merupakan bagian penting dalam suatu lembaga khususnya lembaga keuangan. Struktur organisasi dalam KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya diantaranya adalah:

a. Kepala Cabang

Kepala Cabang merumuskan dan menguji kembali kebijakan dan rencana, mengatur dan mengevaluasi langsung keseluruhan kegiatan-kegiatan dari perusahaan atau organisasi (kecuali organisasi kepentingan khusus dan departemen pemerintah) dengan dukungan dari manajer-manajer lainnya.

b. Kasir

Kasir adalah orang yang bertugas menerima dan membayarkan uang. Melayani penyeteroran dan penarikan tabungan umum, melayani setoran angsuran pembiayaan, melayani pencairan tabungan berjangka, mencatat setiap transaksi pemasukan atau pengeluaran keuangan, menyusun dan menyerahkan laporan keuangan kepada kepala cabang secara berkala, bertanggung jawab terhadap kesesuaian catatan keuangan dengan jumlah uang, melaksanakan dan bertanggung jawab terhadap seluruh tugas yang diberikan oleh pimpinan.

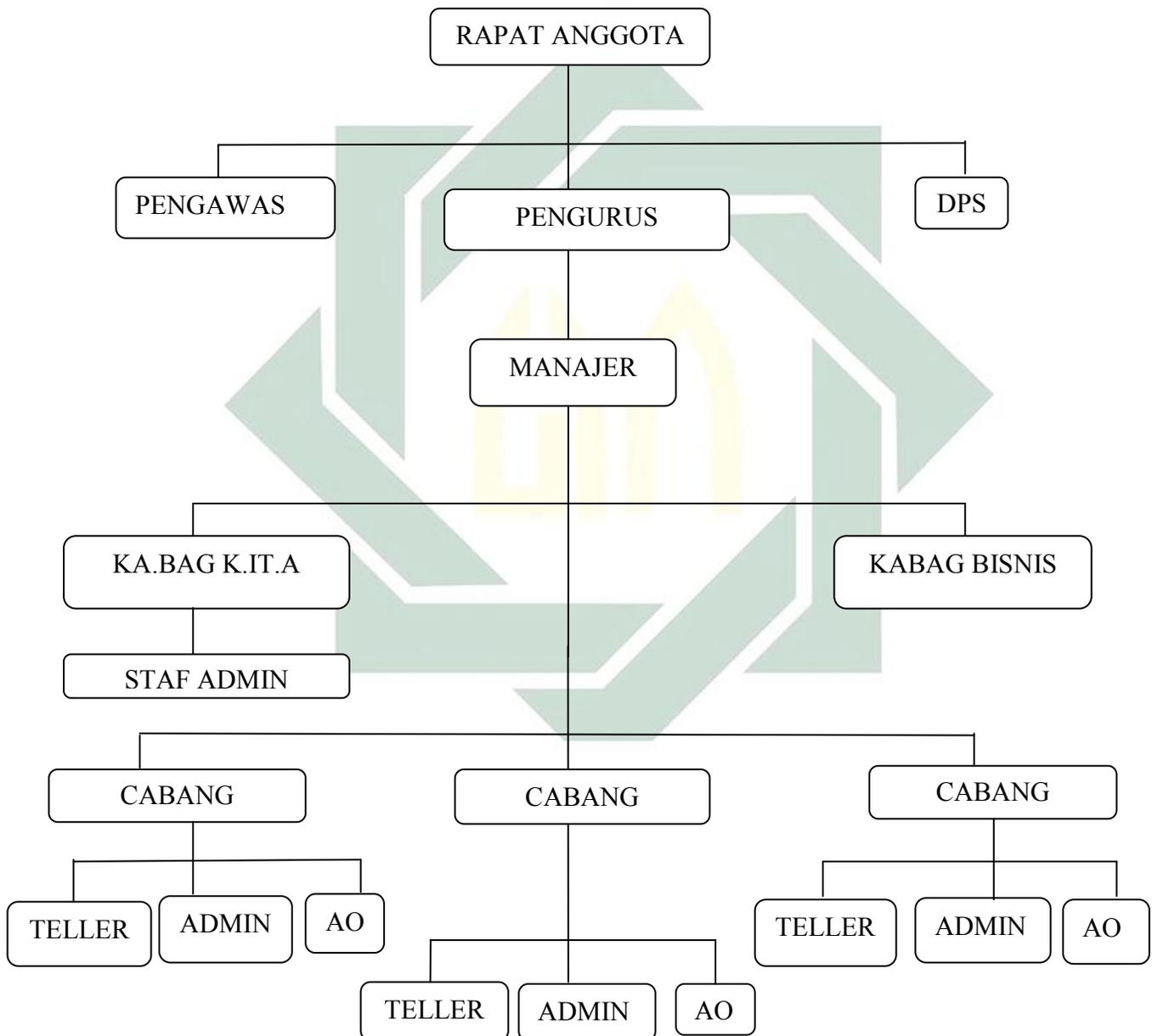
c. Administrasi

Adapun tugas bagian administrasi meliputi bon pagi, cek transaksi, transaksi JL (jurnal lain-lain), pengetikan akad dan surat-surat lainnya yang dibutuhkan, pengarsipan, tutup kas (mengembalikan uang ke brankas), backup system, kirim permohonan persetujuan pembiayaan ke kantor pusat (email) bagi kantor cabang. Membuat laporan kepada kepala cabang, admin pusat dan atau manager (harian, mingguan, bulanan, tahunan) bagi kantor cabang. Mengirim ID dan password team viewer tiap pagi (setelah menyalakan komputer) bagi kantor cabang kepada auditor. Setiap akhir minggu mencetak rekening koran tabungan pusat di kantor cabang begitu juga sebaliknya. Serta mengarsip dan mengeluarkan jaminan (untuk ganti plat/balik nama/tukar jaminan).

d. Marketing/AO (Account Officer).

Marketing atau pemasaran berperan penting bagi semua usaha, karena pemasaran mempunyai kedudukan sebagai penghubung antara perusahaan pembuat produk dengan konsumen sebagai pemakai produk. Adapun tugas-tugas AO/Marketing meliputi mengenalkan, menawarkan serta menjual produk (simpanan, pembiayaan, jasa) KSPPS MUI melalui promosi sesuai dengan target yang direncanakan, melayani kebutuhan anggota dan atau calon anggota. Mampu melihat dan melaporkan perubahan dalam pasar yang terkait dalam pemasaran yang sedang dilakukan, membuat program pemasaran yang jitu dan efektif untuk memperoleh anggota yang lebih besar, bertanggung jawab terhadap pemasaran produk pembiayaan dan tabungan, bertanggung jawab untuk menjaga hubungan baik dengan anggota, mencari anggota potensial baik untuk tabungan dan pembiayaan, melaksanakan survey dan analisa pengajuan pembiayaan kepada manager/kepala cabang, dan bertanggung jawab terhadap penagihan pembiayaan.

Struktur organisasi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur.²⁴



²⁴ KSPPS-MUI Bungah, *Profil KSPPS-MUI....*, 2-3.

Keterangan:

- a. Rapat anggota, merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam tata kehidupan koperasi, yakni terdiri dari seluruh anggota koperasi simpan pinjam pembiayaan mitra usaha ideal (KSPPS – MUI).
- b. Pengurus, di antaranya :
 - a) Ketua: Drs.Ec. H. Abd. Muhith
 - b) Wakil ketua I: H. Nasrul Adhim
 - c) Wakil ketua II: Drs. H. Moh. Mansoer Shodiq
 - d) Sekretaris: Drs. H. Moh. Nadib, M.Si.
 - e) Bendahara: H. M. Nuril Adhim, SH
- c. Pengawas, di antaranya :
 - a) DPS (Dewan Pengawas Syari'ah): KH. Moh. Chusnan Ali
 - b) Pengawas Manajemen: H. Nur Kholish
- d. Manajer: Rudianto, SE.
- e. Kabag Keuangan, IT dan Administrasi: Ahmad Mu'afiq, S.Pd.I
- f. Kabag Bisnis: Adib Prasetyo, S.H.I
- g. *Account Officer* Cabang Krembangan: M. Rijal Firmansyah.
- h. Teller Cabang Krembangan: Khoirotul Nisa.

4. Fungsi dan Tujuan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

Fungsi meningkatkan program pemberdayaan ekonomi, khususnya dikalangan usaha mikro kecil dan menengah dan koperasi melalui system syaria'ah. Pembiayaan merupakan salah satu aktivitas utama pada KSPPS MUI karena pembiayaan adalah sumber pendapatan utama dan menjadi penunjang kelangsungan usaha KSPPS MUI.

Karenanya, merupakan kewajiban dari semua stakeholders KSPPS MUI, Pengurus, Manajemen, Karyawan dan Anggota KSPPS MUI dalam mempromosikan pembiayaan KSPPS MUI. Manajemen dan Pengurus menyusun kiat-kiat atau pendekatan yang bijak, cerdas, menarik dan menyenangkan dalam mempromosikan pembiayaan KSPPS MUI, memberikan bonus kepada unsur terkait yang mendorongnya untuk berhasil dalam promosi dan yang menguntungkan perusahaan.

Sedangkan Tujuannya berdasarkan penggunaan dana oleh anggota dan calon anggota dapat dibedakan menjadi:

- 1) Pembiayaan Modal Kerja yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memberikan modal usaha seperti pembelian bahan baku atau barang modal (persediaan) yang akan diperdagangkan.

2) Pembiayaan Investasi yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk modal usaha pembelian sarana/peralatan produksi dan atau pembelian barang modal berupa aktiva tetap/investaris. Dan terciptanya rasa ikut memiliki dan partisipasi aktif dari anggota untuk kemajuan dan pengembangan koperasi dimasa yang akan datang.

5. Produk KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya dalam tahun 2017 juga mempunyai beberapa produk yang ditawarkan kepada masyarakat atau nasabah diantaranya.²⁵

a. Funding (Simpanan).

1) Simpanan Umum Syari'ah/Umum.

Simpanan yang dapat diambil sewaktu-waktu, nisbah bagi hasil 30% penabung 70% koperasi.

2) Simpanan Peduli Siswa.

Simpanan yang dapat diambil sewaktu-waktu untuk lembaga, nisbah bagi hasil 30% penabung 70% koperasi.

3) Simpanan Qurban.

Simpanan untuk mewujudkan qurban, waktu pengambilannya hanya pada saat menjelang qurban, nisbah bagi hasil 40% penabung 60% koperasi.

²⁵ KSPPS-MUI Bungah, *Rapat Anggota Tahunan 2017*, (Gresik, KSPPS-MUI, 2017), 11.

4) Simpanan Haji/Umroh.

Simpanan untuk mewujudkan Haji dan Umroh, waktu pengambilan menjelang keberangkatan nisbah bagi hasil 40% nasabah 60% koperasi.

5) Simpanan Idul Fitri.

Simpanan untuk persiapan hari raya idul fitri, waktu pengambilan menjelang idul fitri.

6) Simpanan Mudhorobah/Deposito berjangka 3 bulan, 6 bulan, 9 bulan dan 12 bulan.

Dengan proporsi bagi hasil antara mudhorib/pemilik uang dan koperasi sebagai berikut:

3 bulan 50% penabung 50% koperasi.

6 bulan 53% penabung 47% koperasi.

9 bulan 55% penabung 45% koperasi.

12 bulan 60% penabung 40% koperasi.

b. Lending (Pembiayaan)

1) *Murobahah* (jual beli).

Murobahah adalah pembiayaan atas dasar jual beli dimana harga jual didasarkan atas harga asal yang diketahui bersama ditambah keuntungan bagi KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya. Keuntungan adalah selisih antara harga jual dan harga asal yang disepakati bersama.

2) *Rahn maal ijarah* (gadai dan jasa).

Rahn maal ijarah adalah pembiayaan yang diberikan kepada anggota dan koperasi minta jasa penyimpanan agunan yang dijaminkan.

3) *Mudhorobah* (bagi hasil).

Mudhorobah adalah pembiayaan modal kerja yang mana modal seluruhnya dari KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya, sedangkan anggota menyediakan usaha dan manajemennya. Hasil keuntungan akan dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama berdasarkan ketentuan bagi hasil.

4) *Qardh* (Pinjaman).

5) *Musyarakah* (penyertaan).

Musyarakah adalah pembiayaan berupa sebagian modal yang diberikan kepada anggota dari modal keseluruhan. Masing-masing pihak bekerja dan memiliki hak untuk turut serta mewakili atau menggugurkan haknya dalam manajemen usaha tersebut.

6) *Kafalah* Haji.

Merupakan pinjaman dana talangan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya ke anggota atau calon anggota untuk menutupi kekurangan dana untuk memperoleh kursi atau porsi Haji pada saat pelunasan BPIH.

c. Point Payment Online Banking (PPOB)

- 1) Pembayaran rekening listrik/token listrik.
- 2) Pembayaran cicilan motor/mobil (WOM, BAF, MAF dan ADIRA).
- 3) Pembayaran PDAM.
- 4) Pembayaran TV online (Indovision, AORA TV, TOP TV, OK Vision, TOPAS TV dan NEX MEDIA).
- 5) Pembayaran tagihan TELKOM.
- 6) Pulsa.
- 7) BPJS.
- 8) Perpanjangan STNK, pajak motor, mutasi dan balik nama.

C. Praktek Pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

1. Perilaku konsumen KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

Cara yang paling mudah untuk mengatasi kekurangan dana, baik dalam kebutuhan kehidupan sehari-hari ataupun untuk tambahan modal usaha adalah dengan meminjam ke rentenir (pelaku riba). Proses mendapatkan pinjaman dari rentenir sangat mudah, hanya dengan cara mendatangi rentenir dan meminjam dana kepada rentenir tanpa jaminan, sesuai dengan bunga yang ditetapkan oleh rentenir. Akan tetapi bunga

yang ditetapkan oleh rentenir bisa dikatakan tinggi dibanding dengan lembaga pengkreditan yang lain.

Tingginya bunga yang ditetapkan oleh rentenir ternyata belum bisa mengatasi kekurangan dana yang diderita oleh masyarakat, bahkan menambah pengeluaran baru akibat tingginya bunga. Oleh karena itu sebagian dari masyarakat pengguna rentenir lebih memilih untuk meminjam dana kepada KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya yang bagi hasilnya lebih rendah dibanding meminjam kepada rentenir.

Minat masyarakat terutama orang yang melakukan praktik rentenir bisa beralih menjadi nasabah KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya, ada beberapa langkah yang dilakukan. Seperti produk, layanan mudah dan nyaman, dan melakukan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

a. Produk

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya sesuai dengan tujuan dasar berdirinya KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya melakukan pemberdayaan terhadap ekonomi masyarakat, bahkan secara spesifik ingin menyelamatkan masyarakat dari jeratan rentenir, KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya

mendesain beberapa produk yang berbeda dengan yang dikembangkan oleh praktik pemilik modal (rentenir).

b. Layanan mudah dan nyaman.

Mendapat akses dan layanan yang mudah, nyaman dan cepat tentunya menjadi impian setiap individu, termasuk dalam mencari pinjaman modal usaha. Salah satu alasan mendasar kenapa masyarakat banyak terjerat praktik rentenir salah satu pilihannya karena bisa dengan cepat mendapatkan modal walaupun tanpa berpikir dampak negatifnya. Maka hal semacam ini menjadi tantangan bagi KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya agar masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya mendapatkan layanan pembiayaan yang lebih baik sebagaimana yang dipraktikkan oleh rentenir.

c. Sosialisasi.

Untuk mengubah pola pikir dan sikap masyarakat yang telah terlanjur menggunakan jasa rentenir atau sebagai gerakan preventif (pencegahan) agar masyarakat mengurangi ketergantungannya terhadap rentenir. Maka KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya melakukan sosialisasi dengan beberapa pendekatan:

1) Koperasi/Lembaga.

KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya sampai saat ini, telah banyak melakukan perubahan dalam peningkatan ekonomi masyarakat. Untuk memperluas jaringan dan adanya eksistensi lembaga sebagai wadah pengembangan ekonomi kerakyatan, khususnya mengentaskan masyarakat dari praktik rentenir. KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya melakukan sosialisasi secara kelembagaan kepada masyarakat.

Bahkan sosialisasi kelembagaan dilakukan oleh pengurus KSPPS MUI sendiri tidak hanya melakukan sosialisasi kepada masyarakat umum tetapi kini mulai dilakukan pada lembaga-lembaga seperti sekolah, madrasah, lembaga atau organisasi masyarakat dan lingkungan RT/RW sekitar Bangunsari Surabaya. Sehingga KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya benar-benar dirasakan kehadirannya di tengah-tengah masyarakat.

2) Personal.

Sosialisasi personal yang dimaksud dalam KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya adalah keseluruhan individu yang merasa memiliki dan bertanggung jawab untuk mengentaskan masyarakat dari ketergantungannya terhadap rentenir.

Hal ini bisa dilakukan oleh pengurus secara personal bahkan mantan pengguna rentenir sendiri, karena sudah merasakan manfaat

dari KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya yang ikut mengkampanyekan produk-produk KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya kepada yang lain. Dengan demikian kesadaran individu untuk berkembang dan maju guna keluar dari praktik rentenir bisa terwujud.

2. Ketentuan dan mekanisme pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

a) Persyaratan Pembiayaan.

Adapun persyaratan pengajuan pembiayaan yang harus dipenuhi, antara lain:

- 1) Jujur.
- 2) Tidak mempunyai masalah dengan lembaga keuangan lain.
- 3) Siap disurvei.
- 4) Foto copy KTP suami istri 2 (dua) lembar dan atau wali.
- 5) Foto copy Kartu Keluarga (KK) 1 (satu) lembar.
- 6) Foto copy BPKB (barang jaminan) 1 (satu) lembar (jaminan tidak boleh ditukar sebelum lunas).
- 7) Foto copy STNK/pajak terbaru 1 (satu) lembar.
- 8) Cek fisik kendaraan.²⁶

²⁶ KSPPS-MUI Bungah, *Peraturan Khusus KJKS-MUI*, (Gresik, KSPPS-MUI, 2012). 1.

b) Biaya realisasi pembiayaan.

1) Biaya Pembiayaan *Murabahah/Rahn*.²⁷

i. *Ujroh* :

1,6 % dari besaran pembiayaan (Jangka waktu 12 bulan).

1,6 % dari besaran pembiayaan (Jangka waktu 18 bulan).

1,6 % dari besaran pembiayaan (Jangka waktu 24 bulan).

ii. Infaq dan Wakaf: 0,25 % dari besaran pembiayaan

2) Biaya Pembiayaan Rahn Talangan Haji

i. *Ujroh* : Rp.3.000.000,-

3) Materai.

i. Pembiayaan dengan besaran dibawah Rp. 1.000.000,- bermaterai 1 (materai 3.000).

ii. Pembiayaan dengan besaran Rp.1.000.000,- sampai Rp.50.000.000,- bermaterai 2 (dua) (materai 6.000).

iii. Pembiayaan Talangan Haji bermaterai 6 (enam) (materai 6.000).

²⁷ Ibid., 2.

4) Tabungan

Nilai setoran awal untuk pembiayaan :

< 5.000.000	→	10.000
≥ 5.000.000 sampai ≤ 10.000.000	→	25.000
>10.000.000 sampai ≤ 20.000.00	→	50.000
>50.000.000	→	100.000

a) Penentuan Plafond Pembiayaan

Adapun ketentuan penentuan plafond pembiayaan di kantor cabang dan kantor pusat, antara lain:²⁸

- 1) Untuk plafond pembiayaan sampai dengan Rp.3.000.000,- komite pembiayaan adalah *Account Officer* (AO) dengan sepengetahuan Kepala Cabang.
- 2) Untuk plafond pembiayaan diatas Rp.3.000.000,- sampai dengan Rp.10.000.000,-, Komite Pembiayaan adalah AO dan Kepala Cabang KSPPS MUI dengan sepengetahuan Manager.
- 3) Untuk plafond pembiayaan diatas Rp.10.000.000,- sampai dengan Rp.20.000.000,- Komite Pembiayaan adalah AO, Kepala Cabang dan Manajer.

²⁸ Ibid., 1.

- 4) Untuk plafond pembiayaan sampai dengan Rp.30.000.000,- Komite Pembiayaan adalah AO, kepala Cabang dan Manajer dengan sepengetahuan Pengurus.

Adapun penentuan plafond pembiayaan kantor pusat, antara lain:

- 1) Untuk plafon pembiayaan sampai dengan Rp.5.000.000,-, komite pembiayaan adalah *Account Officer* (AO) dengan sepengetahuan Manager.
 - 2) Untuk plafon pembiayaan sampai dengan Rp.30.000.000,-, komite pembiayaan adalah AO dan Manager.
 - 3) Untuk plafon pembiayaan di atas Rp.30.000.000,- sampai Rp.50.000.000,- komite pembiayaan adalah AO dan Manager dengan sepengetahuan pengurus.
- d) Ketentuan Pelaksana Akad Pembiayaan

Sebelum Perjanjian, anggota Pembiayaan diberi penjelasan tentang Materi Akad. Akad diawali dengan membaca Basmallah disertai dengan berjabat tangan (sesama jenis) dan diakhiri dengan membaca do'a dan Al-fatihah. Semua itu berlaku untuk semua akad pembiayaan. Adapun yang berwenang untuk transaksi pencairan dan penandatanganan pada saat akad yaitu:²⁹

²⁹ Ibid., 9.

BAB IV

PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARI'AH (KSPPS) MITRA USAHA IDEAL (MUI) JAWA TIMUR CABANG KREMBANGAN SURABAYA.

A. Analisis Perilaku konsumen (masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya) dalam memilih pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syari'ah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf. Dalam menyusun suatu konsep pengaturan masyarakat dan perekonomian di dalam masyarakat Islam yaitu konsep "*Baldatun Toyyibatun wa Rabbun Ghafur*", suatu negara yang baik dan di ridhai Allah. Konsep tersebut lebih unggul karena mengkaitkan kepada perlunya ridha Allah. Maka konsep tersebut haruslah memenuhi rasa keadilan dan kemakmuran secara materiil dan spiritual untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat, sehingga masyarakat menjadi sejahtera dalam berbagai aspek.

Semakin sulitnya kondisi ekonomi masyarakat saat ini membuat mereka mengambil jalan pintas untuk menyelesaikan problem kehidupan. Peluang ini dimanfaatkan oleh rentenir, masyarakat yang terpaksa menerima bantuan rentenir, masih harus tertimpah tangga pula. Kerena harus dibelit bunga berbunga yang semakin mencekik leher.

Hal ini juga dirasakan oleh sebagian masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya. Kejadian ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan pengalaman mereka tentang pinjam meminjam, sehingga mudah dimanfaatkan oleh kalangan yang kelebihan modal (renten) untuk meminjamkan modalnya kepada masyarakat yang kekurangan modal dengan bunga yang tinggi pula, dengan estimasi bunga antara 10% sampai dengan 50% perbulan.

Terbenturnya modal mengakibatkan beberapa di antaranya juga ada yang pernah mencicipi pinjaman yang ditawarkan oleh rentenir. Target yang biasa terlibat hutang rentenir adalah pedagang selain untuk mengembangkan usahanya masyarakat meminjam uang dari rentenir juga memiliki alasan untuk keperluan mendadak, seperti salah satu anggota keluarga yang sedang sakit dan membutuhkan biaya berobat, ada juga masyarakat yang meminjam uang rentenir untuk keperluan biaya ongkos untuk pulang kampung dihari-hari libur pada saat Lebaran, Natal, Tahun Baru dan hari libur lainnya.

Seperti halnya keterangan ibu rokaya mantan pengguna rentenir yang mengungkapkan pernah meminjam ke rentenir sebesar Rp. 1.000.000,- untuk biaya pengobatan keluarga, dan dalam satu bulan ibu rokaya diwajibkan mengembalikan pinjaman uang ke rentenir sebesar Rp.1.300.000,-.

Mudah dan praktis cara mendapatkannya, berapapun yang dipinjam akan diberikan dengan tanpa adanya persyaratan-persyaratan serta jaminan namun begitu berat yang harus dibayarkan untuk bunga dari pinjaman tersebut, tidak seperti peminjaman-peminjaman uang lainnya, seperti di bank maupun lembaga keuangan lainnya yang membutuhkan persyaratan-persyaratan umum yang sulit dimengerti oleh masyarakat untuk melakukan peminjaman.

وَأَمَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ فَيُوَفِّيهِمْ أُجُورَهُمْ^ق
وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الظَّالِمِينَ

Artinya: *"Adapun orang-orang yang beriman dan mengerjakan amalan-amalan yang saleh, Maka Allah akan memberikan kepada mereka dengan sempurna pahala amalan-amalan mereka; dan Allah tidak menyukai orang-orang yang zalim". (Q.S. Al-Imran: 57).¹*

¹ al-Quran, 3: 57.

فَتَلَكَ بُيُوتَهُمْ خَاوِيَةً بِمَا ظَلَمُوا^{٥٢} إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ
يَعْلَمُونَ

Artinya: “Maka Itulah rumah-rumah mereka dalam Keadaan runtuh disebabkan kezaliman mereka. Sesungguhnya pada yang demikian itu (terdapat) pelajaran bagi kaum yang mengetahui”. (Q.S. An-Naml: 52).²

Dari ayat diatas merupakan pelajaran bagi kita selaku orang muslim agar jangan berbuat dhalim, ciptakan masyarakat yang sejahtera, saling tolong menolong antar sesama tanpa ada yang dirugikan.

Di daerah Bangunsari Surabaya ini terdapat suatu kasus, dimana masyarakat yang begitu awam dalam menentukan pilihan pembiayaan, apakah pilihan itu baik apa tidak. Dalam hal ini di khususkan pada perilaku perekonomian yang terjadi di masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya.

Ketika kekurangan modal untuk melanjutkan usahanya, sebagian dari masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya lebih memilih meminjam ke rentenir. Proses meminjam ke rentenir tidak susah, karena rentenir langsung menawarkan jasanya di pasar-pasar atau bisa mendatangi rumah rentenir. Akan tetapi dari pinjaman itu banyak dampak negatif yang diperoleh oleh masyarakat akibat tingginya bunga yang ditetapkan sejak awal. Masyarakat menjadi resah dengan terjadinya hal itu.

² Ibid., 27: 52.

Oleh karena itu KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya berdiri dengan harapan bisa mencegah kasus tersebut agar tidak mewabah ke lingkungan masyarakat. Beberapa produk yang di luncurkan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya sangat bagus, diantara produk yang sangat banyak dipilih oleh masyarakat adalah pembiayaan *mudharabah*.

Respons masyarakat mantan pengguna rentenir terhadap KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya menerima dengan baik, banyak para pengusaha mikro kecil yang terbantu dengan adanya KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya untuk melanjutkan usahanya yang tertatih-tatih proses perkembangannya karena sedikitnya modal yang dimiliki.

Dilihat dari kegiatan diatas KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya begitu responsif atas fenomena yang terjadi di masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya, sehingga KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya menjadi solusi bagi permasalahan ekonomi yang terjadi di masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya.

Tidak berhenti di situ KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya masih terus memberi edukasi selama perjalanan nasabah dalam pembiayaan, yaitu KSPPS MUI melakukan pembinaan tidak secara formal, namun ada ilmu-ilmu yang bisa diterapkan oleh nasabah dalam mengembangkan usahanya. Yang paling sering di awal pertemuan ketika

wawancara adalah pembinaan bagaimana mengelola keuangan yang baik. Bagaimana menerapkan sifat tidak kikir namun juga tidak boros.

Selain itu, pembinaan dari segi keagamaan, dimana adanya pendalaman ilmu bagi orang-orang yang berhutang dan niat mengembalikan, maka akan dimudahkan Allah rezekinya. Juga, adanya doa-doa yang diajarkan dan dituntun setelah penandatanganan akad.

Samsul Hudallah (pedagang pulsa), mengutarakan awal mula memutuskan untuk melakukan pembiayaan di KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya sempat merasa ragu dengan produk-produk yang di tawarkan oleh KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya yang di anggap sama dengan pembiayaan pada lembaga keuangan lainnya, setelah mendapatkan informasi dan wawasan terkait pembiayaan dari Account Officer KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya akhirnya Samsul Hudallah mengerti dan paham terkait pembiayaan di KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya yang tidak hanya sekedar syari'ah akan tetapi juga memberikan arahan terhadap usaha yang akan dijalankan.³

Ketika usaha telah berkembang ini menggeser keadaan kemiskinan yang ada. Menjadikan usahanya lebih besar dan lebih berkembang. Berarti juga akan menjadikan usahanya lebih produktif bagi orang lain, bisa dengan

³ Samsul Hudallah, *Wawancara*, Dupak Bangunsari, 6 Maret 2018.

memberdayakan orang sekitar, maupun keluarga. Hal tersebut menjadikan terbukanya lapangan pekerjaan pula.

Ukuran nasabah yang sukses oleh penulis simpulkan dari perkembangan sosial ekonomi nasabah KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya antara lain:

1. Usaha yang dijalankan semakin berkembang.
2. Mempunyai simpanan (tabungan).
3. Mampu mendirikan lapangan pekerjaan bagi orang lain, dalam artian memiliki cabang usaha atau menambah karyawan.

Banyak dari mereka telah menikmati hasil dari pembiayaan yang mana selain dari hasil-hasil di atas, ada hasil lain berupa simpanan. Terbiasa berinteraksi dengan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya yang awalnya hanya untuk kebutuhan modal, sekarang dijadikan sebagai lembaga yang dipercaya untuk melakukan simpanan. Sedikit demi sedikit dikumpulkan yang nantinya dapat digunakan memperbesar usahanya atau hal lain untuk mewujudkan impiannya.

Seperti yang dilakukan oleh Sukatmi seorang pedagang kelontong di Dupak Bangunsari yang menyisipkan sebagian hasil usahanya untuk menabung di KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya secara rutin sebesar Rp.10.000,- yang diambil langsung oleh Account Officer KSPPS

MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya di rumah nasabah tersebut, sehingga memberikan pelayanan, keamanan dan kepuasan tersendiri.⁴

B. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya dalam memilih pembiayaan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

Berdasarkan wawancara peneliti kepada pengurus KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya Account Officer, Teller, Admin yang pertama tergambar ketika menjelaskan produk yang dimiliki KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya dengan menghindari menjatuhkan pesaing dan hanya menyampaikan keunggulan dari produk yang dimiliki.⁵ Calon anggota diberi kebebasan untuk membandingkan produk KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya dengan rentenir maupun lembaga keuangan lainnya.

Sikap seperti itu dicontohkan oleh nabi Muhammad SAW. Ketika bertransaksi dengan cara menyampaikan kondisi riil barang dagangannya, tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, dan menimbang barang dengan timbangan yang tepat.⁶ Jika menjual produk dengan segala kelebihan dan kekurangannya diungkapkan secara jelas,

⁴ Sukatmi, *Wawancara*, Dupak Bangunsari, 6 Maret 2018.

⁵ M. Rijal Firmansyah, *Wawancara*, Alun-alun Bangunsari, 3 Maret 2018

⁶ Muhammad Saifullah, "Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah" *Walisongo*, Vol. 19, No. 1, Mei, 2011, 146.

maka produk akan terjual dan juga akan dipercayai oleh konsumen. Mereka akan setia karena merasa tidak dibohongi dengan ucapan. akan lebih mulia jika menonjolkan kelebihan saudaranya, rekan sekerjanya, perusahaannya, bahkan pesaingnya, maka akan tergambar akhlak yang indah, yang akan menarik simpatik nasabah untuk bermitra.

Untuk mengubah pola pikir dan sikap masyarakat yang telah terlanjur menggunakan jasa rentenir atau sebagai gerakan preventif (pencegahan) agar masyarakat mengurangi ketergantungannya terhadap rentenir. Maka KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya melakukan sosialisasi dengan beberapa pendekatan:

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya sampai saat ini, telah banyak melakukan perubahan dalam peningkatan ekonomi masyarakat. Untuk memperluas jaringan dan adanya eksistensi lembaga sebagai wadah pengembangan ekonomi kerakyatan, khususnya mengentaskan masyarakat dari praktik rentenir. KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya melakukan sosialisasi secara kelembagaan kepada masyarakat.

Bahkan sosialisasi kelembagaan dilakukan oleh pengurus KSPPS MUI sendiri tidak hanya melakukan sosialisasi kepada masyarakat umum tetapi kini mulai dilakukan pada lembaga-lembaga seperti sekolah, madrasah, lembaga atau organisasi masyarakat dan lingkungan RT/RW sekitar Bangunsari

Surabaya. Sehingga KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya benar-benar dirasakan kehadirannya di tengah-tengah masyarakat.

Sosialisasi dilakukan agar masyarakat yang tidak tahu menahu tentang adanya KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya bisa tahu, terutama pada produk yang ada pada KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya. Sosialisasi di KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya karena dapat memperluas basis penyaluran dana dan peningkatan kualitas produk serta menarik lebih banyak nasabah untuk mencari alternatif pembiayaan bagi pengembangan usahanya.

Sosialisasi personal yang dimaksud dalam Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya adalah keseluruhan individu yang merasa memiliki dan bertanggung jawab untuk mengentaskan masyarakat dari ketergantungannya terhadap rentenir.

Hal ini bisa dilakukan oleh pengurus secara personal bahkan mantan pengguna rentenir sendiri, karena sudah merasakan manfaat dari Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya yang ikut mengkampanyekan produk-produk Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya kepada

yang lain. Dengan demikian kesadaran individu untuk berkembang dan maju guna keluar dari praktik rentenir bisa terwujud.

Agama yaitu sistem kepercayaan dan keyakinan tentang hakikat adanya Maha pencipta alam semesta dan segala isinya, yaitu kepercayaan tentang tuhan yang maha esa serta kepercayaan tentang kehidupan setelah kematian. Agama tersebut memberikan pedoman ajaran mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan oleh para pemeluknya. Ajaran-Ajaran agama tersebut akan mempengaruhi sikap, motivasi, persepsi dan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Faktor agama merupakan faktor pembelian yang didasarkan pada kepercayaan akan keberadaan Tuhan.⁷ Mayoritas penduduknya beragama Islam inilah yang menyebabkan perilaku konsumen masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya cukup terpengaruh oleh ajaran agama. Ajaran agama Islam yang paling umum meliputi salat, puasa, zakat, konsumsi makanan halal, dan aturan lainnya yang telah ditetapkan pemuka agama Islam. Perilaku konsumen yang nampak akibat pengaruh ajaran agama ini antara lain adanya tokoh agama Bangunsari Surabaya yang memberikan informasi pada setiap kegiatan di lingkungan bangunsari Surabaya antara lain: sekolah, madrasah, lembaga atau organisasi masyarakat mengenai pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya sebagai lembaga keuangan syari'ah.

⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori ...*, 224.

Marjoko Warsito (tukang sampah) areal Bangunsari yang juga aktif di berbagai kegiatan masyarakat juga memutuskan untuk memilih pembiayaan di KSPPS MUI Jawa Timur yang sebelumnya memilih pembiayaan di lembaga konvensional, di karenakan adanya faktor Agama yang mana KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya merupakan pembiayaan yang benar-benar amanah jauh dari riba dan sesuai dengan syariat Islam.⁸

Pembelajaran dapat dipandang sebagai proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap dan perilaku konsumen. Definisi ini mencerminkan perilaku konsumen masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya mantan pengguna rentenir. Yang mana mereka telah belajar dari pengalaman mereka melakukan praktik pembiayaan rentenir dengan bunga yang tinggi dan beralih memilih pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya dengan sistem margin bagi hasil.

Keluarga mempunyai pengaruh yang besar terhadap tingkah laku pembelian konsumen dan merupakan target utama bagi pemasaran produk dan berbagai jasa. Secara tradisonal Keluarga didefinisikan sebagai dua orang atau lebih yang dihubungkan dengan pertalian darah, perkawinan atau adopsi yang memiliki tempat tinggal bersama.

Keluarga adalah lingkungan mikro, yaitu lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar konsumen tinggal dan berinteraksi dengan anggota-anggota keluarga lainnya.

⁸ Marjoko Warsito, *Wawancara*, Dupak Bangunsari, 6 Maret 2018.

Dari sini keluarga menjadi faktor penting pemilihan konsumen terhadap pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya, baik keluarga dari anggota KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya maupun keluarga yang pernah memakai praktik rentenir terkait produk simpanan maupun pembiayaan di KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki 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. Setelah mendapat berbagai sosialisasi dan informasi tentang lembaga keuangan syariah KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya.

Kepuasan yang di dapatkan para nasabah, menjadi salah satu aset KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya yang cukup penting untuk membangun kepercayaan nasabah. Tidak heran bila banyak orang mengatakan, ketika seorang nasabah merasa puas dengan pelayanan yang anda berikan, maka selanjutnya mereka tidak akan sungkan untuk menginformasikan pengalaman yang didapatkannya kepada masyarakat di sekitarnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan penulis sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen (masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya) dalam memilih pembiayaan KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya, konsumen adalah manusia ekonomis, mereka secara logika menimbang pilihan-pilihan dalam bentuk biaya dan nilai yang diterima untuk memperoleh kepuasan yang paling besar dari penggunaan waktu, energi dan uangnya. Dari sekitar 500 nasabah KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya diantaranya: 25 orang pelajar, 270 orang ibu rumah tangga (5% diantaranya mantan pengguna rentenir), 205 orang pegawai dan pedagang, yang merupakan mantan pengguna rentenir maupun pembiayaan konvensional. Perilaku konsumen masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya dalam memilih pembiayaan KSPPS MUI Cabang Krembangan Surabaya merasa lebih puas memilih pembiayaan di KSPPS MUI Cabang Krembangan Surabaya dikarenakan lebih transparan.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya) dalam memilih KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya yakni:

a). Agama yaitu sistem kepercayaan dan keyakinan tentang hakikat adanya Maha pencipta alam semesta dan segala isinya, yaitu kepercayaan tentang tuhan yang maha esa serta kepercayaan tentang kehidupan setelah kematian. Agama tersebut memberikan pedoman ajaran mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan oleh para pemeluknya. Ajaran-Ajaran agama tersebut akan mempengaruhi sikap, motivasi, persepsi dan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

b). Pembelajaran dapat dipandang sebagai proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap dan perilaku. Definisi ini mencerminkan posisi dua aliran pikiran utama mengenai pembelajaran. Satu perspektif mengenai pembelajaran dikenal sebagai pendekatan kognitif, pembelajaran dicerminkan melalui perubahan pengetahuan. Perspektif lainnya adalah pendekatan behaviorisme yaitu pembelajaran dengan perilaku yang dapat diamati. Proses belajar biasa terjadi karena adanya empat unsur yang mendorong proses belajar tersebut, yaitu: motivasi (*motivation*), isyarat (*cues*), respon (*respons*), pendorong atau penguat (*reinforcement*).

c). Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki 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.

d). Keluarga adalah lingkungan mikro, yaitu lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar konsumen tinggal dan berinteraksi dengan anggota-anggota keluarga lainnya. Keluarga menjadi daya tarik para pemasar, karena keluarga memiliki pengaruh yang besar kepada konsumen. Anggota keluarga saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian dan konsumsi suatu produk. Masing-masing anggota keluarga memiliki peranan penting mencakup pemberi pengaruh, pengambilan keputusan, pembeli dan pemakai.

B. Saran

Berikut ini merupakan saran yang dapat dikemukakan oleh penulis, dengan harapan menjadi pertimbangan oleh masyarakat eks-lokalisasi Bangunsari Surabaya dalam memilih pembiayaan.

Terbentuknya KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya dipandang perlu untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat. Dengan inovasi produk, pelayanan dan sosialisasi yang sudah dicanangkan oleh KSPPS MUI Jawa Timur Cabang Krembangan Surabaya sebagai suatu strategi yang menarik untuk mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap rentenir maupun pembiayaan konvensional lainnya dan diharapkan mampu dan berjalan dengan baik sesuai yang direncanakan.

- Huberman and, Miles. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UI Press, 1992.
- Hudiyanto. “*Sistem Koperasi: Ideologi an Pengelolaan*, cet ke-1”. Yogyakarta: UII Press, 2002.
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial* Jakarta: Erlangga, 2009.
- Iskandar. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Gaung Persada, 2009.
- J. Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, “Data Koperasi”, dalam <http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi>, diakses pada 6 Februari 2018.
- KSPPS MUI Bungah Gresik, *Profil KSPPS MUI*, Gresik: KSPPS MUI, t.t.
- KSPPS-MUI Bungah, *Peraturan Khusus KJKS-MUI*, (Gresik, KSPPS-MUI, 2012).
- KSPPS-MUI Bungah, *Rapat Anggota Tahunan 2017*, Gresik, KSPPS-MUI, 2017.
- Lailah, Nur. *Lembaga Keuangan Islam Non Bank*. Surabaya: IAIN SA Press, 2013.
- Lestari Handayani, Dewi. “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Arisan Sepeda Motor (Studi Kasus pada BMT Amal Mulia)”, (Skripsi S1 IAIN Salatiga 2015).
- M. Rijal Firmansyah. *Wawancara*. Alun-alun Bangunsari, 3 Maret 2018
- Marjoko Warsito. *Wawancara*. Dupak Bangunsari, 6 Maret 2018.
- Milka Nasrul, Arista. “*Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa (Studi AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Cibubur)*”. (Skripsi S1 Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Negeri Jakarta 2014).
- Moekijat. *Asas Perilaku Organisasi*. Bandung: Mandiri Maju ,1997.

- Muhammad. *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*. Yogyakarta: UII Press, 2002.
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2006.
- Nasution, Edwin. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Nawawi dan M. Martini, Hadari. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Jogjakarta, Gadjah Mada Press, 2006.
- Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005.
- Nawawi, Ismail. *Ekonomi Kelembagaan Syariah: Dalam Pusaran perekonomian Global Sebuah Tuntutan dan Realitas*. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2009.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.
- Nuryadin, Hadin. *BMT dan Bank Islam: Instrumen Lembaga Keuangan Syari'ah*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004.
- Rahardja Hadhikusuma, SH. ,MH, R.T. Sutantya. *Hukum Koperasi Indonesia*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta: 2000.
- Rahman, Andi. "Pentingnya Pengenalan Tentang Koperasi Syari'ah Melalui Pendidikan dan Pelatihan Kementerian Agama RI", Balai Diklat Keagamaan Manado.
- Rianto, Nur. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011.
- Rofiani, Novi. "Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegadaian Pada PT. Bank Syari'ah Mandiri Tbk", Al-Iqtishad: Vol. I, No. 2, (Juli 2009).
- Sadeli, Lili M, dan Ukas Maman. *Pengantar Bisnis Ilmu Menjual*. Jakarta: Bumi Aksara, 2000.

- Samsul Hudallah. *Wawancara*. Dupak Bangunsari, 6 Maret 2018
- Sembiring, Sentosa. *Himpunan Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Perundang-Undangan Yang Terkait*. Bandung: Nuansa Aulia, 2006.
- Sevilla, Consuelo G. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: UI Press, 1993.
- Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi 2*. Yogyakarta: Ekonisia, 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet, 2014.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Sukatmi. *Wawancara*. Dupak Bangunsari, 6 Maret 2018.
- Sulistiyani. "Analisis Kinerja Koperasi Syariah Melalui Kemampuan Berinovasi, dan Orientasi Pasar Serta Komitmen di Kota Semarang", Serat Acitya, Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi kedua. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Sunarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Surachmad, Winarno. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Tarsito, 2003.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Sutrisno, Hadi. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1993.
- Syafi'i Antonio, Muhammad. *Bank Syariah; dari Teori ke Praktik* Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Undang-Undang Dasar 1945.
- Wardi Muslich, Ahmad. *Fiqh Muamalat*, Jakarta: AMZAH, 2010.
- Wigati, Sri. "Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam", *Maliyah Jurnal Hukum Bisnis Islam*. 01 Juni, 2011.

