# PENGARUH PROMOSI DAN KEBUTUHAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGAMBIL PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA KOPERASI KONSUMEN MITRA MANINDO SYARIAH KAYU JATI

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah*


OLEH**:**

**HAIDAH HUTAURUK**

**NIM. 21150001**


**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI**

**MANDAILING NATAL**

**TAHUN 2025**

.

# PENGARUH PROMOSI DAN KEBUTUHAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGAMBIL PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA KOPERASI KONSUMEN MITRA MANINDO SYARIAH KAYU JATI

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah*


OLEH:

**HAIDAH HUTAURUK**

**NIM. 21150001**


| Pembimbing I | Pembimbing II |
|---|---|
| **Siti Kholijah, M.E** | **Erpiana Siregar, M.E** |
| **NIP.199001282019032017** | **NIP.198907072019032017** |

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI**
**MANDAILING NATAL**
**TAHUN 2025**

## SURAT PENYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama | : Haidah Hutauruk |
| Nim | : 21150001 |
| Program Studi | : Perbankan Syariah |
| Tempat/ Tgl Lahir | : Simpang Talap, 18 Mei 2003 |
| Alamat | : Simpang Talap, Kec. Ranto Baek |

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"Pengaruh Promosi dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Murabahah Pada Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati"** adalah benar hasil karya saya, kecuali kutipan kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Panyabungan, 15 Agustus 2025

Hormat Saya,




**Haidah Hutauruk**
**Nim. 21150001**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Haidah Hutauruk, NIM. 21150001 dengan judul: **Pengaruh Promosi dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Murabahah pada Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati** memandang bahwa skiripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Panyabungan, Juni 2025

| **Pembimbing I** | **Pembimbing II** |
| --- | --- |
| **Siti Kholijah, M.E** | **Erplana Siregar, M.E** |
| **NIP.199001282019032017** | **NIP.198907072019032017** |

## LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul **"Pengaruh Promosi dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Murabahah pada Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati"** a.n. Haidah Hutauruk, NIM 21150001, Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Ekonomi (S.E) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 19 September 2025.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

| No | Nama\NIP penguji | Jabatan dalam Tim | Tanda Tangan | Tanggal Persetujuan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Siti Kholijah, M.E.<br>NIP. 199001282019032017 | Ketua Sidang\ penguji I | | 07/10/2025 |
| 2 | Arwin, M.A<br>NIP.198512162019031007 | Sekretaris\ penguji II | | 06/10-2025 |
| 3 | Azizatur Rahmah, M.E<br>NIP. 199106082019032018 | Penguji III | | 06 Okt 2025 |
| 4 | Rukiah, M.Si<br>NIP. 198006222007102004 | Penguji IV | | 02/10-2025 |

Panyabungan, 19 September 2025
Mengetahui
Ketua STAIN Mandailing Natal

Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag
NIP. 197203132003121002

# MOTTO

Tetap berusaha dalam segala hal, karena setiap proses membawa pelajaran dan harapan. Dalam setiap langkah kehidupan, usaha adalah bentuk penghargaan terhadap diri sendiri.

Haidah Hutauruk

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya

(QS. Al-Baqarah: 286)

# ABSTRAK

**Haidah Hutauruk, Nim 21150001 :** judul Penelitian**:** Pengaruh Promosi dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan MurabahahPada Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu jati.
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan Murabahah di Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati . Sampel penelitian ini yakni anggota Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati berjumlah 76 responden . Variabel Dependen (Y) pada penelitian ini yakni keputusan nasabah, variabel independen promosi (X1) dan kebutuhan (X2). Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari responden melalui kuisioner yang di berikan. Alat bantu yang digunakan pada penelitian ini yakni SPSS versi 25. Hasil penelitian berdasarkan perhitungan SPSS bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan murabahah pada Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung}$ yang lebih besar dari $t_{tabel}$ yaitu (5,700 > 1,665) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Sedangkan Kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dibuktikan dengan $t_{hitung}$ yang lebih besar dari $t_{tabel}$ yaitu (3,178 > 1,665) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 (0,002<0,05). Kemudian hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kebutuhan memiliki pengaruh simultan terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan murabahah pada Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung}$ sebesar 118,194 dan $F_{tabel}$ sebesar 3,122,. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan dengan menggunakan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 nilai signifikannya yaitu 0,000. Maka 0,000 < 0,05.

**Kata kunci: Promosi, Kebutuhan, Keputusan Nasabah**

## *ABSTRAK*

**Haidah Hutauruk, Nim 21150001 :** *This study aims to determine the influence of Promotion and Needs on Customers' Decisions in Taking Murabahah Financing at the Mitra Manindo Syariah Consumer Cooperative in Kayu Jati. The sample in this study consisted of 76 members of the cooperative. The dependent variable (Y) in this study is customer decision, while the independent variables are promotion (X1) and needs (X2). The data used are primary data obtained from respondents through questionnaires. The analytical tool used in this study is SPSS version 25. Based on the results of the SPSS output, it can be proven that promotion has a significant effect on customer decisions. This is evidenced by the value of t_count which is greater than t_table (5.700 > 1.665) and the significance level is smaller than 0.05 (0.000 < 0.05). Meanwhile, needs also influence customer decisions. This is proven by the value of t_count which is greater than t_table (3.178 > 1.665) and the significance level is smaller than 0.05 (0.002 < 0.05). Furthermore, the results of the research show that promotion and needs simultaneously have a significant effect on customer decisions. This is proven by the value of F_count which is greater than F_table (118.194 > 3.122) and using a significance value of 0.000. Thus, 0.000 < 0.05.*



***Keywords: Promotion, Needs, Customer Decision***

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupaan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### A. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut.

| Huruf arab | Nama | Huruf latin | Nama |
|---|---|---|---|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | S\|a | S \| | Es (dengan titik diatas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ha | H | Ha (dengan titik dibawah) |
| خ | Kha | Kh | Ka dan Han |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Z\|al | Z \| | Zet (dengan titik diatas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | Sy | Es |
| ش | Syin | S | Es dan ye |
| ص | Sad | S | Es (dengan titik dibawah) |
| ض | Dad | D | De (dengan titik di bawah) |
| ط | Ta | T | Te (dengan titik di bawah) |
| ظ | Za | Z | Zet (dengan titik di bawah) |
| ع | _Ain | _ | Apostrof terbalik |
| غ | Gain | G | Ge |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qof | Q | Qi |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Waw | W | We |
| ه | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | ‘ | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengan atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

**B. Vokal**

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal dan monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf latin | Nama |
|---|---|---|---|
| اَا | *Fathah* | A | A |
| اِا | *Kasrah* | I | I |
| اُا | *Dammah* | U | U |

**C. Maddah**

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliteranya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|---|---|---|---|

| | | | |
|---|---|---|---|
| اَ... ا/اَ ...ى | *fathah* dan *alif* atau ya | a> | a dan garis diatas |
| اِ ى | *Kasrah* dan *ya* | i> | i dan garis di atas |
| اُ... و | *Dammah* dan *waw* | u> | u dan garis di atas |

Contoh:

| | | |
|---|---|---|
| مَاتَ | : | ma>ta |
| رَمَى | : | rama> |
| قِيْلَ | : | qi>la |
| يَمُوْتُ | : | yamu>tu |

***D. Ta ma Bu>tah***

Transliterasi untuk *tamarbu>tah* ada dua, yaitu: *tamarbu>tah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah, kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tamarbu>tah* yang mati atau mendapat harakat sukun, tranliterasinya adalah h.

Kalau pada kata berakhir dengan *tamarbu>tah* didikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tamarbu>tah* itu ditranslitersikan dengan h (ha).

Contoh:

| | |
|---|---|
| رَوْضَةُ الأَطْفَالِ | = *raudah al-atfal*<br>= *raudatul-atfal* |
| الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ | =*al-Madinah al-Munawwaroh*<br>= *al-Madinatul-Munawwaroh* |

## E. Syaddah (*tasyidi>d*)

*Syaddah* atau *tasidi>d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydi>d* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syahdah.

Contoh:

| | | | |
|---|---|---|---|
| رَبَّنَا | = *rabbana* | الْحَجّ | = *al-hajj* |
| نَزَّلَ | = *nazzala* | الْبِرّ | = *al-birr* |

Jika huruf م ber-*tasydyd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (اِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *mahdah* (i>).

## F. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti iasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

| | | | |
|---|---|---|---|
| الرَّجُلُ | = *ar-rajulu* | الشَّمْسُ | = *asy-syamsu* |
| الْقَلَمُ | = *al-qalamu* | الْبَدِيْعُ | = *al-badi'u* |

## G. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzahyang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

| | | | |
|---|---|---|---|
| تَأْمُرُوْنَ | = *ta'muruna* | النَّوْءُ | = *an-nau'u* |
| أُمِرْتُ | = *umirtu* | اِنَّ | = *inna* |

## H. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah, atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah, atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah, atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering di tulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur'an*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dar saturangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh: *Fi Zilal al-Qur'an, Al-sunnah qabl al-tadwin.*

## I. *Lafz al-jalalah* (هللا)

Kata Allah yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudlaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh: دِيْنُّلَّه : dinullah, بِلَّهِ : billahi.

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika trletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dan judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan. Contoh: *Nasir al-Din al-Tusi Abu Nasr al-Farabi.*

# KATA PENGANTAR

Alhamdulillah,puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kita rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Promosi dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan di Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati "skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1(S1) program Studi Perbankan Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.

Proposal ini untuk bisa melanjutkan penelitian skiripsi selanjutnya untuk meraih gelar sarjana di program studi Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal. Proposal ini akan berhasil disusun oleh penulis dengan dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harapan M.Ag selaku Ketua STAIN Mandailing Natal, yang telah mengelola Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN)Mandailing Natal lebih jauh
2. Bapak Arwin,M.A ketua Prodi dan ibu Siti Kholijah Sekretaris Prodi Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri(STAIN) Mandailing Natal.
3. Ibu Erpiana Siregar M.E selaku Pembimbing Akademik
4. Ibu Siti Kholijah M.E selaku Pembimbing I dan Ibu Erpiana Siregar M.E selaku Pembimbing II skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk memberikan bimbingan, dukungan,saran dan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Bapak ibu Dosen staf Akademik, Dosen Prodi Perbankan Syariah dan karyawan STAIN Mandailing Natal yang telah memberikan pengetahuan begitu berharga selama kuliah di STAIN Mandailing Natal.

6. Ibu Hoiriah,A.Md selaku Manager kantor cabang Koperasi Konsumen Mitra Manindo Kayu Jati dan para staf yang telah memberikan arahan selama saya melakukan penelitian di Koperasi Konsumen Mitra Manindo Kayu Jati.

Pada kesempatan kali ini penulis secara khusus mengungkapkan terimakasih banyak kepada:

1. Sebagai ungkapan terimakasih saya kepada ayah anda tercinta Marabidan, yang selalu memberikan semangat, nasihat, dan doa yang tulus. Terimakasih atas kerja keras dan pengorbanan yang tak ternilai dalam mendukung setiap langkah saya hingga sampai pada titik ini.
2. Kepada ibunda saya Rusmi, yang senantiasa memberikan kasih sayang, perhatian, dan doa yang tak pernah putus. Cinta dan doamu menjadi kekuatan utama dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada adik-adik ku Dahlia Hutauruk dan Heri Ansah Hutauruk, yang telah menjadi penyemangat dalam setiap proses dalam perjuangan ini.
4. Sahabat dan kawan-kawan seperjuangan, yang telah memahami, Membantu, dan memberkan semangat selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Termakasih atas kebersamaan dan kerja sama yang begitu berarti.

Skirpsi masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu penulis memohon kritik serta saran yang dapat membangun sehingga penelitian selanjutnya lebih baik dari ini. Mudah-mudahan Skiripsi ini bisa bermanfaat untuk para pembaca.

Panyabungan, 17 Juli 2025



Haidah Hutauruk

NIM:21150001

## DAFTAR ISI

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**ABSTRAK ..... i**

**ABSTRAK ..... ii**

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN ..... iii**

**KATA PENGANTAR ..... iv**

**DAFTAR ISI ..... v**

**DAFTAR TABEL ..... vi**

**DAFTAR LAMPIRAN ..... 71**

**BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah ..... 1

B. Identifikasi Masalah ..... 6

C. Pembatasan Masalah ..... 6

D. Perumusan masalah ..... 6

E. Tujuan dan Kegunaan penelitian ..... 6

F. Kegunaan Penelitian ..... 7

G. Definisi Operasional Variabel ..... 8

**BAB II KAJIAN TEORI**

A. Landasan Teori ..... 10

1. Promosi ..... 10

2. Kebutuhan ..... 15

3. Keputusan Nasabah ..... 19

4. Pembiayaan Murabahah ..... 20

5. Pengertian Murabahah ..... 24

6. Koperasi ..... 27

B. Hasil Penelitian yang Relevan ..... 34

C. Kerangka Berpikir ..... 37

D. Hipotesis Penelitian ..... 38

**BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian..... 40

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian ..... 40

C. Populasi dan Sampel..... 40

D. Teknik Pengumpulan Data..... 42

E. Teknik Analisis Data..... 43

**BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL**

A. Deskripsi Data..... 47

1. Sejarah Singkat Koperasi Konsumen Mitra Manindo ..... 47

2. Visi Misi Strategi dan Tujuan Mitra Manindo..... 47

B. Pengujian Persyaratan Analisis dan Pengujian Hipotesis ..... 52

C. Teknik Analisis Data..... 54

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 66

B. Saran..... 67

**DAFTAR PUSTAKA..... 68**

# DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pembiayaan ..... 5
Tabel 1.2 Devenisi Overasional Variabel ..... 8
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan ..... 35
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Data ..... 42
Tabel 4.1 Uji Deskriptip ..... 52
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan ..... 53
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia ..... 53
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Kelamin ..... 54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas ..... 54
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas ..... 55
Tabel 4.7 Hasil Uji Kolmogorov-smirnov Test ..... 56
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas ..... 58
Tabel 4.9 Hasil Hasil Analisis Regresi Linear Berganda ..... 60
Tabel 4.10 Hasil Uji t ..... 61
Tabel 4.11 Hasil Uji F ..... 62
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi ..... 63

# DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian ..... 70
Lampiran 2 Hasil Kuisioner Penelitian ..... 73
Lampiran 3 Hasil Pengujian Validitas ..... 79
Lampiran 4 Tabel F ..... 81
Lampiran 5 Tabel r ..... 83
Lampiran 6 Tabel t ..... 87
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian ..... 91
Lampiran 8 Surat Balasan Penelitian ..... 92
Lampiran 9 Dokumentasi Dengan Responden ..... 93

# BAB I
# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Ekonomi Islam saat ini menjadi sorotan utama di dunia karena pada masa keemasan Islam, Islam mampu mengangkat derajat perekonomian dalam kemapanannya. Kebijakan terhadap sistem Ekonomi Islam yang salah satunya ialah lembaga pembiayaan syariah, yang saat ini terus meningkat dan merupakan bagian terpenting dalam industri keuangan global.Pada era globalisasi sekarang ini, industri bisnis yang menggunakan sistem ekonomi syariah mulai tumbuh dan berkembang sangat pesat. Hal ini terlihat pada pertumbuhan perbankan syariah dan lembaga pembiayaan syariah di indonesia. Salah satu produk perbankan syariah adalah mengeluarkan pengkreditan atau cicilan dalam lembaga pembiayaan. (Anita, 2021)

Koperasi syariah adalah koperasi yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, yaitu prinsip keadilan, transparansi, dan kejujuran. Koperasi syariah bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya melalui kegiatan ekonomi yang sesuai dengan ajaran Islam. Ada beberapa peran koperasi yakni meningkatkan kesejahteraan anggota, koperasi syariah berperan dalam meningkatkan kesejahteraan anggota melalui kegiatan ekonomi yang sesuai dengan syariah Islam**.** Menimbukan dan mengembagkan potensi dan kemampuan anggota serta masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dalam bidang sosial dan ekonomi. Meningkatkan kualitas sumber daya insani anggotanya, agar lebih amanah professional dan konsisten dalam menerapkan prinsip ekonomi Islam dan prinsip syariah. Upaya meningkatkan dan mengembangkan ekonomi nasional yang merupakan ekonomi usaha bersama berdasarkan asas keluargaan demokrasi ekonomi. Sebagai mediator antara unit surplus dana dengan unit deficit dana sehingga tercapai optimalisasi pemanfaatan dana. Menguatkan kelompok anggota sehingga mampu bekerja sama melakukan control terhadap koperasi secara efektif. Meningkatkan usaha usaha produktip anggota (Astuti, 2019)

Koperasi adalah sebuah lembaga yang mencerminkan sistem ekonomi kerakyatan yang sudah sejak dahulu ada di Indonesia. Bapak koperasi Indonesia, yaitu Mohammad Hatta, menyatakan koperasi sebagai badan usaha bersama yang anggotanya bergabung secara sukarela dan secara adil bersama-sama melakukan berbagai usaha yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan anggotanya. Definisi koperasi yang dipaparkan. Mohammad Hatta sesuai dengan prinsip dari sistem ekonomi kerakyatan yang mementingkan kesejahteraan seluruh rakyat, bukan hanya sebagian golongan tertentu. Pada tanggal 18 Desember 1967, pemerintah mencanangkan Undang-Undang No.12 Tahun 1967 tentang pokok-pokok perkoperasian. Pada tahun 1992, Undang-Undang No. 12 Tahun 1967 dicabut dan kemudian diganti menjadi Undang-Undang No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian. Selanjutnya Departemen Koperasi memiliki tugas tambahan yaitu membina usaha kecil. Perubahan keputusan strategis ini terjadi karena golongan ekonomi kecil harus ditangani sebagai satu kesatuan. (Khairul Aswar, 2022).

Para tokoh telah mendirikan Koperasi Konsumen  Mitra manindo Syariah  berdasarkan surat keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah nomor 843/BH/MENEG.I/V/2009 tanggal 14 Mei 2009 tentang pengesahan Akta pendirian Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah. Keberadaan Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah merupakan salah satu alternatif lembaga penyedia dana untuk kegiatan usaha masyarak miskin berbasis syariah tidak didasarkan atas belas kasihan  melainkan pembiayaan didasarkan atas hubungan yang rasional yang diharapkan dapat mensejahtrakan.

Promosi merupakan salah satu strategi utama untuk menarik perhatian masyarakat terhadap layanan produk tertentu, salah satu cara promosi yang sesuai dengan syariah adalah dengan memberikan edukasi yang bermanfaat pada konsumen dengan contoh memberikan informasi tentang pentingnya produk halal dan *thayyib*  (Chakim, 2024). Namun, pada kenyataannya, promosi yang dilakukan sering kali kurang efektif dalam menjangkau seluruh segmen masyarakat, terutama di daerah Mandailing Natal. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti keterbatasan media promosi, kurangnya inovasi dalam

strategi pemasaran, dan rendahnya penggunaan teknologi digital untuk menjangkau khalayak yang lebih luas tanpa adanya promosi nasabah kurang mengenal dan mengetahui koperasi syariah bahkan produk yang ada pada koperasi syariah. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling penting untuk menarik dan mempertahankan nasabah. (Syahputra, 2015)

Promosi adalah salah satu cara penting untuk menarik minat calon nasabah, apalagi untuk koperasi syariah yang sangat mengutamakan kepercayaan dan prinsip syariah. Koperasi Mitra Manindo Syariah Kayu Jati melakukan promosi secara langsung, yaitu dengan mendatangi rumah warga, warung, dan tempat usaha untuk menjelaskan produk pembiayaan syariah yang ditawarkan. Cara ini diharapkan bisa membuat komunikasi lebih dekat dan membantu calon nasabah lebih percaya dengan koperasi. Namun, promosi langsung seperti ini juga punya kelemahan. Cara ini memerlukan banyak waktu dan tenaga, jangkauan promosi terbatas, dan belum ada kepastian apakah cara ini benar-benar efektif memengaruhi keputusan calon nasabah. Di tengah banyaknya pilihan lembaga keuangan lain, calon nasabah bisa saja lebih tertarik pada penawaran dari bank atau lembaga keuangan lain yang lebih mudah diakses dan promosinya lebih gencar, termasuk lewat media digital.

Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaksesuaian antara yang seharusnya diharapkan dan yang sesungguhnya di rasakan. Dari kebutuhan yang dirasakan tersebut membuat seseorang melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan *(need)* merupakan konsep yang lebih bernilai dari sekedar keinginan *(want)*. Keinginan diterapkan berdasarkan konsep kegunaan atau manfaat (*utility*), tetapi kebutuhan di dasarkan atas konsep *maslahah*. Dengan kata lain, dalam konsep islam tentang kebutuhan, pemilihan produk tergantung manfaat dan masalah yang ada pada produk itu. Dalam hal ini pembiayaan murabahah jelas dihalalkan munurut islam dan bermanfaat serta maslahah karna membantu anggota untuk memenuhi kebutuhannya, karena pada kelompok masyarakat kenyataannya berkonsumsi itu tidak motivasi untuk memaksimalkan kepuasan keinginannya tetapi sekedar memenuhi kebutuhannya.

Kebutuhan yang ingin terpenuhi konsumen bermacam-macam, dalam faktanya beberapa kebutuhan yang ingin penuhi konsumen antara lain untuk memenuhi kebutuhannya, mulai dari kebutuhan untuk usaha, biaya sekolah anak renovasi rumah, dan untuk membeli barang yang mereka butuhkan. Akad yang di gunakan yaitu Akad murabahah yakni jual beli barang dengan skema biaya pokok, tambah margin yang di sepakati, dan pembayaran terpadu secara angsuran, dimana anggota mengajukan kebutuhan dana, koperasi memberikan uang, lalu pembelian barang dilakukan anggota setelah pencairan dana.

Alasan nasabah mengambil pembiayaan murabahah di koperasi ini karna pembiayaan yang sesuai prinsip syariah, seperti kebutuhan konsumtif kegiatan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi, rumah tangga. Contohnya membeli makanan, pakaian, kendaraan, gadget. Kebutuhan ini sering dilakukan agar seseorang merasa nyaman, terpenuhi kebutuhannya, atau meningkatkan kualitas hidupnya.

Beberapa nasabah mengaku tidak mengetahui secara jelas produk pembiayaan yang ditawarkan karena kurangnya sosialisasi atau penjelasan. Ada juga nasabah yang mengalami kebingungan dalam memilih jenis pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Seperti, mereka butuh modal usaha, tapi tidak tahu apakah pembiayaan yang ditawarkan benar-benar sesuai atau justru memberatkan dengan sistem angsuran yang kurang tentu.

Berikut adalah tabel jumlah nasabah Pembiayaan Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati :

**Tabel 1.1**
**Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati**
**Tahun 2022- 2024**

| No | Tahun | Jumlah Nasabah |
|---|---|---|
| 1 | 2022 | 243 |
| 2 | 2023 | 273 |
| 3 | 2024 | 316 |

Sumber: Koperasi Mitra Manindo Syariah Kayu Jati

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan nasabah dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022 jumlahnya menjadi 243 mengalami peningkatan sebanyak 30 orang dari tahun 2022. Pada tahun 2023 jumlah nasabahnya menjadi 273 orang mengalami peningkatan sebanyak 43 orang dari tahun 2023. Tahun 2024 jumlah nasabah bertambah 316. Meskipun jumlah nasabahnya mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan wilayah kerja mereka dari Kota Nopan sampai Siabu, tapi jika dibandingkan dengan jumlah perempuan yang ada di kecamatan Panyabungan, maka anggota Koperasi Konsumen Mitra Manindo Panyabungan tergolong kecil. Hal ini karna masih kurangnya pemahaman masyarakat tentang koperasi.

Dari masalah di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Promosi dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah di Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati".

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat di identifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya Promosi yang tidak tepat atau kurang menarik dapat mengurangi daya tarik nasabah mengambil pembiayaan di Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah
2. Kurangnya kebutuhan nasabah mengabil pembiayaan di Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah.

## C. Pembatasan Masalah

Karena adanya keterbatasan waktu, dana, tenaga, dan teori-maka proposal ini peneliti akan memberikan batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian ini hanya membahas mengenai promosi dan kebutuhan terhadap keputusan mengambil pembiayaan murabahah di Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati.
2. Sampel pada penelitian ini adalah anggota Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati.

## D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah promosi secara persial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan Murabahah pada Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati?
2. Apakah kebutuhan nasabah secara persial berpengaruh signifikan terhadap keputusan mengambil pembiayaan Murabahah pada Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati?
3. Apakah promosi dan kebutuhan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan Murabahah pada Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati?

## E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pemaparan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitiannya sebagai berikut untuk mengetahui pengaruh promosi dan kebutuhan nasabah terhadap keputusan mengambil pembiayaan di Koperasi Konsumen Mitra Manindo Kayu Jati

1. Untuk mengetahui apakah promosi secara persial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan Murabahah pada Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati?
2. Untuk mengetahui apakah kebutuhan nasabah secara persial berpengaruh signifikan terhadap keputusan mengambil pembiayaan Murabahah pada Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati?
3. Untuk mengetahui apakah promosi dan kebutuhan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil pembiayaan Murabahah pada Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati?

**F. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan bagi peneliti sesuai dengan apa yang telah dipaparkan di latar belakang di atas adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

   Penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan terhadap peneliti. khususnya dalam bidang akuntansi.serta menambah pengetahuan penulis tentang ilmu yang diperoleh selama dalam perkuliahan, khususnya dalam bidang perbankan syariah.

2. Bagi STAIN MADINA

   Hasil penelitian dapat dijadikan acuan ataupun menjadi pertimbangan bahan referensi untuk penelitian berikutnya, selain itu penelitian ini dapat juga dijadikan sebagai informasi baik itu dari kalangan mahasiswa maupun dari pihak-pihak yang berkepentingan.

3. Bagi Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati

   Hasil dari penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai masukan yang lebih teliti dan dapat digunakan sebagai alat evaluasi dan menjadi bahan dalam mengetahui teknik pemasaran dan promosi, kebutuhan nasabah mengenai Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati

4. Bagi peneliti selanjutnya

   Hasil dari penelitian ini nantinya bisa digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, dan untuk lebih paham tentang materi yang diberikan dengan kualitas jasa, kepercayaan dan jaminan rasa aman

terhadap minat menggunakan Koperasi Konsumen Mitra Manindo Syariah Kayu Jati

5. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan masyarakat dapat memberikan masukan ataupun saran-saran kepada generasi-generasi selanjutnya terhadap keputusan nasabah tentang sistem Koperasi Mitra Manindo Syariah dimasa yang akan datang.

## G. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah pengertian atau definisi yang diberikan secara operasional terhadap variabel penelitian yang telah ditetapkan berdasarkan peneliti mengadakan pengukuran atau observasi secara tepat terhadap suatu fenomena atau kejadian. Operasional variabel menurut Sugiyono adalah suatu atribut atau objek yang memiliki variasi tertentu dan telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik sebuah kesimpulan, atau nilai yang berasal dari objek atau kegiatan yang memiliki ragam variasi tertentu (Sugiyono, 2010).

Berikut defenisi overasional variabel yang digunakan:

**Tabel 1.2**
**Definisi Operasional Variabel**

| NO | **Variabel** | **Definisi variabel** | **Indikator variabel** | **Skala** |
|---|---|---|---|---|
| **1.** | Promosi ($X^1$) | Promosi adalah aktivitas yang dilakukan oleh koperasi mitra manindo syariah untuk mengenalkan, menginformasikan,dan menarik minat masyarakat terhadap produk produk mereka melalui berbagai media dan strategi promosi | 1. Periklanan<br>2. promosi penjualan<br>3. Hubungan Masyarakat | *Likert* |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 2 | Kebutuhan ($X^2$) | Kebutuhan nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai sejauh mana nasabah merasakan pentingnya layanan pembiayaan yang ditawarkan oleh Koperasi Mitra Manindo Syariah dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup, usaha, dan keuangan mereka. | 1. Kebutuhan Modal Usaha<br>2. Kebutuhan Konsumtif Mendesak<br>3. Kebutuhan yang Sesuai Prinsip Syariah | *Likert* |
| 3. | Keputusan nasabah ($Y^1$) | Keputusan nasabah adalah suatu proses pengambilan keputusan oleh individu atau kelompok untuk memilih suatu produk atau layanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan atau perusahaan tertentu, berdasarkan kebutuhan, preferensi, dan informasi yang dimiliki | Kualitas produk dan layanan<br>1. Kepercayaan<br>2. Harga atau biaya | *Likert* |