

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya sistem keuangan yang berbasis syariah di Indonesia, memunculkan berbagai bentuk lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah memiliki peran strategis yang disebabkan fungsi utama lembaga keuangan sebagai suatu lembaga yang berfungsi untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkan dana ke masyarakat secara efektif dan efisien. Dengan peranan yang dimiliki tersebut, adanya lembaga keuangan diharapkan memberikan suatu kemanfaatan yang lebih bagi masyarakat, serta masyarakat diberikan kebebasan untuk memilih antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan non syariah.¹

Lembaga keuangan syariah di Indonesia terbagi menjadi dua yakni lembaga keuangan yang bersifat bank dan nonbank. Lembaga keuangan syariah yang berbentuk bank yakni Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sedangkan bentuk lembaga keuangan syariah non bank salah satunya yakni koperasi syariah. Koperasi syariah merupakan lembaga non bank yang berorientasi bisnis dengan kegiatan yang berupa menghimpun dana serta menyalurkan dana sebagai gerakan ekonomi rakyat yang

¹ Abdul Waris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, produk dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4, no.2 (2018): 126.

berdasarkan atas asas kekeluargaan dengan tujuan untuk mensejahterakan para anggotanya.²

Setiap lembaga keuangan harus mampu berkomunikasi dengan anggotanya dan tidak melepaskan diri dari peran mereka sebagai komunikator dan promotor. Untuk bisa berkomunikasi secara efektif, lembaga keuangan merancang program-program promosi yang menarik dan mampu mendidik wiraniaganya supaya bersikap ramah dan mampu memberikan informasi yang jelas. Wiraniaga harus dididik untuk bisa jadi seorang komunikator yang handal.³ Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang profit oriented pasti membutuhkan sistem strategi pemasaran untuk menarik minat pelanggan dalam transaksi yang akan mereka lakukan, sehingga perusahaan tersebut mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkannya tanpa mengabaikan konsep nilai dari yang diperoleh pelanggan itu sendiri.⁴ Jadi strategi pemasaran di suatu lembaga keuangan harus bagus karena itu dapat menarik minat masyarakat.

Menurut Howard dan Sheth, minat adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa minat pembelian adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian. Berdasarkan uraian tersebut maka minat pembelian merupakan pemuatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap

² Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta : PrenadaMedia Group,2009), 50.

³ M. Nur Rianto Alarif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung : Alfabeta, 2012), 170.

⁴ Sumar, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Anggota PT.BPR Syariah Bangka Belitung Cabang Pangkal Pinang”, *Journal Of Management Research*, 3, no. 2, (Agustus, 2015) : 109

barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan untuk memiliki barang tersebut.⁵

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller salah satu faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor psikologi yang didalamnya terdapat persepsi. Philip Kotler juga mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah pengetahuan, gaya hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan promosi.⁶ Selain itu menurut Widayani Wahab pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan kepercayaan.⁷

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala sekitarnya, maka yg dimaksud adalah suatu proses dalam penginderaan yang dimiliki oleh konsumen hingga terbentuk kesan tertentu yang sifatnya subjektif. Setiap konsumen memiliki nilai persepsi yang unik dan berbeda antara yang satu dan yang lainnya. Tugas perusahaan dan pemasar adalah memastikan bahwa persepsi konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan dan dijual oleh pemasar memiliki nilai dan kesan yang positif.⁸ Dari paparan diatas dapat dipahami bahwa persepsi merupakan suatu anggapan yang muncul atas informasi yang didapatkan. Faktor lain yang mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan suatu produk yaitu kualitas pelayanan.

⁵ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung : Alfabeta, 2017), 164.

⁶ Muhammad Arifiyanto dan Nur Kholidah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Uang Elektronik Berbasis Server* (Pekalongan: Nem-Anggota Ikapi, 2020), 8.

⁷ Widayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1, 2 (2016): 175

⁸ Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan*, 147-149.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penentu persepsi anggota terhadap keberadaan suatu lembaga keuangan, yaitu apakah layanan yang diterima dan dirasakan oleh anggota akan sama dengan yang mereka harapkan, mungkin lebih baik atau bahkan lebih buruk.⁹ Tidak bisa dipungkiri, kualitas pelayanan menjadi salah satu prioritas yang menjadi pertimbangan dalam segala aspek bidang usaha karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan lembaga keuangan maka semakin bertambah pula anggota yang ingin menggunakan jasanya. Dengan meningkatnya jumlah anggota dari pelayanan yang diberikan, diharapkan akan memberikan dampak positif bagi lembaga yakni meningkatnya minat menabung anggota. Oleh karena itu lembaga keuangan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan anggota secara lebih matang melalui kualitas pelayanan. Pas-uraman dalam Tjiptono mengungkapkan bahwa indikator untuk menilai kualitas pelayanan yakni meliputi reabilitas, daya tanggap, jaminan, empati serta bukti fisik.¹⁰

Keberadaan kualitas pelayanan tetap dipandang sebagai salah satu faktor penting dalam menumbuhkan minat anggota untuk menggunakan jasa kembali.¹¹ Faktor lain yang mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan produk atau jasa lembaga keuangan syariah selain persepsi dan kualitas pelayanan adalah bagi hasil. Bagi hasil merupakan suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian

⁹ J.C. Mowen & Michael M, *Perilaku Konsumen Jilid 2*, Edisi Kelima (Jakarta: Erlangga, 2002), 89.

¹⁰ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan penelitian* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), 282.

¹¹ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Perbankan Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), 47.

islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal dengan pengelola.¹² Secara rasional, tingginya tingkat bagi hasil tentu akan menarik minat anggota untuk menabung dan berinvestasi, karena dana yang mereka tabung akan memberikan keuntungan dengan jalan yang halal.

Bagi hasil inilah yang membedakan antara lembaga keuangan syariah dan non syariah. Dalam praktek mekanisme perhitungan bagi hasil dapat didasarkan pada dua cara yaitu *profit sharing* (bagi laba) dan *revenue* (bagi pendapatan). Dalam mekanisme bagi hasil yang diterapkan lembaga keuangan syariah saat ini besarnya ditetapkan sesuai pada jumlah keuntungan usaha yang dijalankan, jika suatu usaha tersebut merugi maka kerugian akan ditanggung bersama pada kedua belah pihak. Adapun pada sistem bunga tidak ada perhitungan apakah proyek tersebut untung ataukah rugi.¹³ Dengan semakin ketatnya tingkat persaingan antar lembaga keuangan syariah, maka lembaga keuangan syariah harus bisa membaca faktor apa saja yang mempengaruhi anggota dalam memilih menyimpan dananya di lembaga keuangan syariah. Faktor seperti kualitas pelayanan, persepsi dan bagi hasil tentunya sedikit banyak akan memberikan pengaruh terhadap tercapainya tujuan lembaga keuangan syariah yaitu mensejahterakan anggotanya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan KSPPS Nuri Jatim sebagai objek penelitian. KSPPS Nuri Jatim atau yang dikenal dengan sebutan KSN Jatim adalah salah satu koperasi besar yang ada di Indonesia yang beralamat di Jalan Raya Palduding Desa Plakpak Kecamatan Pegantenan Kabupaten Pamekasan. KSPPS

¹² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 90.

¹³ Yulika Khasanah dan Arie Indra Gunawan, "Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Cirebon," *Jurnal Edunomic*, 2, no.1 (2014): 37-38.

Nuri Jatim dibentuk oleh para tokoh alumni Pondok Pesantren Darul Ulum Banyuwangi pada hari senin tanggal 01 Desember 2008 dan mulai beroperasi pada tanggal 01 Januari 2009. KSPPS Nuri Jatim menjalankan kegiatan usaha penghimpunan dana dalam bentuk simpanan koperasi dan simpanan berjangka koperasi, serta memberikan pembiayaan dari anggota dan calon anggota, koperasi lain dan atau anggotanya sebagai diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia tentang perkoperasian dan peraturan pemerintah tentang pelaksanaan kegiatan usaha simpan pinjam oleh koperasi.¹⁴

Sebagai lembaga keuangan non bank, KSPPS Nuri Jatim berperan sebagai lembaga intermediasi antara potensi yang dimiliki masyarakat Indonesia dengan tujuan yang akan dicapai yaitu menjadi masyarakat sejahtera. Karena koperasi dirasa menjadi kebutuhan bagi masyarakat ber perekonomiian kecil, maka pada tahun-tahun berikutnya KSPPS Nuri Jatim membuka kantor pelayanan yang hampir disetiap kecamatan di Madura dan bahkan hampir di setiap kabupaten di tanah jawa dengan tujuan untuk membangun peradaban ekonomi ummat berbasis syariah.¹⁵

KSPPS Nuri Jatim dalam memberikan pelayanan kepada anggota menawarkan beberapa produk diantaranya adalah produk simpanan, produk pinjaman, dan produk pembiayaan. Produk simpanan meliputi SIPOKOK (Simpanan Pokok), SIWAJIB (Simpanan Wajib), SIMSUS (Simpanan Wajib Khusus), SAHARA (Simpanan Hari Raya), SIBER (Simpanan Berjangka), SITUS (Simpanan Walimatul Ursy), SIDIK (Simpanan Pendidikan), SIHAJIR (Simpanan Haji dan

¹⁴ KSPPS NURI JATIM, di akses dari <https://nurijatim.com/sekilas-sejarah/> pada tanggal 25 April 2021 pukul 23:40.

¹⁵ Ibid.

Umrah), SURBAN (Simpanan Qurban), SIAGA (Simpanan Rumah Tangga), dan SISUKA (Simpanan Suka Rela). Produk pinjaman meliputi Pinjaman KABAR (Kebijakan Barokah). Sedangkan produk pembiayaan meliputi pembiayaan GEMAS (Gadai Emas Pola Syariah), pembiayaan PESONA (Pembelian Barang Serba Guna), pembiayaan MAHA (Modal Usaha), pembiayaan MORNI (Modal Pertanian), pembiayaan GEBYAR (Gadai BPKB Syariah), pembiayaan GENERASI (Gadai Kendaraan Syariah), pembiayaan MUBAROK (Pembelian Mobil dan Motor Syariah), pembiayaan BERKAH (Pembelian Rumah Barokah), dan pembiayaan GRAFITI (Gadai Sertifikat Tanah Syariah).¹⁶ Dari beberapa produk tersebut yang banyak diminati oleh anggota di KSPPS Nuri Jatim yaitu Simpanan Berjangka (SIBER).

Simpanan berjangka atau deposito adalah simpanan dana dengan akad mudharabah dimana pihak pemilik dana (*shahibul maal*) mempercayakan dananya untuk dikelola bank (*mudharib*) dengan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang disepakati sejak awal.¹⁷ Nisbah bagi hasil di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru yaitu : pertama, jika jangka waktunya 3 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 40 % sedangkan untuk KSPPS Nuri 60%. Kedua, jika jangka waktunya 6 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 45% sedangkan untuk KSPPS Nuri 55%. Ketiga, jika jangka waktunya 12 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 50% sedangkan untuk KSPPS Nuri 50%. Keempat, jika jangka waktunya 24 bulan maka nisbah bagi hasil untuk anggota 55% sedangkan untuk KSPPS Nuri 45%.¹⁸ Dan

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Irfan, *Analisis Pembiayaan Mudharabah Perbankan Syariah di Indonesia* (Sulawesi : Unimal Press, 2018), 36.

¹⁸ Jufriyadi, Manajer KSPPS Nuri Jatim cabang Waru (26 April 2021).

untuk bagi hasilnya yaitu dihitung setiap akhir bulan setelah rekapan dan bagi hasilnya langsung di include.¹⁹ Jadi semakin lama anggota mempercayakan dananya untuk dikelola maka semakin banyak keuntungan yg akan didapatkan.

Produk Simpanan Berjangka di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru menjadi salah satu produk yang sangat diminati oleh anggotanya setelah produk simpanan suka rela . Perkembangan anggota pada produk Simpanan Berjangka di KSPPS Nuri Jatim cabang Waru dari tahun ketahun semakin meningkat seperti tabel dibawah ini :

Tabel 1.1

**Pertumbuhan Jumlah Anggota Produk SIBER (Simpanan Berjangka) di
KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru**

Tahun	Anggota
2018	1251
2019	1387
2020	1439

(Sumber : data dihasilkan dari wawancara langsung kepada kepala cabang/manajer KSPPS Nuri Jatim cabang Waru, Bapak Jufriyadi, 26 April 2020)

Dari tabel di atas dapat kita ketahui bahwa perkembangan anggota produk simpanan berjangka dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Kenaikan tersebut tentu ada faktor-faktor yang mempengaruhi, baik produk yang semakin berkembang, maupun kualitas pelayanan yang semakin membaik.

¹⁹ Jufriyadi, Manajer KSPPS Nuri Jatim cabang Waru (07 Juni 2021).

Dari uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi dan Bagi Hasil Terhadap Minat Anggota Dalam Menggunakan Produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi fokus penelitian adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru?
2. Apakah persepsi mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru?
3. Apakah bagi hasil mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru?
4. Apakah kualitas pelayanan, persepsi dan bagi hasil secara simultan mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi terhadap minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru.
3. Untuk menganalisis pengaruh bagi hasil terhadap minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi dan bagi hasil secara simultan mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang sebenarnya sudah diterima oleh peneliti.²⁰ Asumsi sangat diperlukan dalam melakukan suatu penelitian, agar penelitian memiliki dasar berpijak yang kokoh terhadap masalah yang diteliti. Dalam hal ini, beberapa peneliti berasumsi bahwa minat anggota dalam menggunakan suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya pengetahuan, persepsi, motivasi, kepercayaan, kualitas pelayanan, promosi dan juga bagi hasil. Namun dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah persepsi, kualitas pelayanan dan

²⁰ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Pamekasan Press, 2015), 10.

bagi hasil, sedangkan variabel lain yang tidak digunakan adalah pengetahuan, motivasi, kepercayaan, dan promosi. Nilainya dianggap konstan (*ceteris paribus*).

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus diuji secara empiris.²¹

Hipotesis penelitian ini adalah:

Ha1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru.

Ha2 : Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru.

Ha3 : Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru.

Ha4 : Kualitas pelayanan, persepsi dan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota dalam menggunakan produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru.

²¹ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), 27.

F. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis:

1. Kegunaan Secara Teoritis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan. Sebagai kontribusi penulis terhadap ilmu pengetahuan dalam bahasan pengaruh kualitas pelayanan, persepsi dan bagi hasil terhadap minat anggota.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan dapat dijadikan sumber rujukan sebagai penelitian lanjutan dalam bidang terkait kualitas pelayanan, persepsi dan bagi hasil terhadap minat anggota. Serta menambah wawasan keilmuan bagi Mahasiswa IAIN Madura, khususnya Prodi Perbankan Syariah.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan, persepsi dan bagi hasil terhadap minat menabung anggotanya. Selain itu juga diharapkan penelitian ini bisa menjadi evaluasi dalam memasarkan produk-produk yang ada didalamnya dengan tetap memerhatikan kualitas pelayanan di perusahaan tersebut.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi kepada masyarakat agar bisa menilai dan memilih produk dan perusahaan mana yang akan mereka pilih untuk menyimpan dananya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai literatur dan sumber informasi dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya, sehingga akan lebih menyempurnakan kekurangan penelitian-penelitian sebelumnya.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Materi

Ada tiga variabel yang menjadi faktor kajian dalam penelitian ini, yaitu terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1), Persepsi (X2) dan Minat Anggota (Y), agar variabel yang menjadi fokus tersebut dan tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang akan diteliti. Yaitu:

a. Kualitas Pelayanan (Variabel X1)²²

- 1) Keandalan (*Reliability*)
- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- 3) Jaminan (*Assurance*)
- 4) Empati (*Empathy*)
- 5) Bukti Fisik (*Tangibles*)

²² Nasution Nur, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajement)* (Bogor Selatan: PT. Ghalia Indonesia, 2005), 5.

- b. Persepsi (Variabel X2)²³
 - 1) Penginderaan (sensasi)
 - 2) Atensi
 - 3) Interpretasi
- c. Bagi Hasil (Variabel X3)²⁴
 - 1) Kerjasama
 - 2) Perjanjian
 - 3) Profit Sharing /nisbah
 - 4) Tepat Waktu
 - 5) Pengelola Dana (mudharib)
- d. Minat Menabung (Variabel Y)²⁵
 - 1) Minat Transaksional
 - 2) Minat Referensial
 - 3) Minat Preferensial
 - 4) Minat Eksploratif

2. Ruang Lingkup Lokasi

Penelitian dalam hal ini mengambil lokasi atau tempat penelitian di KSPPS

Nuri Jatim Cabang Waru Jl. Raya Waru Pasean Pamekasan, kode pos 69353.

²³ Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan*, 154-155.

²⁴ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), 206.

²⁵ Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan*, 168-169.

H. Definisi Istilah

Agar tidak terjadi kesalah pahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, maka peneliti akan menjelaskan makna dari judul proposal skripsi ini, yakni “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Anggota Terhadap Minat Menggunakan Produk SIBER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru”, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, dan proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.²⁶

2. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti²⁷

3. Bagi Hasil

Bagi hasil adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (*Shohibul Maal*) dan pengelola (*Mudharib*).²⁸

4. Minat

Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, atau kecenderungan lain yang

²⁶ Fandi Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Manajement* (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), 4.

²⁷ Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan*, 147-148

²⁸ Veith Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep Dan Aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 799.

mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.²⁹

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesamaan dalam bahasan terhadap penelitian sebelumnya maka perlu adanya pembahasan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur terhadap judul yang akan dibahas nantinya. Dari penelusuran penulis terhadap studi karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan tema Pengaruh Kualitas pelayanan, Persepsi, dan Bagi hasil Terhadap Minat Anggota dalam menggunakan Produk SI-BER (Simpanan Berjangka) di KSPPS Nuri Jatim Cabang Waru, penulis menemukan beberapa tema yang sedikit mirip dengan tema yang penulis teliti di antaranya :

1. Taufiq Risal dan Austin Alexander

Judul penelitiannya yaitu pengaruh persepsi bagi hasil, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah pada mahasiswa universitas potensi utama. Metode yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dan hasil analisisnya dapat disimpulkan bahwa 1) terdapat pengaruh positif dan signifikan bagi hasil terhadap keputusan, dengan koefisien korelasi r_{x1y} sebesar 0,617; koefisien determinasi r^2_{x1y} sebesar 0,413; dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. 2) terdapat pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap keputusan, dengan koefisien korelasi r_{x2y} sebesar 0,681; koefisien determinasi r^2_{x2y} sebesar 0,471; dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. 3) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan, dengan koefisien korelasi r_{x3y} sebesar 0,456; koefisien determinasi r^2_{x3y} sebesar

²⁹ Andi Mappier, *Psikologi Remaja* (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), 62.

0,502; dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. 4) terdapat pengaruh positif dan signifikan bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan, dengan koefisiensi kolerasi $R_{xy} (1,2,3)$ sebesar 0,795 dan koefisiensi determinasi nilai $R^2_{xy} (1,2,3)$ sebesar 0,632; dan Fhitung sebesar 54, 907 lebih besar dari Ftabel sebesar 2,70.³⁰

2. Sri Wahyuni

Judul penelitiannya yaitu pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Metode yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dan hasil yang diperoleh yaitu : ada pengaruh kualitas pelayanan (0,000); bagi hasil ($p=0,016$) terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Ada pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah ($p=0,000$). Semakin baik kualitas pelayanan bank syariah dan produk yang diberikan bisa dipahami masyarakat dapat menimbulkan persepsi yang baik yang pada akhirnya dapat menimbulkan minat pada diri seseorang menjadi nasabah bank syariah.³¹

3. Imran dan Bambang Hendrawan

Judul penelitiannya yaitu pengaruh persepsi masyarakat batam tentang bank syariah terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Metode yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pertama, persepsi tentang bunga bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Kedua, persepsi

³⁰ Taufiq Risal dan Austin Alexander, "Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi dan kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama", *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3, no.2 (2019): 118

³¹ Sri Wahyuni, "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah bank Syariah", *Jurnal At-Tawassuh*, 2, no. 2 (2017): 437-459

tentang sistem bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Ketiga, persepsi tentang pengetahuan produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.³²

4. Raihanah Daulay

Judul penelitiannya yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap keputusan menabung nasabah pada bank mandiri syariah di kota medan. Metode yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dan hasil, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil persamaan $Y = 6,808 + 0,113 X_1 + 0,114 X_2$ bahwa kualitas pelayanan dan bagi hasil searah dengan keputusan menabung nasabah. Nilai R Square sebesar 0,235, ini menunjukkan variabel pelayanan dan bagi hasil menjelaskan 23,5% terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan menabung. Sedangkan sisanya 76,5% dijelaskan variabel yang tidak lain diteliti.³³

5. Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung

Judul penelitiannya yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Metode yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dan hasil penelitian yang diperoleh 1) ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah ($p=0,000$); 2) ada pengaruh bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah ($p=0,016$); 3) ada pengaruh kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah

³² Imran dan Bambang Hendrawan, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah", *Journal Of Business Administration*, 1, no. 2 (September, 2017): 209-218

³³ Raihanah daulay, "Pengaruh Kualitas pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan", *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 12, no. 1 (2014): 1-15

bank syariah ($p=0,000$).³⁴

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Persamaan dan Perbedaan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Taufiq Risal, Austin Alexander (2019)	Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi dan kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama	Sama-sama menggunakan variabel X bagi hasil dan kualitas pelayanan. Sama-sama menggunakan variabel Y minat.	Perbedaan : pada variabel X2 peneliti Taufiq Risal dan Austin Alexander menggunakan Promosi sedangkan penelitian saya menggunakan persepsi. Objek pada penelitian Taufiq Risal dan Austin Alexander adalah mahasiswa sedangkan penelitian saya adalah nasabah/anggota.
2	Sri Wahyuni (2017)	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah	Sama-sama variabel X kualitas pelayanan dan bagi hasil. Sama-sama menggunakan variabel Y minat.	Perbedaan : pada variabel X2 peneliti Sri Wahyuni menggunakan Bagi hasil sedangkan penelitian saya menggunakan persepsi. Objek pada penelitian Sri Wahyuni adalah masyarakat sedangkan penelitian saya adalah nasabah/anggota.
3	Imran dan Bambang Hendrawan (2017)	Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah	Sama-sama menggunakan variabel X persepsi. Sama-sama menggunakan variabel Y minat.	Perbedaan : pada penelitian Imran dan Bambang Hendrawan variabel X-nya hanya satu yaitu persepsi sedangkan penelitian saya variabel X-nya tiga yaitu kualitas pelayanan, persepsi dan bagi hasil. Objek pada

³⁴ Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah bank Syariah", *Jurnal Al-Qash*, 1, no. 2 (Februari, 2017): 229-239

				penelitian Imran dan Bambang Hendrawan adalah masyarakat sedangkan penelitian saya adalah nasabah/anggota.
4	Raihanah Daulay (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan	Sama-sama menggunakan variabel X kualitas pelayanan dan bagi hasil.	Perbedaan : pada penelitian Raihanah Daulay variabel X2 menggunakan bagi hasil sedangkan penelitian saya menggunakan persepsi. Pada penelitian Raihanah Daulay variabel Y menggunakan keputusan sedangkan penelitian saya menggunakan minat.
5	Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah	Sama-sama menggunakan variabel X kualitas pelayanan dan bagi hasil. Sama-sama menggunakan variabel Y minat.	Perbedaan : pada penelitian Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung variabel X2 menggunakan bagi hasil sedangkan penelitian saya menggunakan persepsi. Objek pada penelitian Muhammad Abrar Kasmin Hutagalung adalah masyarakat sedangkan penelitian saya adalah nasabah/anggota.