

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masa sekarang adalah masa dimana Lembaga Keuangan Syariah (LKS) menjadi fenomena yang sangat didukung dalam perkembangannya, dengan mayoritas masyarakat Indonesia yang muslim menjadi dukungan pertama dalam perkembangan lembaga keuangan syariah. Kenapa tidak, akan lebih mudah untuk lembaga keuangan syariah mendapatkan kepercayaan bahwa lembaga keuangan syariah memang benar-benar sebuah lembaga yang dalam sistem operasionalnya tergantung pada syariat-syariat agama Islam. Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan mempromosikan dan mengembangkan penerepan prinsip-prinsip Islam, syariah, dan tradisinya kedalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait.¹

Perkembangan lembaga keuangan syariah juga tidak akan lepas dari adanya sebuah manajemen pemasaran, dimana manajemen pemasaran adalah dukungan paling berpengaruh dalam sebuah perusahaan. Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai sasaran organisasi.² Manajemen pemasaran juga dapat diartikan suatu seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan,

¹Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2018), 33.

²Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk, dan kepuasan Pelanggan* (Gowa:Global Research and Consulting Institute, 2018), 10.

menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.³ Oleh karena itu, berhasil tidaknya manajemen pemasaran dapat dilihat dari bagaimana sebuah perusahaan memilih ataupun menentukan strategi pemasaran yang akan dilakukan sebagai pendukung dari perkembangan perusahaan tersebut.

Kualitas layanan dan kualitas produk adalah dua dari banyak strategi dalam pemasaran yang ada didalam lembaga keuangan syariah. Dua hal tersebut juga merupakan sesuatu yang harus ada dan diterapkan dalam manajemen pemasaran disebuah perusahaan, khususnya lembaga keuangan syariah. Tidak ada lembaga keuangan syariah yang menjalankan manajemen pemasarannya tanpa kualitas layana dan kualitas dari produk yang ada didalam lembaga keuangan syariah tersebut. Dimana dua hal ini saling berkaitan, layanan yang berkualitas akan mempengaruhi kualitas dari sebuah produk yang ada untuk diminati yang pada akhirnya akan mempengaruhi minat dari seseorang untuk memilih produk tersebut.

Kualitaslayanan adalah salah satu dari beberapa hal dalam lingkup manajemen pemasaran yang paling penting dan diperhatikan, dimana kualitas layanan menjadi hal pokok dalam konsep manajemen pemasaran dalam sebuah perusahaan. Kualitas layanan adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu layanan yang hanya dapat dinilai oleh pelanggan.⁴ Kualitas layanan merupakan pandangan nasabah terhadap kualitas produk atau jasa ketika persepsi nasabah terhadap produk atau jasa tersebut baik, maka akan akan

³Hery, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Gramedia, 2019), 3.

⁴Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan Sim Keliling*, (Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019) 15.

berpengaruh terhadap risiko yang akan dihadapi konsumen saat menggunakan produk atau jasa tersebut.⁵

Kualitas layanan yang ada di BMT NU Cabang Larangan yakni jemput bola dimana nasabah tidak perlu datang ke BMT NU Cabang Larangan jika ingin melakukan pembiayaan gadai emas akan tetapi pihak BMT yang mendatangi nasabah jika ingin melakukan pembiayaan gadai emas, hal ini bisa menentukan pilihannya terhadap sebuah pilihan, jika sebuah layanan yang baik dan berkualitas dapat membuat nasabah tersebut menentukan pilihannya pada sesuatu yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan serta sesuai dengan keinginannya.

Kualitas produk adalah kondisi dari sebuah produk dari sebuah lembaga keuangan syariah yang dapat memberikan fungsi serta manfaat yang lebih baik⁶ Kualitas produk juga merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Kualitas sendiri menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi tertentu.

Dari hasil wawancara terhadap karyawan BMT NU yaitu Fariqul Isbahah yang dilakukan di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan tanggal 1 juli 2021 pertumbuhan anggota gadai emas (rahn) di BMT NU Cabang Larangan mengalami peningkatan semenjak produk gadai emas (rahn) ini diperkenalkan

⁵Ida Bagus Surya Wijaya, Kastawan Mandala, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Persepsi Nilai Nasabah yang Dimediasi oleh Persepsi Risiko" *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5 (2018) 266.

⁶Djunaedi, "Pengaruh CSR dan Kualitas Produk Terhadap Citra Bank dan Keputusan Menabung di BNI Syariah Kota Kediri" *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 2 (September, 2016) 110.

kepada masyarakat yakni sebanyak 316 orang dan pengetahuan masyarakat tentang produk gadai emas yang ada di BMT NU Cabang Larangan sudah cukup baik, serta respon anggota terhadap pembiayaan gadai emas yang sangat baik dikarenakan produk pembiayaan gadai emas di BMT NU cabang Larangan memiliki ujang yang relatif murah dan dihitung secara harian, proses pencairan dana yang sangat cepat serta transaksi gadai tanpa adanya unsur ribawi.⁷ Dalam hal ini bisa menarik minat nasabah produk gadai emas di BMT NU Cabang Larangan.

Tabel 1.1

Presentase Peningkatan Anggota Gadai Emas dari Tahun 2018-2021



Sumber: Wawancara Karyawan BMT NU Cabang Larangan.

Berdasarkan gambar di atas terdapat peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2018-2021. Secara umum konsumen atau nasabah yang akan menabung tentu memilih lembaga keuangan yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan, dengan demikian nasabah akan

⁷Fariqul Isbahah, Bagian Kepala Cabang di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan, *Wawancara Langsung*, (1 Juli 2021).

mempertimbangkan faktor tertentu untuk memutuskan untuk menjadi anggota.⁸

Kualitas layanan dan kualitas produk secara langsung dapat mempengaruhi terhadap minat anggota maupun nasabah dalam lembaga keuangan syariah. Minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut akan disertai dengan perasaan senang.⁹

BMT NU Cabang Larangan adalah salah satu lembaga keuangan yang didalamnya juga tidak lepas dari kualitas layanan dan kualitas produk yang akan berpengaruh pada minat menabung di BMT NU Cabang Larangan itu sendiri. Minat menabung di BMT NU Cabang Larangan dapat dipengaruhi dengan bagaimana kualitas layanan dan kualitas produk dijalankan secara tepat dan sesuai dengan target yang ingin dicapai oleh BMT NU Cabang Larangan.

Dari latar belakang diatas maka peneliti tertarik meneliti **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Anggota Menggunakan Produk Gadai Emas Di BMT NU Cabang Larangan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

⁸ Fariqul Isbahah, Wawancara Langsung di BMT NU Cabang Larangan, 19 juli 2021.

⁹ Sisca Damayanti, “Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri cabang X” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 1 (2016).18.

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat anggota pada produk gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat anggota gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan terhadap minat anggota gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan suatu hal yang ingin di capai dalam sebuah penelitian. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat di tentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat anggota pada produk gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat anggota gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan
3. Untuk mengetahui Variable manakah antara kualitas layanan dan kualitas produk yang paling berpengaruh terhadap minat anggota gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan terhadap minat anggota gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan

5. Untuk mengetahui Berapa besar pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap minat anggota gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti, fungsi anggapan dasar dalam sebuah penelitian adalah sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas variable yang akan diteliti, serta untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.

Asumsi penelitian yang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Setiap anggota memiliki alasan yang jelas dan beragam dalam menentukan minat anggota dalam memilih produk pembiayaan yang ada di BMT NU.
2. Minat anggota terhadap produk pembiayaan gadai emas akan mempertimbangkan motif atau banyak hal yang mempengaruhinya.
3. Kualitas layanan yang baik akan menentukan minat bagi setiap anggota.
4. Kualitas produk yang sesuai dengan anggota akan menimbulkan minat bagi setiap anggota
5. Kualitas layanan dan kualitas produk merupakan salah satu motif yang mempengaruhi minat anggota.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis di bentuk dari dua kata, yaitu *hypo* dan kata *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* adalah pendapat. Kedua kata itu kemudian digunakan secara bersamaan menjadi *Hypothesis* dan penyebutan dalam dialek Indonesia menjadi hipotesa kemudian berubah menjadi hipotesis yang maksudnya adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpula yang masih belum sempurna. Pengertian ini kemudian diperluas dengan maksud sebagai kesimpulan penelitian yang belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian dengan data di lapangan.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah

Ho₁: Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan minat anggota produk gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan

H1: Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan minat anggota produk gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan.

Ho₂: Tidak Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan minat anggota produk gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan.

H2: Tidak Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan minat anggota produk gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasa

Ho₃: Tidak Terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap keputusan minat anggota produk gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan.

H3: Terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap keputusan minat anggota produk gadai emas di BMT NU Cabang Larangan Pamekasan

F. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat, baik secara akademis maupun secara praktis.

1. Kegunaan secara teoritis

a. Bagi penulis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah tambahan keilmuan dan wawasan mengenai kualitas layanan dan kualitas produk dan minat anggota serta informasi yang digunakan pada penulisan ini.

b. Bagi akademisi

Hasil penelitian iini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya dapat dijadikan referensi atau rujukan di bidang lembaga keuangan atau perusahaan dan sebagai perbandingan referensi bagi peneliti selanjutnya yang lebih relafan. Serta untuk memberikan pemahaman bagi para akademisi untuk dapt melakukan kajian mendalah tentang kualitas layanan pada perbankan syariah dan menambah wawasan keilmuan bagi para mahasiswa IAIN Madura, Khususnya Fakulta Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Kegunaan secara praktis

a. Bagi BMT NU Cabang Larangan Pamekasan

Hasil penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai bahan acuan bagi BMT NU Cabang Larangan Pamekasan untuk mengetahui pengaruh

kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap minat anggota. Selain itu juga di harapkan bagi peneliti ini dapat menjadi evaluasi untuk peningkatan kinerja keuangan menjadi lebih baik.

b. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap minat anggota.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Variabel

Ada dua variabel yang menjadi fokus kegiatan dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan (Variabel X1), kualitas produk (Variabel X2) dan minat anggota (Variabel Y). Agar variabel menjadi fokus tersebut tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang akan diteliti.

a. Kualitas Layanan

Untuk variabel kualitas layanan syariah (Variabel X1), indikator variabel yang akan diteliti ialah:¹⁰

- 1) Kepatuhan Pada Syariat Islam
- 2) Jaminan (*Assurance*)
- 3) Keandalan (*Reability*)
- 4) Bukti fisik (*Tagible*)
- 5) Empati (*Empathy*)

¹⁰ Adiwarmanto A Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan*, (Jakarta Raja Grafindo, 2013), 206-209

6) Daya tanggap (*Responsive*)

b. Kualitas Produk

Untuk variabel kualitas Produk dalam islam (Variabel X2) indikator variabel yang meliputi:¹¹

- 1) Jujur
- 2) Brand/merk
- 3) Keistimewaan
- 4) Manfaat

c. Minat Anggota

Untuk minat anggota (Variabel Y) indikatornya meliputi:¹²

1. Pengenalan Kebutuhanyaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi
2. Pencarian Informasi yaitu mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengomsumsi suatu produk.
3. Evaluasi Alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek, dan memilihnya sesuai dengan keinginan konsumen.

2. Ruang Lingkup Lokasi

¹¹ Ali Hasan, Manajemen Bisnis Syariah (Kaya Dan Terhormat Di Akhirat), (Yogyakarta: Pustaka Belajar 2009), 167.

¹²Yossie Rossanty, Muhammad Dharma Tuan Putra Nasution, Firman Ario, *Concumer Behavior In Era Millennial* 118

Lokasi Baitul Maal Wat Thamwil Nuansa Ummat Cabang Larangan Pamekasan Berada Di Dusun Tomang Mateh, Desa Blumbungan, Larangan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur 63839.

H. Definisi Istilah

Untuk menyatukan persepsi tentang pengertian variabel-variabel yang akan diteliti dan dianalisis dalam penelitian ini, maka akan dikemukakan batasan batasan definisi operasional.

1. Kualitas layanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasai untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan.¹³
2. Kualitas produk adalah suatu dari salah satu alat yang paling sering digunakan oleh pemasaran untuk melakukan positioning. Kualitas mempunyai imbas secara langsung terasa pada produk. Hal ini akan semakin mendekatkan pemasaran dengan nilai-nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan.¹⁴
3. Perilaku konsumen adalah interaksu dinamis antara efek dan kognis, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.¹⁵

¹³Kasmir, *Customer Services Ekcellent Teori dan Praktik*, Cet 1, (Depok: PT Raja Grafindo, 2017) 47.

¹⁴Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), 130

¹⁵Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen Persepektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Edisi Ketiga, (Jakarta: Prenada Media Grup,2003). 2

4. Minat anggota terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek sasaran berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Pendapat ini memberikan pengertian, bahwa minat merupakan suatu kondisi yang terjadi apabila berhubungan dengan keinginan atau kebutuhan sendiri, dengan kata lain ada kecenderungan apa yang dilihat dan diamati seseorang adalah suatu yang berhubungan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang tersebut.
5. Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh pembiayaan secara cepat. Pinjaman gadai emas merupakan fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas dengan kewajiban pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.¹⁶
6. BMT NU Cabang Larangan adalah lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya¹⁷

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu di jadikan sebagai referensi tambahan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah penjelasan hasil penelitian terdahulu:

¹⁶Andri Soematri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009) 398.

¹⁷ Diakses dari <https://bmtnujatim> pada tanggal 1 agustus 2021 pukul 13.45 WIB

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Vita Nur Hayati pada tahun 2016 tentang “pengeruh kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di lembaga keuangan mikro syariah”.metode yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan variabel bebas terdiri dari kualitas layanan, kualitas produk dan lokasi sedangkan variabel terikatnya minat nasabah. Dari hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap minat menjadi nasabah di lembaga keuangan mikro syariah.
- b. Penelitian yang dilakukan oleh Arief Adi Satria pada tahun 2017 tentang “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli konsumen pada perusahaan A-36”. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis regresi linear berganda, dengan variabel bebas terdiri dari harga, promosi dan kualitas produk sedangkan variabel terikatnya minat beli. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen perusahaan A-36 .¹⁸
- c. Penelitian yang dilakukan oleh Mahyarani Tiara Ghassani pada tahun 2017 tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vacom Melalui Kepuasan Konsumen sebagai explanatory Researc. Dari hasil penelitian ini

¹⁸Arief Adi Satria, “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1 (April, 2017) 51.

menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang bandeng jawana.¹⁹

- d. Penelitian yang dilakukan oleh Desi Susanti pada tahun 2017 tentang “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Konsumen dalam Memilih Produk Tupperware pada Perumahan Griya Utama Pekan baru”. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam memilih produk tupware.²⁰

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	pengeruh kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di lembaga keuangan mikro syari'ah	variabel independent yang digunakan peneliti kualitas layanan dan kualitas produk serta variabel dependen yang digunakan yaitu minat nasabah	Lokasi penelitian yang berbeda, waktu penelitian berbeda serta responden yang berbeda.
	Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli	variabel independent yang digunakan peneliti kualitas produk serta	Lokasi dan waktu penelitian yang berbeda,

¹⁹Mahyarani Tiara Ghassani, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai variabel Intervening”*Diponegoro Journal of Social And Political Science*, (2017) 7.

²⁰Desi Susanti, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Konsumen dalam Membeli Produk Tupperware pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru”*Menara Ekonomi*, 5 (April, 2017) 29.

	konsumen pada perusahaan A-36	variabel dependen yang digunakan yaitu minat nasabah	serta responden di dalam penelitian juga berbeda.
	Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vacom Melalui Kepuasan Konsumen sebagai explanatory Researc	variabel independent yang digunakan peneliti kualitas produk serta variabel dependen yang digunakan yaitu minat nasabah	Lokasi dan waktu penelitian yang berbeda serta responden di dalam penelitian juga berbeda.
	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Konsumen dalam Memilih Produk Tupperware pada Perumahan Griya Utama Pekan baru	variabel independent yang digunakan peneliti kualitas produk serta variabel dependen yang digunakan yaitu minat nasabah	Lokasi dan waktu penelitian yang berbeda serta responden di dalam penelitian yang berbeda.