

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) di Indonesia, dimulai tahun 1984 dikembangkan mahasiswa ITB di Masjid Salman yang mencoba menggulirkan lembaga pembiayaan berdasarkan prinsip syari'ah bagi usaha kecil. Kemudian BMT lebih di berdayakan oleh ICMI sebagai sebuah gerakan yang secara operasional ditindak lanjuti oleh Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK).

Pada saat krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada tahun 1997, BMT menjadi salah satu alternatif dalam melakukan pemulihan kondisi perekonomian. Fokus BMT yang sebelumnya hanya menghimpun dana zakat kemudian bergeser menjadi lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip syari'ah. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin. BMT kemudian semakin terkenal setelah dipicu oleh kesadaran umat islam di Indonesia untuk mencari model ekonomi alternatif yang mampu mendukung perkembangan sektor usaha kecil dan mikro. Kebutuhan masyarakat akan lembaga keuangan dan perbankan yang menggunakan system syari'ah sesungguhnya sangatlah wajar, mengingat sebagian besar masyarakat Indonesia beragama Islam.

BMT saat itu juga dikenal sebagai kopearsi syariah telah mengalami perkembangan cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Bahkan, sebuah

lembaga inkubasi bisnis mengestimasi saat ini terdapat sebanyak 3.200 BMT dengan nilai aset mencapai RP 3,2 triliun. Bisnis tersebut hingga akhir tahun ini diproyeksi mencapai RP 3,8 triliun. Dari jumlah BMT tersebut, sekitar 60 persen dalam kategori aktif, sekitar seribu BMT dalam kategori sehat. BMT yang memiliki aset dibawah RP 100 juta, tergolong sedikit. Hanya BMT yang baru tumbuh yang asetnya dibawah RP 100 juta. Meski asetnya masih kecil dibanding aset bank syariah, BMT sangat berperan dalam meningkatkan kehidupan umat terutama sector usaha mikro. <sup>1</sup>

BMT atau *Baitul Maal wa Tamwil* merupakan salah satu lembaga keuangan non-bank pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah islam, sekaligus sebagai lembaga ekonomi yang mengemban misi untuk memberdayakan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM). Namun dalam hal ini sulit untuk menjalankan misinya, karena dengan semakin berkembangnya perekonomian di Indonesia saat ini, banyak bermunculan lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah Islam, seperti perbankan syariah dan gadai syariah. <sup>2</sup>

BMT mempunyai kekuatan untuk bersaing karena BMT memiliki karakteristik dan ciri khas sebagai lembaga keuangan syari'ah non bank yang menawarkan transaksi-transaksi bisnis dan semuanya dilakukan atas dasar bagi hasil. BMT dapat melayani segmen pasar yang tidak digarap oleh perbankan yakni nasabah *feasible* namun tidak *bankable*. Produk-produk jasa, pelayanan kredit dan

---

<sup>1</sup> Muslim Tanjung, Arina Novizas, "Eksistensi Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) dalam Perekonomian Islam", Vol. III No. 1, (Januari 2018), 28.

<sup>2</sup> Sundari, Diah Syifaul A'yuni, Muawanah, Ainun Nur Rofikoh, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BMT Global Madani Indonesia", Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah, Vol.02 No.02, (November 2020), 42.

simpanan dana masyarakat ditujukan untuk membangun system ekonomi yang berakar kepada keadilan dan berbasis keumatan. Kemudahan proses pembiayaan dan pelayanan kepada anggota yang lebih mengutamakan suatu pendekatan kemitraan dan kesejajaran meyangkut hak-hak dan kewajiban antara karyawan dan anggota, membuat BMT memiliki kedekatan yang lebih baik dengan anggota UMKM dibandingkan perbankan.<sup>3</sup>

Dengan adanya kedekatan antara karyawan dan anggota tentu sangat memudahkan BMT dalam memberikan kepuasan kepada anggota. Untuk mencapai kepuasan tersebut, BMT akan melakukan berbagai macam upaya yang diantaranya yaitu meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan kualitas produk yang dimiliki dan mempertahankan serta meningkatkan kualitas nilai yang telah diberikan anggota kepada bank (customer value).

Kualitas pelayanan yang baik sangatlah penting dalam mempertahankan kepuasan anggota, karena bentuk pelayanan yang berkualitas dapat menarik perhatian dari anggota. Pelayanan yang dikelola dengan baik akan dapat memenuhi harapan anggota.<sup>4</sup> Kualitas pelayanan merupakan hal yang mutlak harus diperhatikan oleh lembaga keuangan, karena baik atau buruknya kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota akan memberikan *feed back* sendiri kepada lembaga keuangan.<sup>5</sup> Kualitas pelayanan memiliki hubungan terhadap kepuasan anggota

---

<sup>3</sup> Sony Hendra Permana, Masyithah Aulia Adhiem, “Strategi Perkembangan Baitul Mal Wattamwil Ssebagai Sumber Pembiayaan Alternatif Bagi Usaha Mikro, Kecil,, Dan Menengah”, Vol. 24, No. 2, (2019), 110.

<sup>4</sup> Riyadin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus pada Desa Pekalongan)”, Jurnal Simplex, Vol.2 No.1, (2019), 41.

<sup>5</sup> Inas Mawardah, Skripsi: “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Value Terhadap Kepuasan Nasabah”, (Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2016), Hal 2.

untuk keberlangsungan suatu usaha. Pengaruh yang diproyeksikan jangka panjang, memungkinkan akan memahami harapan anggota.<sup>6</sup>

Nilai utama yang diharapkan oleh anggota adalah kualitas produk dari jasa. Lembaga keuangan harus memperhatikan dan mempertahankan kualitas produk yang digunakan oleh anggota untuk menyelesaikan masalah dan anggota memberikan nilai dalam proporsi tertentu. Nilai yang diberikan anggota berhubungan dengan *benefit* atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk ini didapatkan dengan cara meningkatkan kualitas produk dalam rangka memenuhi harapan anggota.<sup>7</sup> Kepuasan anggota bergantung pada manfaat dari produk yang dipakai, sehingga harapan anggota sesuai dengan harapan dan keinginannya. Apabila produk jauh dibawah dari harapan anggota, maka tidak ada rasa kepuasan pada produk dan apabila produk mampu memenuhi harapan akan timbul kepuasan anggota.<sup>8</sup> Kepuasan diperoleh anggota akan produk yang dipakai akan berimbas pada kegunaan produk.

Kualitas produk adalah hal yang penting pada sebuah lembaga keuangan. Produk-produk lembaga keuangan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggotanya. Dengan terpenuhinya kebutuhan, maka anggota akan tetap memilih lembaga keuangan tersebut dan tidak pindah ke lembaga keuangan lainnya. Selain

---

<sup>6</sup> Erna Mada Lena, Bambang Mursito, Sri Hartono, “Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Produk, Citra Merek dan Pelanggan Pada Outlet 3Second Surakarta”, Jurnal Ekbis, Vol.22 No.1, (2021), 58.

<sup>7</sup> BRM Suryo Triono, Adi Penawan, Aris Tri Haryanto, “Pengaruh Kualitas Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Kredit Pada PD. BPR Bank Daerah Sukoharjo”, Jurnal Ekonomi Dan Perbankan, Vol 5 No.1, (2020), 46.

<sup>8</sup> Erna Mada Lena, Bambang Mursito, Sri Hartono, “Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Produk, Citra Merek dan Pelanggan Pada Outlet 3Second Surakarta”, Jurnal Ekbis, Vol.22 No.1, (2021), 56.

itu anggota akan tertarik untuk memilih lembaga keuangan tersebut jika anggota merasa bahwa produknya dapat memenuhi kebutuhannya.

Selain dari kualitas pelayanan dan kualitas produk, nilai anggota (*customer value*) juga berpengaruh pada kepuasan anggota. *Customer value* adalah suatu *tradeoff* Antara persepsi anggota terhadap kualitas, manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat pengorbanan yang dibayar. Nilai bagi anggota bisa juga dilihat sebagai cerminan dari kualitas, manfaat dan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan. Sebuah produk atau layanan perbankan mempunyai nilai yang tinggi di mata anggota apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan yang seminimal mungkin.<sup>9</sup> *Customer value* merupakan sesuatu yang sangat berperan dalam pembentukan kepuasan anggota. Oleh karena itu, konsep penciptaan dan penambahan nilai memerlukan perhatian penuh dari sebuah koperasi ketika ingin menarik perhatian dan mempertahankan anggota. anggota akan merasa puas jika sudah menerima value dari sebuah koperasi dan value yang didapatkan juga melampaui harapan anggota.<sup>10</sup> keinginan dan selera konsumen selalu berubah dan memiliki tingkat kesulitan tinggi untuk dipahami koperasi. Anggota tidak sekedar menimbang-nimbang sebuah produk atau jasa, melainkan mereka menimbang-nimbang value apakah yang mereka dapatkan dari produk dan layanan yang koperasi berikan.

---

<sup>9</sup> BRM Suryo Triono, Adi Penawan, Aris Tri Haryanto, “Pengaruh Kualitas Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Kredit Pada PD. BPR Bank Daerah Sukoharjo”, Jurnal Ekonomi Dan Perbankan, Vol 5 No.1, (2020), 46.

<sup>10</sup> Yenny Logiawan, Dr. Hartono Subagio, M.M, “Analisa Customer Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya”, Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.2 No.1, (2014), 1-11.

Salah satu tugas terpenting adalah menciptakan dan mengkomunikasikan customer value kepada anggota untuk mendorong kepuasan dan kesetiaan.<sup>11</sup>

BMT adalah kependekan dari *Baitul Maal Wa Tamwil* yaitu lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Koperasi simpan pinjam baitul maal wa tamwil nuansa umat cabang Galis mulai sekarang disingkat KSPPS BMT NU yang mulai beroperasi pada 02 juni 2015. KSPPS BMT NU adalah lembaga keuangan yang berdiri di desa Ponteh kecamatan Galis dengan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.

KSPPS BMT NU Galis adalah cabang BMT NU yang bisa disebut masih baru dibuka namun sudah memiliki anggota yang cukup banyak sekitar 4.160 anggota.<sup>12</sup> anggota yang banyak dipengaruhi oleh faktor kualitas layanan dan kualitas produk yang baik. KSPPS BMT NU Galis adalah lembaga keuangan yang lebih banyak menerapkan produk tabungan mudharabah, seperti produk Tabah dan produk Siberkah. Produk Tabah adalah produk penghimpun dana dalam bentuk tabungan dengan akad mudharabah mutlaqah. Tabah adalah simpanan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah sehari-hari karena setoran dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja dan memperoleh keuntungan bagi hasil 40%. Sedangkan produk Siberkah (simpanan berjangka mudharabah) yang keunggulannya terdapat pada bagi hasil yang besar yakni dengan bagi hasil 65% bagi anggota dan 35% bagi pihak BMT NU Cabang Galis dengan setoran awal Rp. 500,000 dengan jangka

---

<sup>11</sup> Gilang Fatikhul Burhan, Agus Mansur, Taufiq Immawan, "Perencanaan Strategi Pemasaran Berdasarkan Customer Value", Jurnal Proxima (productivity, optimization, and manufacturing system), Vol.4 No.2, (Desember 2020), 30.

<sup>12</sup> Imam Maulidi, Kepala Cabang BMT NU Cabang Galis Pamekasan, *Wawancara Langsung* (23 Maret 2023)

waktu minimal 1 (satu) tahun baru anggota bisa mendapatkan bagi hasilnya dari uang yang telah disimpan di BMT NU Cabang Galis. <sup>13</sup>KSPP BMT NU Cabang Galis memberikan 3 (tiga) pelayanan yaitu pelayanan di kantor, online dan system antar jemput tabungan atau jemput bola. Pelayanan system antar jemput tabungan disini paling berpengaruh terhadap kepuasan anggota sehingga anggota akan terus loyal pada KSPP BMT NU Cabang Galis. Produk tabungan Tabah merupakan produk yang paling diminati oleh para anggota karena sistem pelayanannya sangat baik, serta persyaratannya mudah produk Tabah ini bisa diambil kapan saja sehingga banyak anggota yang lebih tertarik menggunakan produk Tabah di KSPP BMT NU Cabang Galis. Kualitas pelayanan pada KSPP BMT NU Cabang Galis sangatlah memuaskan anggota karena pelayanannya sangat baik, ramah, sopan dan cepat tanggap dalam melakukan transaksi.

Baitul Maal Wa Tamwil Cabang Galis Pamekasan ini meraih beberapa penghargaan, diantaranya: BMT NU JAWA TIMUR Award 2021 Kategori Team Tabungan Terbaik RAT.XVII, 19 Februari 2022, BMT NU JAWA TIMUR Award 2021 Kategori Pertumbuhan Tabungan Terbaik RAT XVIII, 19 Februari 2022, BMT NU JAWA TIMUR Award 2022 Kategori Team Tabungan Terbaik, BMT NU JAWA TIMUR Award 2022 Kategori Jemputan Tabungan Terbaik Cabang Galis Pamekasan, Juara I Expo Produk Unggulan Anggota BMT NU JAWA TIMUR 2015, Penghargaan berupa sertifikat yang diberikan kepada BMT NU Cabang Galis Pamekasan sebagai Inspirasi Pencapaian Target Terbaik Tahun Buku

---

<sup>13</sup> Alfi Kamilia, Skripsi: “*Service Excellence Dalam Penguatan Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Baitul Maal Wat Tamwil Nuansa Umat (BMT NU) Cabang Galis Pamekasan*”, (Pamekasan, IAIN MADURA, 2020), Hal 5.

2021, BMT NU Cabang Galis Pamekasan sebagai Nominasi Jemputan Tabungan Terbaik Tahun Buku 2021, BMT NU cabang Galis Pamekasan sebagai Kantor Cabang BMT NU Jawa Timur dengan Tingkat Kepuasan Pelayanan Kepada Anggota dan Mitra Terbaik pada Quartal I Tahun Buku 2022, BMT NU Cabang Galis Pamekasan sebagai Kategori Pertumbuhan Tabungan Terbaik Tahun Buku 2021, BMT NU Cabang Galis Pamekasan sebagai Kantor Cabang Berprestasi Tahun 2016, BMT NU Cabang Galis Pamekasan sebagai Jemputan Tabungan Terbaik Tahun 2018.<sup>14</sup>

<sup>15</sup>Dengan banyaknya penghargaan yang diraih oleh BMT NU Cabang Galis Pamekasan ini sangat menarik minat anggota untuk menabung di BMT NU Cabang Galis Pamekasan dari pada di lembaga keuangan lainnya. Jumlah anggota yang dimiliki oleh BMT NU Cabang Galis Pamekasan sekitar 4.160 anggota. faktor yang mempengaruhi minat anggota adalah banyaknya produk yang tersedia di BMT NU Cabang Galis Pamekasan seperti produk Tabah, Siberkah, Sabar, Sajadah, Tarawi, Sahara, Sidik Fathonah. selain banyaknya produk, BMT NU Cabang Galis Pamekasan juga memberikan pelayanan yang mempermudah para anggotanya yaitu pelayanan di kantor, online, dan jemput tabungan. Hal ini berbeda dengan lembaga keuangan Koperasi Life Time Indonesia yang mempunyai anggota 300 orang. produk yang dimiliki oleh Koperasi Life Time Indonesia ini ada empat yaitu Simpanan Produktif 6 Bulan, Simpanan Produktif 12 Bulan, Modal Plus 30 Bulan,

---

<sup>14</sup> Imam Maulidi, Kepala Cabang BMT NU Cabang Galis Pamekasan, *Observasi* (23 Maret 2023)

<sup>15</sup> Dokumentasi langsung ke kantor BMT NU Cabang Galis Pamekasan, 23 Maret 2023.

Subsidi Kredit 50%. Sistem pelayanan di Koperasi Life Time Indonesia ini ada dua yaitu jemput bola dan pelayanan di kantor.<sup>16</sup>

Adapun alasan dipilihnya judul penelitian ini berdasarkan alasan berdasarkan subjektif yaitu karena judul tersebut sesuai dan berkaitan dengan program studi yang ambil yaitu perbankan syariah, penelitian ini didukung oleh literature yang memadai baik yang tersedia di perpustakaan atau dari sumber lainnya seperti jurnal, artikel dan data yang dibutuhkan dalam penelitian, serta terjangkaunya lokasi kantor koperasi jasa keuangan syari'ah Baitul Maal Wa Tamwil Cabang Galis Pamekasan yang dijadikan objek penelitian.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas produk dan *Customer Value* Terhadap Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan customer value terhadap kepuasan anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan?

---

<sup>16</sup> Wawancara langsung kepada karyawan Koperasi Life Time, 25 Maret 2023

3. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan?
4. Apakah ada pengaruh customer value terhadap kepuasan anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan?

### **C. Tujuan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan pada penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji dan mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan customer value terhadap kepuasan anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.
2. Untuk menguji dan mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.
3. Untuk menguji dan mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.
4. Untuk menguji dan mengetahui ada tidaknya pengaruh customer value terhadap kepuasan anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

### **D. Asumsi Penelitian**

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.<sup>17</sup> Asumsi sangat diperlukan dalam melakukan penelitian supaya seorang

---

<sup>17</sup> Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi*, (Pamekasan : Institut Agama Islam Negeri Madura 2020), hal 17.

peneliti mempunyai dasar berpijak yang kokoh terhadap masalah yang diteliti.

Adapun asumsi yang diajukan peneliti ini adalah:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan anggota, karena semakin baik pelayanan yang diberikan oleh lembaga kepada anggota maka tingkat kepuasan anggota akan semakin meningkat. Sehingga akan mempengaruhi anggota untuk terus menabung di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.
2. Kualitas prroduk mempengaruhi anggota terhadap kepuasan anggota, semakin kecil dan bermanfaat produk yang dimiliki lembaga maka kepuasan anggota dalam penggunaan produk tersebut akan tercapai. Sehingga anggota tidak merasa dirugikan melainkan akan merasa senang untuk menggunakan probuk BMT NU Cabang Galis Pamekasan.<sup>18</sup>
3. *Customer value* berpengaruh terhadap kepuasan anggota, karena sebuah produk atau layanan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata anggota apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan yang seminimal mungkin. Semakin baik nilai pelanggan semakin merasa puas terhadap produk tersebut.<sup>19</sup>

## **E. Hipotesis Penelitian**

---

<sup>18</sup> Sultonil Adim, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pengguna Tabungan Tabah Di KSPPS BMT NU JATIM CABANG CAMPLONG SAMPANG”, (Pamekasan, Institut Agama Islam Madura, Juni 2022), hal 7.

<sup>19</sup> Siti Munisih dan Euis Soliha, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Apotek Dela Semarang”, (Semarang, Universitas Stikubank Semarang, 2015), hal 6.

Hipotesis merupakan proposi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti.<sup>20</sup> Hipotesis dapat dikatakan suatu kesimpulan yang masih belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian.<sup>21</sup>

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, sehingga hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Customer Value*

H01: Tidak Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Customer Value* Terhadap Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan

Ha1: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Customer Value* Terhadap Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

2. Kualitas Pelayanan

H02: Tidak Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan

Ha2: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan

3. Kualitas Produk

H03: Tidak Terdapat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan

---

<sup>20</sup> Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sidoarjo : Zifatama Publishing, 2014), hal 66.

<sup>21</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana, 2005), hal 85.

Ha3: Terdapat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan

4. *Customer Value*

H04: Tidak Terdapat Pengaruh *Customer Value* Terhadap Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan

Ha4: Terdapat Pengaruh *Customer Value* Terhadap Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

**F. Kegunaan Penelitian**

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

1. Kegunaan secara teoritis
  - a. Memperluas khazanah ilmu pengetahuan bagi pembaca, khususnya bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian lanjutan yang dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian sejenis dan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dari penelitian yang telah ada maupun yang akan dilakukan.
  - b. Memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti pribadi dalam penerapan ilmu ekonomi tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan customer value terhadap kepuasan anggota.
  - c. Membantu anggota dalam memberikan wawasan, sehingga dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan dengan tambahan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan *customer value* terhadap kepuasan anggota.

2. Kegunaan secara praktis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna bagi manager atau pimpinan BMT NU Cabang Galis Pamekasan dalam hal pengembangan kualitas pelayanan, kualitas produk dan *customer value* dan mengetahui tingkat kepuasan anggota.

### **G. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan di BMT NU Cabang Galis Pamekasan. Ruang lingkup penelitian mencakup batasan variabel yang diteliti dan lokasi penelitian.

1. Variabel Penelitian
  - a. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.<sup>22</sup> Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Customer Value. Adapun indikator dari variabel independen sebagai berikut:

- b. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)<sup>23</sup>
  - 1) *Syariah Compliance* atau Kepatuhan Syariah
  - 2) *Reliability* atau Keandalan
  - 3) *Responsiveness* atau Daya Tanggap
  - 4) *Assurance* atau Jaminan
  - 5) *Emphaty* atau Empati

---

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hal 59.

<sup>23</sup> Nursya'bani Purnama, *Manajemen Kualitas Perspektif Global*, Yogyakarta : EKONISIA, 2006.

Di penelitian ini tidak menggunakan indikator *Tangible* karena banyaknya anggota yang tidak merasakan kualitas pelayanan di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

c. Variabel Kualitas Produk (X2)<sup>24</sup>

- 1) *Performance* (Performansi)
- 2) *Features* (Keistimewaan Tambahan)
- 3) *Conformance* (konformasi)
- 4) *Reability* (Kehandalan)
- 5) *Perceived Quality* (Kualitas yang Dirasakan)

Di penelitian ini tidak menggunakan indikator *Durability* dan *Service Ability* karena anggota kurang setuju dengan indikator *Durability* dan *Service Ability* yang ada di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

d. Variabel Customer Value (X3)<sup>25</sup>

- 1) *Emotional Value*
- 2) *Quality/ Performance Value*
- 3) *Price/ Value Of Money*

Di penelitian ini tidak menggunakan indikator *Social Value* karena anggota kurang setuju dengan penerapan indikator ini di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

e. Variabel Dependen (Y)

---

<sup>24</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2008), Hal 90.

<sup>25</sup> Fandy Tjiptono, 2019, *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen.<sup>26</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah, adapun indikator dari variabel dependen adalah sebagai berikut:

a) Variabel Kepuasan Nasabah (Y)<sup>27</sup>

- 1) Kesesuaian Harapan
- 2) Minat Berkunjung Kembali
- 3) Kesiediaan Merekomendasikan

2. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi atau tempat penelitian di BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

## H. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahan pemahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, maka perlu kiranya peneliti merumuskan definisi istilah yang terdapat dalam judul penelitian ini. Ada beberapa istilah yang perlu peneliti definisikan antara lain;

1. Kualitas Pelayanan

---

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hal 59.

<sup>27</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal 23.

Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.<sup>28</sup>

## 2. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong Kualitas Produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.<sup>29</sup>

## 3. *Customer Value*

Menurut (Zeithaml et al.,) Customer Value (Nilai konsumen) merupakan keseluruhan nilai konsumen tentang kegunaan suatu produk atau jasa yang berdasarkan pada persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan.<sup>30</sup>

## 4. Kepuasan

Menurut (P. & G. A. Kotler,) Kepuasan ialah: Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.<sup>31</sup>

## 5. Kepuasan Anggota

---

<sup>28</sup> Inka Janita Sembiring, Suharyono, Andriani Kusumawati, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan MC Donald’s MT. Haryono Malang), Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.15 No. 1, (Oktober 2014), hal 3.

<sup>29</sup> Kotler dan Amstrong, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid I, Jakarta: Erlangga

<sup>30</sup> Zeithaml V.et al (2009), *Services Marketing Customer Focus Across The Firm*, 5<sup>th</sup> edition, Mc. Grow Hill

<sup>31</sup> Kotler, Philip dan Gery Armstrong, 2014, *Principle Of Marketing*, 15<sup>th</sup> edition, Pearson Pretice Hall, New Jersey.

Kepuasan anggota adalah perasaan senang terhadap kinerja, dan produk yang diberikan oleh Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) kepada anggota yang berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

#### 6. Baitul Mal wat Tamwil (BMT)

Baitul Mal wat Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan yang dioperasionalkan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Hal inilah yang menjadikan BMT memiliki peran dan fungsi strategis di tengah sistem keuangan konvensional. Saat ini keberadaan BMT telah begitu diterima oleh masyarakat terutama bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM).<sup>32</sup>

### I. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesamaan 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 judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produ dan *Customer Value* Terhadap Kepuasan Anggota di BMT NU Cabang Galis Pamekasan, penulis menemukan beberapa tema yang sedikit mirip dengan tema yang penulis teliti diantaranya :

**Tabel 1. 1**

#### **Kajian Penelitian Terdahulu**

---

<sup>32</sup> Neni Sri Iminiyati, *Aspek-Aspek Hukum BMT (Baitul Maal wat Tamwil)*, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 2 Desember 2010), hal 3

No	Nama Penulis Dan Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Sundari, Diah Syifaul A'yuni, Ainun Nur Rofikoh, 2020	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BMT Global Madani Indonesia.	Variabel X1 yang digunakan sama-sama menggunakan tentang kualitas pelayanan dan variabel Y yang digunakan sama-sama kepuasan nasabah/ anggota.	Tidak ada Variablel X2 kualitas Produk, dan tidak ada Varibel X3 customer value	a. Berdasarkan analisis ini dapat disimpulkan ada pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Pengaruh dari kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai berikut : bukti fisik, kehandalan, daya tangkap, jaminan, dan kepedulian terhadap nasabah berpengaruh signifikan terhadap

					kepuasan nasabah. <sup>33</sup>
2.	Alfi Kamilia, 2020.	Service Excellent Dalam Penguatan Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Baitul Maal Wat Tamwil Nuansa	Sama-sama menggunakan objek penelitian di BMT NU Cabang Galis Pamekasan	Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif, dan terdapat perbedaan variabel X dan variabel Y.	a. Tanggapan nasabah terhadap service excellent di KSPP Syariah BMT Cabang Galis yaitu bahwa mayoritas nasabah merasa sangat puas akan pelayanan yang diberikan oleh KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis karena pelayanannya yang dianggap sesuai dan mampu memenuhi

<sup>33</sup> Sundari, Diah Syifaul A'yuni, Muawanah, Ainun Nur Rofikoh, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BMT Global Madani Indonesia", Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah, Vol.02 No.02, (November 2020).

		Umat (BMT NU) Cabang Galis Pamekasan.			kebutuhan nasabahnya. Pelayanan yang diberikan oleh pihak KSP Syariah BMT NU Cabang Galis sangat berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas nasabah, dimana nasabah sebagai penerima pelayanan merasa puas dengan dua system pelayanan diberikan yakni pelayanan di kantor, pelayanan online dan pelayanan antar jemput tabungan. Pelayanan antar
--	--	---	--	--	--

					<p>jemput tabungan disini palig berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sehingga nasabah akan terus loyal pada BMT NU Cabang Galis. Produk tabungan Tabah merupakan produk yang paling banyak diminati oleh para nasabah di KSSP Syariah BMT NU Cabang Galis karena system pelayanannya sangat baik, serta persyaratannya mudah. Produk Tabah ini bisa diambil kapan saja</p>
--	--	--	--	--	---

					sehingga banyak nasabah yang lebih tertarik menggunakan produk Tabah ini di KSSP Syariah BMT NU Cabang Galis. <sup>34</sup>
3.	Sultonil Adim	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pengguna Tabungan Tabah Di	Variabel X1 yang digunakan sama-sama menggunakan tentang kualitas pelayanan, Variabel X2 yang digunakan sama-sama	Tidak ada variabel X3 dan Objek penelitian yang digunakan yaitu KSPPS BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang	a. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pengguna tabungan tabah di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang. Dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (7,422 > 1,968) dan

<sup>34</sup> Alfi Kamilia, "Service Excellence Dalam Penguatan Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Baitul Maal Wat Tamwil Nuansa Umat (BMT NU) Cabang Galis Pamekasan", (Pamekasan, IAIN MADURA, 2020).

		<p>KSPPS BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang</p>	<p>tentang kualitas produk, dan variabel Y yang digunakan sama-sama kepuasan anggota.</p>		<p>taraf signifikansi sebesar <math>0,000 &lt; 0,05</math>.</p> <p>b. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota pengguna tabungan tabah di KSPPS BMT NU Jatm Cabang Camplong Sampang dengan nilai <math>t_{hitung} &gt; t_{tabel}</math> (<math>4,734 &gt; 1,968</math>) dan taraf signifikansi sebesar <math>0,000 &lt; 0,05</math>.</p> <p>c. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan</p>
--	--	---	---	--	---

					<p>(bersama-sama) berpengaruh terhadap kepuasan anggota pengguna tabungan tabah di KSPPS BMT NU Jatim Cabang Camplong Sampang. Dengan nilai <math>F_{hitung} &gt; F_{tabel}</math> (53,9639 &gt; 2,6370) dan taraf signifikansi sebesar <math>0,000 &lt; 0,05</math>. Dan hasil dari koefisien determinasi (<math>R_2</math>) sebesar 0,281 atau yang menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen (kualitas</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>pelayanan dan kualitas produk) dalam mempengaruhi variabel dependen (kepuasan anggota) sebesar 28,1% sedangkan sisanya 71,9% dipengaruhi oleh variabel lain.<sup>35</sup></p>
4.	Muhammad Reza, 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Customer value Terhadap Loyalitas	Variabel X1, X2 dan X3 sama-sama menggunakan variabel tentang kualitas pelayanan, kualitas	Variabel Y yang digunakan yaitu loyalitas nasabah.	a. Variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan customer value memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah

<sup>35</sup> Sultonil Adim, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Anggota Pengguna Tabungan Tabah Di KSPPS BMT NU JATIM CABANG CAMPLONG SAMPANG", (Pamekasan, Institut Agama Islam Madura, Juni 2022).

		<p>Nasabah (studi pada BMT Komunitas Amal Sholeh (KAS), Larangan, Kota Tnggerang).</p>	<p>produk dan customer value.</p>		<p>dengan nilai F hitung <math>18,046 &gt; F</math> table 2,70 dengan tingkat signifikan 0,000 karena tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05.</p> <p>b. Variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. hal ini dilihat dari tingkat signifikan sebesar 0,349, dimana tingkat signifikan <math>0,349 &gt; 0,05</math> yang berarti <math>H_0</math> diterima.</p> <p>c. Variabel kualitas produk (X2) tidak</p>
--	--	--	-----------------------------------	--	---

					<p>berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. hal ini dilihat dari tingkat signifikasi sebesar 0,349, dimana tingkat signifikasi <math>0,098 &gt; 0,05</math> yang berarti <math>H_0</math> diterima.</p> <p>d. Variabel customer value (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. hal ini dilihat dari tingkat signifikasi sebesar 0,001, dimana tingkat signikasi <math>0,001 &lt; 0,05</math> yang</p>
--	--	--	--	--	--

					berarti diterima dan H0 ditolak. e. Variabel yang paling berpengaruh dalam loyalitas nasabah adalah variabel customer value (X3). <sup>36</sup>
--	--	--	--	--	--

Berdasarkan hasil penelitian tersebut secara umum dapat disimpulkan bahwa sudah banyak yang melakukan penelitian tentang pengaruh terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *Customer value* terhadap Kepuasan Anggota. dalam penelitian terdahulu terdapat perbedaan berupa variabel dan objek yang diteliti. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan objek Baitul Maal Wa tamwil (BMT). Dalam penelitian ini menggunakan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) NU Cabang Galis Pamekasan, yang memiliki kelebihan berupa beberapa reward yang diraih oleh BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

Keunikan yang dimiliki oleh peneliti dalam menyusun penelitian dibandingkan dengan keempat peneliti terdahulu adalah belum ada yang melakukan

---

<sup>36</sup> Muhammad Reza, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Customer value Terhadap Loyalitas Nasabah (studi pada BMT Komunitas Amal Sholeh (KAS), Larangan, Kota Tnggerang)*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017)

pengumpulan data wawancara dengan subjek utama yaitu kepala cabang, dan manager BMT NU Cabang Galis Pamekasan dan melakukan dokumentasi langsung ke objek penelitian, namun mereka hanya menggunakan teknik observasi dari media ataupun wawancara dengan subjek yang dapat memberikan informasi mengenai apa yang diteliti. hal ini membutuhkan kecermatan lebih, karena menggunakan interpretasi mereka sendiri. maka, apa yang akan peneliti dalam penelitian ini akan mengisi kekosongan dari keempat yang sudah ada sebelumnya.