

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi suatu bangsa memerlukan pola pengaturan pengelolaan sumber-sumber ekonomi yang tersedia secara terarah dan terpadu serta dapat dimanfaatkan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Masyarakat dapat dikatakan sejahtera jika kondisi perekonomian bangsa tersebut baik. Pada 2016 perekonomian di Indonesia tumbuh membaik, dilihat pada kondisi keuangan dalam neraca pembayaran yang mengalami surplus. Salah satu faktor pemicu kondisi keuangan adalah lembaga – lembaga keuangan baik bank ataupun non bank. Hal tersebut dapat menjadi suatu jembatan untuk meningkatkan perekonomian Indonesia. Lembaga-lembaga keuangan bahu membahu mengelola dan menggerakkan semua potensi ekonomi agar berhasil guna secara optimal.

Kemajuan perekonomian bangsa mengakibatkan tingkat persaingan antar lembaga keuangan menjadi semakin tinggi, sehingga lembaga keuangan yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabah akan memperoleh simpati, karena nasabah telah pandai memilah dan memilih produk mana yang memberikan keuntungan lebih, serta pelayanan yang memuaskan.¹

¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 9

Bank sebagai lembaga intermediasi, menerima simpanan dari nasabah dan meminjamkan kepada nasabah lain yang membutuhkan dana. Dalam lembaga syari'ah tidak terdapat sistem bunga karena prinsip operasionalnya menggunakan bagi hasil. Keberadaan Bank Syari'ah dalam sistem Perbankan di Indonesia sebenarnya telah dikembangkan sejak tahun 1992 sejalan dengan UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan. Namun demikian UU tersebut belum mampu memberikan landasan yang kuat terhadap perkembangan perbankan. Karena belum secara tegas mengatur mengenai pengembangan lembaga keuangan tersebut, melainkan hanya mengenai sistem bagi hasil. Oleh karena itu pada tahun 1998 dilakukan amandemen Undang-undang tentang Perbankan Syariah No.10 tahun 1998 yang berisi tentang peningkatan peranan bank syariah untuk menampung aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Arah kebijakan regulasi ini dimaksudkan agar ada peningkatan peranan bank nasional sesuai fungsinya dalam menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dengan prioritas koperasi, pengusaha kecil, dan menengah serta seluruh lapisan masyarakat tanpa diskriminasi.²

Perkembangan ekonomi syariah mendapat tanggapan yang cukup baik. Maka dari itu, saat ini banyak bermunculan lembaga berbasis nama syariah. Adapun lembaga keuangan yang ada saat ini di Indonesia yang berlabel syariah meliputi Bank Syariah, Koperasi Syariah, Baitul Maal Wa Tanwil, Asuransi syariah, Pegadaian Syariah, dan lain sebagainya. Seiring dengan berkembangannya system syariah, pemerintah mengesahkan

² Undang-undang No. 10 Tahun 1998 dalam <http://hukum.unsrat.ac.id/UU/UU/10/98.htm>, diakses 3 Juni 2019

peraturan yang mengatur tentang syariah yaitu Undang Undang no 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah. Lembaga keuangan syariah yang saat ini mulai berkembang di kalangan masyarakat kecil menengah yaitu Baitul Mal wa Tamwil (BMT). Baitul Mal wa Tamwil (BMT) atau Balai Usaha Mandiri Terpadu, yakni sebuah lembaga ekonomi keuangan mikro syariah yang berintikan Baitul Maal (lembaga amil zakat/non profit) dan Baitut Tamwil (lembaga pembiayaan/profit dan fallah oriented).³ BMT beroperasi mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat, yang dalam prakteknya harus menjauhi hal yang mengandung unsur-unsur riba.

BMT adalah milik masyarakat, yakni didirikan oleh masyarakat sekitar BMT, dikelola oleh masyarakat disekitar BMT dan harus bermanfaat bagi masyarakat dimana BMT berada. BMT bersifat usaha bisnis mandiri yang ditumbuh kembangkan dengan swadaya dan dikelola secara profesional. Aspek Baitul Maal dikembangkan untuk kesejahteraan sosial para anggota, terutama dengan menggalakkan ZISWAF (zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf) seiring dengan penguatan kelembagaan bisnis BMT.

Usaha-usaha mikro menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berdasarkan Islam. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank Islam

³ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, Yogyakarta: UII Press, 2004., hal. 129.

atau BPR Islam. Prinsip operasinya didasarkan atas prinsip bagi hasil, jual beli (ijarah), dan titipan (wadi'ah). Karena itu, meskipun mirip dengan bank Islam, BMT memiliki pangsa pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang mengalami hambatan “psikologis” bila berhubungan dengan pihak bank.⁴

Sejak awal berdirinya BMT, BMT dirancang sebagai lembaga ekonomi. Dapat dikatakan bahwa BMT merupakan suatu lembaga ekonomi rakyat, yang secara konsepsi dan secara nyata memang lebih fokus kepada masyarakat bawah yang miskin dan nyaris miskin. BMT, BMT berupaya membantu pengembangan usaha mikro dan usaha kecil, terutama bantuan permodalan. Untuk melancarkan usaha membantu permodalan tersebut, yang biasa dikenal dengan istilah pembiayaan, dalam khazanah keuangan modern, maka BMT juga berupaya menghimpun dana, terutama yaitu berasal dari masyarakat lokal di sekitarnya. Dengan kata lain, BMT pada prinsipnya berupaya mengorganisasi usaha saling menolong antara warga masyarakat suatu wilayah (komunitas) dalam masalah ekonomi. Sebagian besar BMT, sejak awal memang berbentuk koperasi karena konsep koperasi sudah dikenal oleh masyarakat dan bisa memberi status legal formal yang dibutuhkan. Akan tetapi, ada pula BMT yang pada awalnya hanya bersifat organisasi kemasyarakatan informal, atau komunitas lokal.⁵

Perkembangan BMT semakin marak setelah mendapat dukungan dari YINBUK (Yayasan Inkubasi Bisnis Usaha Kecil) yang diprakarsai oleh MUI

⁴ 3Nurul Huda dan Muhammad Heykal, *Lembaga keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Jakarta: Prenada Media Group, 2010, hal. 363.

⁵ Amin Aziz, *Kegigihan Sang Perintis* Jakarta : MAA Institute, 2007,hal. 6.

dan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI). Hasil riset mencatat jumlah BMT di Indonesia sampai tahun 1999 sebanyak 2080.⁶ Pada tahun 2000, BMT terdaftar di dinas terkait sebanyak 2.938 di 26 provinsi. Dari jumlah itu, 637 (21,68%) di Jawa Barat, 600 (20,42%) di Jawa Timur, 513 (17,46%) di Jawa Tengah dan 165 (5,61%) di DKI Jakarta. Menurut data asosiasi BMT se-Indonesia (ABSINDO), hingga bulan juni 2006, jumlah BMT di Indonesia tercatat sebanyak 3200 BMT dengan asset Rp 2 triliun. Tahun 2007, BMT diperkirakan meningkat menjadi 4000 dengan asset Rp 3 triliun. Bahkan PINBUK, ICMI dan ABSINDO mempunyai target mengembangkan 10.000 BMT di tahun 2010.⁷

Pada tahun 2015 Secara nasional, perkembangan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) sangat signifikan. Pemerintah melalui kementerian koperasi dan UKM menyatakan bahwa perkembangan kinerja BMT telah mencapai asset sebesar Rp. 4,7 trilliun dan jumlah pembiayaan sebesar Rp. 3,6 trilliun pada tahun itu. Dengan perkembangan kinerja tersebut, BMT akan sangat berperan sebagai lembaga keuangan mikro yang mampu menggerakkan sektor riil di masyarakat. Bahkan keberadaan dari BMT juga menjadi alternatif financial inclusion ketika masyarakat tidak mampu mengakses keuangan karena keterbatasan beberapa prasyarat yang harus dipenuhi dalam

⁶ Muhammad, *Bank Syariah analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman*, Yogyakarta : Ekonisia, hal 135

⁷ Lasmiatun, *Perbankan Syariah*, Semarang : LPSDM RA Kartini, 2010, hal. 34

sistem perbankan. Selain itu, BMT lebih bebas menjalankan usahanya di bidang riil karena BMT tidak terikat dengan peraturan perbankan.⁸

BMT bergerak dalam bidang peningkatan ekonomi masyarakat kecil, melalui berbagai kegiatan menghimpun, simpanan atau tabungan dari nasabah yang biasa disebut anggota dan selanjutnya dikembangkan melalui pembiayaan atau penyertaan modal usaha bagi anggota yang lain yang membutuhkan modal usaha. BMT juga menjadi bagian dari Lembaga Amil Zakat yang melakukan kegiatan sosial yang mendorong, menggerakkan dan menghimpun dana masyarakat yang berasal dari Zakat, Infaq, dan Shodaqoh dari para anggota BMT baik dari karyawan BMT maupun nasabah BMT.

Sebagai lembaga keuangan yang resmi, BMT memiliki landasan hukum di Indonesia yang dalam badan hukum seperti koperasi. “BMT berasaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berlandaskan prinsip syariah Islam, keimanan, keterpaduan, kekeluargaan/koperasi, kebersamaan, kemandirian, dan profesionalisme.” Dengan demikian dengan adanya landasan hukum tersebut, BMT menjadi organisasi yang legal sebagai lembaga keuangan syariah yang harus menjalankan organisasi berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Lembaga keuangan syariah di kota Tulungagung menunjukkan perkembangan yang pesat, hal ini di buktikan dengan adanya lembaga keuangan yang membuka kantor baru, cabang,

⁸ Anonim, “Aset BMT Indonesia capai Rp. 4,7 Triliun”, [Http://www.republika.co.id/](http://www.republika.co.id/), diakses pada tanggal 20 September 2019.

maupun cabang pembantu di Tulungagung. Salah satunya adalah lembaga keuangan BMT.

Keberadaan lembaga keuangan bank memiliki sistem dan prosedur yang baku sehingga sangat sulit di jangkau oleh masyarakat lapisan bawah dan kelompok mikro. Dengan prosedur yang panjang dan rumit, pengusaha mikro tidak dapat mengakses sumber pendanaan dari bank. Apabila dilihat di wilayah Tulungagung yang masih mengedepankan usaha mikro atau UMK, maka sangat berpotensi berdirinya lembaga keuangan yang membantu masyarakat menengah mendapatkan modal usaha. Di Tulungagung seluruh BMT di bawah naungan PINBUK, kurang lebih ada tiga belas BMT, salah satunya adalah BMT Pahlawan Tulungagung. BMT Pahlawan Tulungagung memiliki kantor pusat di Jl. R. Abdul Fattah (komplek ruko pasar Soreno. 33) dan memiliki kantor cabang di Cabang Bandung di Ruko Stadion Bandung, Cabang Gondang di Komplek Ruko Stadion Gondang, dan Pokusma di Notorejo. Aset yang dimiliki BMT Pahlawan Tulungagung kurang lebih Rp 31.674.381.467.⁹

Banyaknya persaingan membuat Lembaga Keuangan khususnya BMT menawarkan keunggulan produknya masing-masing. Keunggulan produk ini didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan keinginan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi nasabah. Produk yang ditawarkan BMT Pahlawan Tulungagung yaitu simpanan dan

⁹ Rancangan anggaran tahunan BMT Pahlawan Tulungagung Tulungagung.

pembiayaan, dimana produk pembiayaan meliputi musyarakah dan murabahah.

Tabel 1.1
Perkembangan Anggota BMT Pahlawan

No	Anggota	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
1	Pendiri/Anggota Tetap	61 org	61 org	61 org
2	Penanam Simpoksus	63 org	63 org	63 org
3	Penyimpan/Penabung	10.900 org	12.170 org	12.353 org
4	Penerima Pembiayaan	1.105 org	1.176 org	1.510 org
Total		12.129 org	13.470 org	13.987 org

Sumber: RAT BMT Pahlawan 2018

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwasanya perkembangan jumlah anggota mengalami peningkatan. Dengan kata lain BMT Pahlawan dalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk BMT khususnya produk pembiayaan sudah cukup baik.

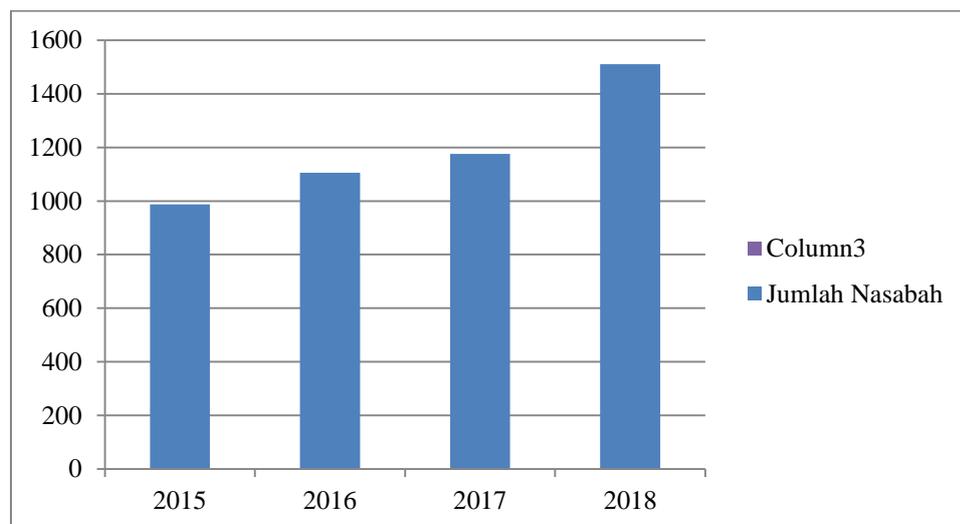
Dengan adanya produk pembiayaan yang ditawarkan, keberadaan BMT Pahlawan saat ini semakin berkembang dan diminati masyarakat sebagai lembaga keuangan alternatif yang dapat dilihat dari jumlah asset di BMT Pahlawan Tulungagung per 31 Desember 2018 mencapai Rp 31.674.381.467,00 (Tiga puluh satu milyar enam ratus tujuh puluh empat juta tiga ratus delapan puluh satu ribu empat ratus enam puluh tujuh rupiah).¹⁰ Selain itu, berkembang BMT Pahlawan Tulungagung juga ditunjukkan dengan peningkatan jumlah anggota produk pembiayaan dari tahun ke tahun.

¹⁰ Rapat Anggota Tahunan *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Pahlawan Tulungagung Tahun 2017

Berikut ini grafik perkembangan jumlah anggota produk pembiayaan per 31 Desember dari tahun 2015-2018.

Grafik 1.1

Jumlah Anggota Produk Pembiayaan BMT Pahlawan Tulungagung Tahun 2015-2018



Sumber: Data BMT Pahlawan Tulungagung

Dari grafik tersebut dapat diketahui bahwa jumlah anggota produk pembiayaan di BMT Pahlawan mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015 anggota produk pembiayaan BMT Pahlawan berjumlah 987 anggota, pada tahun 2016 mengalami kenaikan menjadi 1.105 anggota, pada tahun 2017 jumlah nasabah BMT Pahlawan kembali mengalami kenaikan menjadi 1.176 anggota dan pada tahun 2018 juga mengalami kenaikan jumlah anggota yaitu 1.510 anggota.¹¹

¹¹ Rapat Anggota Tahunan *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Pahlawan Tulungagung Tahun 2017

Melalui grafik peningkatan jumlah anggota produk pembiayaan tersebut menunjukkan bahwa ditengah banyaknya lembaga keuangan yang menawarkan berbagai macam produk pembiayaan, BMT Pahlawan Tulungagung tetap menjadi pilihan bagi anggotanya untuk meminjam dana untuk mencukupi kebutuhan pembiayaan dan adanya peningkatan jumlah anggota produk pembiayaan tersebut mengindikasikan bahwa setiap tahunnya anggota produk pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung semakin meningkat dan akan bagus untuk kelanjutan BMT kedepannya.

Dilihat kondisi saat ini, BMT harus menerapkan sistem pelayanan yang berkualitas tinggi pada seluruh produk dan jasanya. Produk dan jasa yang ditawarkan pada hakekatnya ditujukan untuk pemuasan kebutuhan nasabah di dalam penggunaan keuangannya. Untuk memenuhi hal tersebut BMT harus secara kreatif menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya. Kemudian untuk memenangkan dalam suatu persaingan tidak hanya tentang pemasaran produk yang di unggulkan tapi juga di perlukan strategi yang dapat memikat nasabah.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yng dilakukan oleh Yeni Nur Wakhidah¹² dengan judul “Pengaruh Produk, Pelayanan, Lokai dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Gondang Tulungagung” tahun 2016. Dimana dalam penelitian tersebut juga mengungkapkan bagaimana BMT dituntut

¹² Yeni Nur Wakhidah, *Pengaruh Produk, Pelayanan, Lokai dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Gondang Tulungagung*, Skripsi (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2016).

untuk kreatif dalam menciptakan produk mereka yang nantinya akan berpengaruh pada keputusan untuk menjadi nasabah di BMT tersebut.

Bagi perusahaan dibidang jasa keuangan tidak terlepas dari pemberian pelayanan yang baik bagi nasabah. Pelayanan merupakan penilaian pertama bagi para nasabah. Maka dari itu upaya pengembangan kualitas pelayanan yang diberikan BMT, tidak cukup hanya berlandaskan Undang-undang saja, tetapi juga harus berorientasi pada masyarakat sebagai pengguna jasa. BMT dalam hal pelayanan produk atau jasa yang ditawarkan perlu ditingkatkan karena hal ini mempengaruhi keputusan nasabah agar merasa nyaman dan mudah dalam melakukan transaksi.

Kenyataannya pelayanan yang baik pada akhirnya mampu memberikan kepuasan kepada nasabah, di samping akan mampu mempertahankan nasabah yang ada untuk terus mengkonsumsi atau membeli produk yang ditawarkan, serta akan mampu pula untuk menarik calon nasabah baru. Pelayanan yang optimal juga kan mampu meningkatkan image perusahaan sehingga citra perusahaan di mata nasabah terus meningkat.

Pelayanan pada BMT Pahlawan Tulungagung meliputi bagian *customer service* dan *teller*. *Customer service* yang berperan sangat penting, tugas utamanya memberikan pelayanan dan membina pelayanan. *Customer service* memberikan informasi mengenai produk- produk yang ada di BMT dan meyakinkan para nasabah agar minat dan mau menggunakan produk dari BMT.

Selain itu pelayanan juga di berikan oleh *teller*, *teller* lebih banyak berhubungan kepada nasabah dalam bidang penyetoran dan penarikan uang nasabah. walaupun peran *teller* tidak sama dengan CS, *teller* juga di tuntutan untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap para nasabah. diperlukan kejelian dan respon yang cepat dalam membantu nasabah untuk memberikan pelayanan.

Pelayanan merupakan salah satu hal yang penting untuk menunjang kemajuan lembaga keuangan syariah, begitupun dengan BMT Pahlawan Tulungagung. Allah berfirman dalam Al Qur'an Surat Ali Imran ayat 159

فِيمَا رَحِمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا
 مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Yang artinya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah mapun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.

Berdasarkan ayat di atas, dijelaskan bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada di sampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana

konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

Kemampuan untuk memberikan jasa dengan akurat dan mempunyai wawasan terhadap produk serta bertutur kata dengan keramahan, kesopanan dalam memberikan pelayanan, kemampuan menanamkan kepercayaan nasabah juga merupakan salah satu kualitas pelayanan yang baik. Apabila sebuah lembaga mempunyai kualitas pelayanan yang baik juga akan mempengaruhi kepuasan dari para nasabah itu sendiri. Dengan adanya hal tersebut memungkinkan para nasabah mengajak nasabah lainnya untuk menjadi nasabah di BMT yang sama.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yng dilakukan oleh Nurul Palestiana¹³ dengan judul “Pengaruh Tata Letak, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Produk Tabungan Mudharabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.” tahun 2017. Dimana dalam penelitian tersebut peneliti juga menyatakan betapa pentingnya kualitas pelayanan yang mana akan mempengaruhi keputusan suatu nasabah. BMT dituntut untuk selalu meningkatkan kinerja para

¹³ Nurul Palestiana, *Pengaruh Tata Letak, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Produk Tabungan Mudharabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.*, Skripsi (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2017)

karyawannya dan harus memenuhi standar operasional yang telah dibuat sehingga nasabah ataupun calon nasabah dapat merasa nyaman dan terlayani dengan baik.

Banyak faktor yang mempengaruhi nasabah untuk lebih memilih produk pembiayaan, yaitu dari segi referensi, teman atau kenalan, dari pihak keluarga, beban administrasi, beban angsuran, beban riba, variabel transaksi di lembaga, dan variabel tingkat bagi hasil yang tidak membebankan, serta pelayanan yang ramah dan cepat. Dari faktor variabel produk, yaitu dengan mencari tahu semua hal yang berhubungan dengan produk, misalnya karena produk bermanfaat, produk bervariasi, produk sesuai harapan, dan tingkat margin yang tidak terlalu memberatkan. Faktor pelayanan yaitu dari segi dekorasi kantor, penampilan dari karyawan, pelayanan yang cepat, tepat, dan ramah, serta persyaratan yang mudah.

Minat masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah selalu mengalami peningkatan yang signifikan. Peningkatan tersebut tentunya juga harus diimbangi dengan memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan. Pelayanan yang baik dapat dirasakan dari sikap dan tutur kata, seperti murah senyum, ramah, sopan, pemenuhan sesuai dengan kebutuhan nasabah, dan semua yang diterapkan dengan baik saat melayani nasabah. Apabila pelayanan yang diberikan terus meningkat dan nasabah merasakan kenyamanan dan kepuasan saat bertransaksi di BMT Pahlawan Tulungagung, maka kemungkinan nasabah dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembiayaan di BMT tersebut akan terus meningkat.

Untuk itu, BMT Pahlawan harus mengetahui apa yang dibutuhkan oleh nasabahnya. Sebab, hal utama yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu adalah saat ia sadar akan kebutuhan yang harus dipenuhinya. Jika BMT mengerti akan kebutuhan nasabahnya, BMT dapat memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan yang diharapkan nasabah. Oleh karena itu, lembaga perlu mencermati permintaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan. Selain itu, produk yang dimiliki lembaga juga harus memiliki keunggulan tersendiri yang akan memberikan nilai lebih, agar nasabah lebih memilih produk tersebut dibandingkan produk yang ditawarkan oleh lembaga lain. Sebab, pada umumnya nasabah akan mengalami beberapa tahapan dalam proses pengambilan keputusannya.

Pertama, nasabah akan berusaha untuk mengenali kebutuhannya. Kedua nasabah akan mencari informasi lebih lanjut untuk memenuhi kebutuhannya. Ketiga nasabah akan mengevaluasi beberapa alternatif dari beberapa pilihan yang didapatkannya. Hal ini biasanya berkaitan dengan keunggulan produk, pelayanan yang diberikan, manfaat produk, kemudahan dan lain-lain. Keempat nasabah akan memutuskan untuk memilih alternatif yang dinilai paling sesuai dengan yang dibutuhkan. Manusia adalah makhluk pengambil keputusan. Hampir dalam seluruh kehidupannya, manusia dihadapkan dalam keadaan dimana dia harus mengambil keputusan tentang bagaimana ia memanfaatkan sumber daya yang ada di sekitarnya.¹⁴

¹⁴ Daniel Muhammad Rosyid, *Optimasi: Teknik Pengambil Keputusan Secara Kuantitatif*, (Surabaya: ITS Press, 2009), hal. 1

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lutfi Kurnia Putri¹⁵ dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung” tahun 2019. Dalam penelitian tersebut peneliti memaparkan betapa pentingnya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, seperti kualitas pelayanan dimana nasabah mencari pelayanan yang baik sehingga nasabah ataupun calon nasabah merasa nyaman sehingga dapat mempengaruhi keputusan mereka.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah sebelum mengambil pembiayaan seperti, kualitas pelayanan, keunggulan produk, sistem bagi hasil, akad pembiayaan, lokasi, citra merek, bauran pemasaran, faktor sosial, budaya, kepribadian, dan lain sebagainya. Akan tetapi peneliti memilih untuk meneliti keunggulan produk dan kualitas pelayanan dari sekian banyak produk yang diberikan BMT apakah produk unggulan yang diberikan BMT menjadi pertimbangan keputusan untuk mengambil pembiayaan dan juga dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT juga dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil keputusan dimana kualitas pelayanan yang semakin ditingkatkan oleh pihak-pihak BMT.

Berdasarkan pemaparan di atas, nampaknya kebutuhan, kualitas pelayanan, dan keunggulan produk mempunyai peran yang cukup besar dalam mempengaruhi keputusan anggota dalam melakukan pembiayaan. Oleh

¹⁵ Lutfi Kurnia Putri, *Pengaruh Strategi Pemasaran, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung*, Skripsi (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2019)

karena itu, perlu diadakan sebuah penelitian untuk memperoleh informasi yang jelas disertai bukti ilmiah. Terkait “Pengaruh Keunggulan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung”.

B. Fokus Penelitian

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh keunggulan produk terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung?
3. Apakah keunggulan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan pengaruh keunggulan produk terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung
2. Untuk mendiskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung
3. Untuk mendiskripsikan pengaruh antara keunggulan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung

D. Identifikasi Masalah

Adapun permasalahan yang perlu diidentifikasi dalam penelitian ini adalah terkait dengan Pengaruh Keunggulan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung. Hasil dari penelitian ini adalah dilandasi pada teori-teori yang berkaitan dengan serta penelitian-penelitian yang terdahulu yang berkaitan dan relevan.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan memperkaya khasanah ilmiah secara luas serta sebagai bahan masukan sekaligus tambahan pustaka terutama mengenai pengaruh keunggulan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Lembaga

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan masukan kepada pihak BMT Pahlawan Tulungagung untuk melakukan peningkatan pengelolaan dan pengembangan agar mampu

meningkatkan kualitas BMT Pahlawan Tulungagung sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan sehingga nantinya akan berdampak pada perkembangan BMT Pahlawan sendiri.

b. Bagi Akademis

Manfaat penelitian ini untuk menambah daftar referensi di perpustakaan kampus serta sebagai bahan perbandingan bagi peneliti lain di kemudian hari. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan akan kesamaan teori yang didapat di kampus dengan penerapan di masyarakat yang sebenarnya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Memberikan gambaran dan informasi yang bermanfaat mengenai pengaruh keunggulan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya terutama yang berminat untuk mengkaji tentang “Pengaruh Keunggulan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung.”

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari salah penafsiran dalam penelitian ini, maka perlu adanya ruang lingkup dan keterbatasan yang diambil dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

Agar pembaca mampu memperoleh kesamaan pemahaman mengenai konsep penting yang termuat dalam judul penelitian ini beserta hal-hal yang akan diteliti, maka peneliti akan mengemukakan istilah-istilah yang akan menjadi kata kunci dari judul penelitian ini. Definisi secara konseptual yang dimaksud dengan pengaruh keunggulan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung adalah :

a. Keunggulan Produk

Keunggulan Produk merupakan kekuatan barang atau jasa yang dibuat atau nilainya lebih utama daripada yang lain.¹⁶ Keunggulan Produk yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah setiap tawaran barang/jasa yang diberikan BMT Pahlawan Tulungagung dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.

b. Kualitas Pelayanan

Pengertian pelayanan dalam konteks Perbankan Syariah ialah memberikan pelayan sesuai dengan standar prosedur pelayanan yang ada, dan harus dengan SALAM (Senyum Amanah Luwes Antusias Melayani) baik dalam memberikan penjelasan produk maupun complain nasabah.

c. Keputusan

¹⁶ Ibid., hal.269

Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternative, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

d. Nasabah

Nasabah adalah orang yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman kepada pihak bank/pelanggan.¹⁷ Nasabah yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berhubungan langsung dengan BMT Pahlawan Tulungagung.

2. Definisi Operasional

Penegasan operasional merupakan pelekatan arti pada suatu variable dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variable. Variable penelitian ini terdiri dari dua macam, yaitu variable terikat (Y) dan variable bebas (X). Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

- a. Keunggulan produk yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan kemampuan sebuah produk yang memiliki suatu perbedaan yang lebih baik dari pada para pesaing. Serta produk yang diunggulkan dari BMT dapat mengetahui seberapa besar respon konsumen mengenai keputusannya menggunakan produk tersebut. Produk yang diunggulkan dari BMT yaitu BBA (Bai' bi Tsaman 'Ajil), Mudhorabah, Murobahah Plus, dan Murobahah Murni.

¹⁷ Ibid., hal.177

- b. Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan tingkat baik buruknya suatu program dalam perihal tata cara melayani nasabah pada BMT dan seberapa jauh kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka peroleh. Indikator dari kualitas pelayanan yaitu keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati, dan berwujud.
- c. Keputusan menjadi nasabah melihat dari pengambilan keputusan yang diambil dari penilaian nasabah mengenai suatu produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang didapat oleh nasabah pembiayaan

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan penulisan skripsi ini, serta memudahkan pemahaman maka penulisan skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

Bagian awal, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, prakata, halaman daftar isi, halaman tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

Bagian utama (inti), terdiri dari:

BAB I. PENDAHULUAN

Pendahuluan, terdiri dari: latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan

penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi.¹⁸

BAB II. LANDASAN TEORI

Pembahasan tentang variabel pertama yaitu keunggulan produk, dan variabel kedua yaitu kualitas pelayanan, dan juga variabel ketiga yaitu keputusan menjadi nasabah pembiayaan, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian. Kaitannya bab kedua ini dengan bab pertama yaitu pada bab ini menjelaskan mengenai teori dari berbagai variabel yang tercantum dalam judul sehingga dapat menjadi acuan untuk bab selanjutnya.

BAB III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variabel penelitian, skala pengukurannya, metode pengumpulan data dan instrumen penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV. HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis). Dalam bab keempat ini berisi tentang paparan data atau hasil data yang

¹⁸ Tim Penyusun buku panduan FEBI IAIN Tulungagung, *Pedoman Penyusunan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Tulungagung*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 201) hal 26.

disajikan dalam sebuah pertanyaan-pertanyaan atau sebuah pernyataan-pernyataan penelitian dan analisis data. Paparan tersebut diperoleh dari pengamatan, wawancara dan deskripsi informasi lainnya. Sehingga dalam bab ini merupakan penyajian paparan data dari lapangan yang telah disusun sedemikian rupa yang meliputi keunggulan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung. Dan penulis ini juga akan memberikan pemaparan atau analisis mengenai hasil dari penelitian.

BAB V. PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang pembahasan data penelitian dan hasil analisis data. Dan juga kaitannya dengan latar belakang maupun fokus penelitian dan teori yang ada.

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan pernyataan singkat dan tepat yang disarikan dan hasil penelitian dan pembahasan untuk membuktikan kebenaran temuan atau hipotesis dan terkait dengan rumusan masalah atau tujuan penelitian. Sedangkan, saran dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti, ditujukan karena para pengelola obyek dan atau subyek penelitian atau kepada peneliti dalam bidang sejenis,

yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian yang sudah dilaksanakan. Saran merupakan suatu implikasi dari hasil penelitian sehingga keberadaannya harus relevan dengan kegunaan penelitian.¹⁹

Bagian akhir, terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

¹⁹ *Ibid*, hal 35.