

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri perbankan syariah, khususnya yang berbasis pada koperasi seperti BMT, telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Persaingan yang semakin ketat di antara lembaga keuangan syariah menuntut setiap BMT untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan serta produknya guna menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu produk unggulan yang ditawarkan oleh banyak BMT adalah produk tabungan (Fordaus, 2021). Produk tabungan Simpananqu, misalnya, dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan produk simpanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Namun, keberhasilan produk ini dalam menarik dan mempertahankan nasabah sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan.

Menurut Kotler (2002:83) mengatakan bahwa pelayanan yaitu semua perbuatan dan kenyataan harus dengan dibagikan pada sebuah nasabah kenasabah yang lainnya, pada halnya jika tidak diwujudkan dan tidak melakukan kesuatu pemilik ataupun pada suatu pelayanan ialah pihak produsen pada suatu syarat yang mampu mewujudkan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan mewujudkan tercapainya terhadap konsumen tersebut (Dasopang & Rokan, 2022).

Syukron (2014:179) mengatakan bahwa penyedia jasa harus memiliki kualitas tinggi. Kualitas suatu produk atau layanan dapat didefinisikan sebagai semua karakteristik dan sifatnya yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Handoko (2016: 54), "Kualitas Pelayanan" didefinisikan sebagai upaya untuk mendapatkan tenaga kerja yang profesional yang memenuhi syarat untuk posisi tersebut. Ini memerlukan pembinaan yang seimbang, yang mencakup kegiatan perencanaan, pengorganisasian, penggunaan, dan pemeliharaan tenaga kerja agar mereka dapat melakukan tugas dengan efektif dan efisien (Imamah et.al, 2021).

Reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar adalah keputusan. Ini dilakukan dengan mengevaluasi semua solusi yang mungkin, serta konsekuensinya. Setiap keputusan akan membuat keputusan terakhir, termasuk tindakan atau pendapat. Ini semua bermula ketika kita perlu melakukan sesuatu tetapi tidak tahu caranya. Dengan demikian, keputusan dapat dianggap rasional atau irrasional, dan dapat didasarkan pada asumsi yang kuat atau lemah (Sari, et.al, 2021).

Dalam hal mencari keuntungan dan pelayanan masyarakat perbankan syariah mempunyai kesamaan dengan sistem perbankan konvensional. Namun keduanya memiliki perbedaan dalam hal sistem balas jasa yang diberikan kepada para nasabah. Dengan berpegang pada prinsip-prinsip balas jasanya masing-masing, Kedua sistem perbankan ini bersaing bebas dalam pasar uang dimana jutaan nasabah

diperebutkan dengan berbagai strategi. Persaingan dalam bisnis perbankan yang semakin ketat mendorong para pelaku bisnis menciptakan atau menyediakan produk-produk yang inovatif sehingga dapat memberikan hal yang menarik bagi para pelanggannya, dukungan teknologi menjadi pilihan agar penciptaan produk menjadi bermutu tinggi, pelayanan yang baik dan kemudahan bagi pelanggan dapat terwujud. Penerapan teknologi informasi menjadi salah satu faktor penentu keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis yang semakin tajam

Tabel 1. 1 Data Nasabah Tabungan Simpananqu

Tahun	Jumlah Nasabah	Nominal
2022	6.188	RP 17.504.771.252
2023	7.752	RP 21.825.664.677
2024	9.792	RP 27.885.851.643

Sumber: rekap jumlah penyimpan simpananqu di BMT Al-Bahjah

Merujuk tabel 1.1 terlihat bahwa peningkatan nasabah produk Simpananqu BMT Al-Bahja flektuatif, namun memiliki tren naik. Secara akumulasi, peningkatan jumlah nasabah dari bulan desember 2022 sampai september 2024 adalah 21% positif, artinya terjadi pertumbuhan minat auntuk menguji apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan menabung, dengan menjaikan nasabah BMT Al-Bahja sebagai subjeknya.

Perkembangan lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) selama sepuluh tahun ini tercatat paling menonjol dalam dinamika keuangan

syariah di Indonesia. Berbagai LKMS tersebut lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan sebutan Baitul Mall wa Tamwil (BMT). Masing-masing BMT biasa memiliki nama, yang diperlihatkan pada papan nama dan identitas lainnya. Ada LKMS yang menyebut diri sebagai Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS), dan yang secara lengkap menyatakan diri sebagai KJKS BMT dengan nama tertentu. BMT pada umumnya memiliki dua latar belakang pendirian dan kegiatan yang hampir sama kuatnya, yakni sebagai lembaga keuangan mikro dan sebagai lembaga keuangan syariah. Mereka memang belum diketahui secara luas oleh masyarakat, serta masih melayani kelompok masyarakat yang relatif homogen dengan cakupan geografis yang sangat terbatas. Perkembangan pesat dimulai pada tahun 1995. Pada tahun 2010, telah ada sekitar 4.000 BMT yang beroperasi di Indonesia. Beberapa diantaranya memiliki kantor layanan lebih dari satu. Jika ditambah perhitungan faktor mobilitas yang tinggi dari para pengelola BMT untuk menjemput bola memberikan layanan di luar kantor, maka sosialisasi keberadaan BMT telah bersifat aktif (Habibulloh, 2022)

BMT tersebut diperkirakan melayani nasabah, yang sebagian besar bergerak dibidang usaha mikro dan usaha kecil. Cakupan bidang usaha dan profesi dari mereka yang dilayani sangat luas. Mulai dari pedagang sayur, penarik becak, pedagang asongan, pedagang kelontongan, penjahit rumahan, pengrajin kecil, tukang batu, petani, peternak, sampai dengan kontraktor dan usaha jasa yang relatif modern. Potensi untuk berkembang lebih pesat di masa yang akan datang masih sangat besar.

Namun masih banyak kendala dan tantangan dalam operasional BMT. Faktor utama yang membedakan untuk perusahaan-perusahaan jasa adalah kualitas pelayanan pelanggan. Para pelanggan semakin piawai dalam permintaan mereka dan semakin menuntut standar layanan yang lebih tinggi kualitasnya. Banyak perusahaan jasa besar telah terjaga dari kebutuhan untuk perbaiki layanan pelanggan guna bersaing dalam lingkungan jasa yang sangat kompetitif saat ini (Zulianto, et,al, 2024).

Dalam literatur pemasaran, layanan pelanggan seringkali dilihat sebagai dari unsur bauran pemasaran place dan dikaitkan dengan komponen distribusi dan logistik dari unsur tersebut. Pandangan ini mengenai pelayanan pelanggan sebagai hasil fungsi distribusi dan logistik berupa menjelaskan signifikansinya dalam hal cara jasa disampaikan dan sejauh mana pelanggan puas, khususnya dalam konteks reliabilitas dan kecepatan penyampaian (Rahfizah, 2020).

Kualitas pelayanan menjadi faktor krusial dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Dalam era digitalisasi seperti saat ini, nasabah mengharapkan pengalaman perbankan yang seamless dan personal. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang buruk dapat menyebabkan nasabah berpindah ke lembaga keuangan lain (Roberto, 2020).

Kualitas Pelayanan dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan bersaing dan menentukan keberhasilan serta kualitas perusahaan. Semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan dimata

pelanggan berarti semakin tinggi pula tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan yang dicapai dan begitu pula sebaliknya (Yusuf, et.al, 2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menabung. Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap nasabah sehingga dapat menarik nasabah agar menabung, yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Muhimatul, 2018)

Berdasarkan hasil studi menunjukan bahwa masih terdapat beberapa BMT yang belum mampu mengembangkan produk tabungan yang benar-benar memenuhi kebutuhan nasabah, terutama dalam hal fitur digital dan kemudahan akses. Kualitas produk juga menjadi penentu penting dalam pengambilan keputusan nasabah. Produk tabungan yang inovatif, fleksibel, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah akan semakin diminati (Ahmad et al, 2021). Kualitas produk suatu bank yang memenuhi atau melebihi harapan nasabah, akan berakibat pada diterimanya produk tersebut oleh nasabah dan akan memudahkan nasabah dalam pengambilan keputusan menabung, maka kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Muhimatul, 2018). Kualitas produk adalah salah satu faktor dalam mempengaruhi keputusan nasabah tabungan mudharabah, dikarenakan apabila produk itu berkesan maka akan meningkatkan jumlah nasabah yang akan membuka tabungan (Marfuatin, 2022)

Menurut (Faruq & Jennah, 2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan

menabung nasabah pada produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong, masih terdapat ruang untuk eksplorasi lebih lanjut dalam konteks lembaga keuangan syariah lainnya, khususnya di BMT Al-Bahja.

Berdasarkan konsep teori yang telah dipaparkan, fenomena di lapangan dan research gap di atas menjadikan pembahasan ini menjadi menarik untuk diteliti. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN SIMPANANQU DI BMT AL-BAHJA”**.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

B. Identifikasi Masalah

1. Kurangnya pemahaman nasabah mengenai produk tabungan seperti nasabah belum mengetahui secara jelas tentang fitur, manfaat, dan keunggulan produk tabungan.
2. Kualitas pelayanan yang kurang optimal seperti sikap petugas yang kurang ramah, proses pelayanan yang lambat atau minimnya pengetahuan petugas tentang produk tabungan.
3. Keterbatasan inovasi produk seperti persaingan produk tabungan lainnya
4. Perbedaan kualitas produk dibandingkan dengan produk tabungan lain.
5. Kurangnya promosi dan sosialisasi produk menyebabkan rendahnya minat dan pemahaman nasabah

C. Batasan Masalah

Mengingat banyaknya permasalahan yang ditemukan, maka perlu ada pembatasan masalah agar peneliti dapat berkonsentrasi pada masalah yang ingin diteliti. Penelitian ini akan berkonsentrasi pada variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk.

D. Rumusan Masalah

Sesuai dengan judul yang disertai dengan latar belakang dan juga sudah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan, antara lain:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah menggunakan produk tabungan simpananqu di BMT al bahja?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah menggunakan produk tabungan simpananqu di BMT al bahja?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang di uraikan sebelumnya maka yang menjadi tujuan dalam penelitian adalah.

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan nasabah menggunakan produk tabungan simpananqu di BMT Al Bahja
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap pengambilan keputusan nasabah menggunakan produk tabungan simpananqu di BMT Al Bahja

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, diantaranya:

1. Bagi pembaca

Memberikan informasi tambahan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya para pegawai atau karyawan dan pihak-pihak yang bersangkutan tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi keputusan menabung.

2. Bagi akademisi

a. Dapat memberikan manfaat berupa tambahan kepuasan/referensi mengenai masalah seputar kualitas produk, kualitas pelayanan dan keputusan menabung.

b. Untuk menambah khazanah keilmuan dan wawasan bagi masyarakat umum, bagi organisasi dan perusahaan yang memperhatikan masalah mengenai pengaruh apa saja yang menjadikan keputusan nasabah untuk menabung.

3. Bagi penulis

a. Sebagai sarana untuk pengembangan ilmu yang didapat pada waktu dibangku perkuliahan dan penerapan dalam praktik yang nyata

b. Menyelesaikan salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana

G. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang jelas dan mudah dalam memahami penulisan penelitian ini, maka penulis akan memberikan gambaran singkat mengenai permasalahan yang akan dibahas dengan sistematika penulisan yang akan penulis susun mencakup 5 (lima) bab substansi meliputi:

BAB I : Pada bab ini, akan diuraikan latar belakang masalah yang menjelaskan alasan dan motivasi penelitian, selanjutnya rumusan masalah sebagai inti dari penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan tujuan dan manfaat penelitian. Sedangkan penutup untuk bab 1 yaitu sistematika pembahasan untuk mengetahui arah dari penelitian yang dilakukan.

BAB II : Pada bab ini akan dijelaskan mengenai telaah pustaka yang dijadikan sebagai referensi. Kemudian menyampaikan teori yang melandasi penelitian ini, meliputi: teori kualitas pelayanan, teori kualitas produk dan pengambilan keputusan.

Bab III : Pada bab ini, akan dipaparkan mengenai cara atau teknik yang akan digunakan dalam penelitian meliputi: hipotesis, jenis dan desain penelitian, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian

Bab IV : Pada bab ini diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

Bab V : Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**