

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga Keuangan Mikro Syariah merupakan lembaga keuangan mikro yang berdiri berdasarkan prinsip-prinsip dalam Islam serta berlandaskan dengan syariah Islam. Pada saat ini Lembaga Keuangan Mikro Syariah sangat menjadi kepedulian masyarakat banyak, diantara maraknya lembaga keuangan berbasis konvensional. Di Indonesia sendiri perkembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah sangat pesat hal ini ditandai dengan perkembangan Baitul Maal Wattanwil di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir yang juga mengalami peningkatan¹.

Baitul Maal Wattamwil dibentuk pada tahun 1984 oleh mahasiswa Institut Negeri Bandung. Dan berhasil menjadi salah-satu alternatif pemulihan perekonomian di Indonesia pada saat terjadi krisis ekonomi di tahun 1997. Perkembangan BMT sangat pesat dari awal pembentukannya hingga beberapa tahun terakhir². Menurut perkiraan Pusat Inkubasi Usaha Kecil (PINBUK)³ pada pertengahan tahun 2006 jumlah di Indonesia mencapai 3.200 BMT dengan jumlah nasabah sebanyak 3 juta orang. Pusat Inkubasi Usaha Kecil juga mengatakan bahwasanya pada tahun 2010 BMT di Indonesia berpotensi tumbuh sekitar 1000-2000 BMT dengan estimasi nasabah 10 juta orang.

¹ Murtiadi Awaluddin, *Implementasi Manajemen Risiko Pembiayaan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS)* (Gowa: Alauddin University Press, 2020), 9.

² Muslim Tanjung dan Arina Novizas, "Eksistensi Baitul Mal Wa Tamwil (Bmt) Dalam Perekonomian Islam," *Jurnal Magister Ilmu Hukum* 3, no. 1 (2018): 28.

³ Fadillah Mursid, "Kebijakan Regulasi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Di Indonesia," *Jurnal NURANI* 18, no. 2 (2018): 9–10.

Ditahun 2013 jumlah BMT yang ada di Indonesia mengalami kenaikan sebanyak 5.500 unit⁴. Sedangkan pada tahun 2014 dilansir dari Kementrian Koperasi dan UMKM yang merujuk dari data bahwasanya jumlah BMT yang memiliki badan hukum koperasi untuk sub-unit koperasi Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS) sebanyak 2.104 dan Sub-unit Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) sebanyak 1.032, dengan aset kekayaan senilai Rp 4,02 triliun atau sekitar 5,4% dari total asset koperasi yang ada di Indonesia.

Di tahun 2015 perkembangan BMT sangat pesat terbukti angka koperasi di Indonesia ikut meningkat yaitu mencapai 150.233 koperasi dimana sebagian besar merupakan BMT⁵. Hingga pada tahun 2018 menurut update data KNEKS⁶ jumlah BMT yang tersebar di Indonesia yaitu mencapai 4.500 BMT. Ditahun 2019 hingga tahun 2022 jumlah BMT yang ada di Indonesia tidak diketahui pasti, hal ini dikarenakan beberapa BMT yang ada di Indonesia tidak lagi aktif dalam melakukan transaksi, penyebabnya karena terjadi pandemi Covid-19 yang menyebabkan beberapa lembaga keuangan mengalami kebangkrutan.

⁴ Abdul Roni, Inas Khairunnisa, dan Muhammad Mukhsin, "Strategi Keberlanjutan Baitul Maal Wattamwil Di Kota Yogyakarta Dengan Metode Anamytical Network Process," *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8, no. 1 (2022): 100.

⁵ Fadillah Mursid, "Kebijakan Regulasi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Di Indonesia," *Jurnal NURANI* 18, no. 2 (2018): 9–10.

⁶ Tim Kemenko Perekonomian RI, "Dukung Inklusi Keuangan, Baitul Maal wa Tamwil (BMT) Sinergi dengan Industri Keuangan Syariah - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia," dalam <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3141/dukung-inklusi-keuangan-baitul-maal-wa-tamwil-bmt-sinergi-dengan-industri-keuangan-syariah>, diakses tanggal 28 September 2022.

Namun jika dilihat dari jumlah koperasi yang ada di Indonesia, menurut data BPS mengalami penurunan drastis dibandingkan tahun 2016 yang sempat mencapai angka 151.170 koperasi, namun ditahun 2018 turun drastis ke angka 126.343. Di tahun 2019 jumlah koperasi yang ada di Indonesia semakin mengalami penurunan yaitu jumlahnya sebanyak 123.048 koperasi. Ditahun 2020 kembali naik yaitu sebanyak 127.124 koperasi, dan ditahun 2021 kenaikan jumlah koperasi di Indonesia tidak begitu signifikan karena hanya naik sebanyak 127.784 koperasi. Hingga pada tahun 2022 jumlah koperasi di Indonesia berhasil naik sebanyak 130.035 koperasi.

Menurut data BPS dari sebagian jumlah koperasi yang ada di Indonesia dari tahun 2018, 2019, 2020, 2021, dan 2022 sebagian besar adalah koperasi berbasis Baitul Maal Wattamwil, namun tidak diketahui pasti jumlah BMT dalam lima tahun terakhir. Akan tetapi menurut Ibu Sri Mulyani selaku Menteri Keuangan pada wawancaranya ditahun 2021 mengatakan bahwasanya jumlah keseluruhan BMT yang ada di Indonesia pada tahun 2021 sebanyak 4.500 BMT⁷.

Baitul Maal Wattamwil sendiri merupakan Lembaga Keuangan Mikro syariah dengan sistem pengoperasian bagi hasil dimana tujuannya yaitu merangkul semua bisnis mikro kecil dan menengah untuk tumbuh dan berkembang. Sasaran BMT yaitu rakyat kecil, untuk itu kegiatan BMT mengembangkan usaha-usaha kecil untuk menjadi lebih produktif dan juga berusaha dalam membantu meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil

⁷ Michelle Natalia, "RI Punya BMT Terbanyak di Dunia, Sri Mulyani: Bisa Bantu Hindari Krisis," dalam, <https://www.idxchannel.com/syariah/ri-punya-bmt-terbanyak-di-dunia-sri-mulyani-bisa-bantu-hindari-krisis> diakses tanggal 16 Mei 2023.

dengan memberikan mereka pinjaman modal lewat produk pembiayaan⁸. BMT memiliki banyak produk untuk ditawarkan kepada masyarakat. Salah satunya yaitu produk gadai emas. Salah-satu BMT yang ada di Indonesia yang memiliki produk Rahn yaitu KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama.

Produk rahn di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama ini sama halnya dengan produk gadai emas di lembaga keuangan lain. Namun yang membedakan disini hanya ketentuan besaran pinjaman yang diberikan yaitu 95% dan untuk jangka waktu pinjaman yaitu 4 bulan dan 3 kali perpanjang. Dalam biaya operasional pihak KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep menggunakan biaya taksir dimana biaya tersebut di tanggung oleh mitra. Untuk biaya perawatan emasnya sendiri sebesar Rp 6 untuk setiap kelipatan Rp 10.000 dari harga emas tersebut⁹.

Di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama, tidak menggunakan istilah nasabah dalam penyebutan konsumen mereka, tetapi menggunakan sebutan anggota dan penabung untuk produk tabungan sedangkan konsumen yang menggunakan produk pembiayaan disebut dengan mitra. Untuk itu nasabah yang menggunakan produk Pembiayaan Rahn disebut dengan mitra¹⁰. Adapun perkembangan mitra yang menggunakan produk Rahn di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama dari tahun 2017-2022 sebagai berikut :

⁸ Muhammad Subhan, *Strategi Pemasaran Baitul Maal wat Tamwil* (NTB: CV. Alliv Renteng Mandiri, 2021), 61.

⁹ BMT NU, "Produk KSPPS BMT NU JATIM," dalam <https://bmtnujatim.com/>, diakses tanggal 28 September 2022.

¹⁰ Wawancara dengan Ahmad Kurniawan, Tanggal 1 Oktober 2022 di Kantor KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep.

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2017	9.264
2	2018	9.596
3	2019	9.885
4	2020	10.185
5	2021	10.510
6	2022	10.878

Tabel 1. Jumlah Perkembangan Mitra yang Menggunakan Produk Pembiayaan Rahn Emas di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep Tahun 2017-2022

Sumber: Data Primer diolah Penulis, 2022 ¹¹.

Jika disimpulkan dari tabel 1 diatas jumlah mitra rahn mengalami kenaikan setiap tahunnya. Namun walaupun jumlah mitra produk pembiayaan Rahn Emas mengalami kenaikan setiap tahunnya, kompotitor atau persaingan antar lembaga keuangan tidak dapat dihindari. Hal tersebut menjadi ancaman tersendiri bagi KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep. Untuk itu pihak KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep, harus mempertahankan mitra mereka agar tidak beralih ke lembaga keuangan lain. Banyaknya Lembaga Keuangan yang memiliki produk Gadai Emas, membuat kebanyakan masyarakat mempertimbangkan terlebih dahulu lembaga mana yang memberikan pinjaman lebih baik. Salah-satu pertimbangan yang paling dipertimbangkan oleh nasabah yaitu nilai taksir.

Nilai taksir merupakan nilai yang diberikan kepada nasabah sebagai acuan dalam memberikan pinjaman dan juga dijadikan sebagai acuan dalam meminimalisir terjadinya resiko jika terjadi pembiayaan bermasalah¹².

Semakin tinggi nilai taksir yang diberikan oleh suatu lembaga keuangan

¹¹ Wawancara Izanatul Fithonah, Tanggal 1 Oktober 2022 di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama.

¹² Siti Maimunah, *Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi Dan Pelayanan Pegadaian Terhadap Pengembalian Pembiayaan Barang Gadai Emas Di Unit Cabang Pegadaian Syariah Ngaliyan Square Semarang* (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2017), 5.

semakin berminat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas. Nilai taksir menjadi pertimbangan tersendiri bagi nasabah dalam menggunakan produk Gadai Emas karena nasabah menyesuaikan dengan kebutuhan atas uang yang mereka pinjam¹³.

Selain nilai taksir yang menjadi pertimbangan nasabah dalam menggunakan produk Gadai Emas yaitu promosi. Promosi sendiri merupakan alat atau upaya suatu perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa mereka kepada publik. Tujuan promosi yaitu untuk memberikan informasi terkait produk atau jasa yang mereka jual¹⁴. Dalam dunia lembaga keuangan promosi bertujuan untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan produk yang ada di lembaga keuangan tersebut dan juga bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah. Semakin sering pihak lembaga keuangan melakukan promosi semakin banyak juga masyarakat yang mengetahui mengenai produk dalam lembaga tersebut. Untuk itu promosi juga tergolong dalam faktor yang dapat mempengaruhi suatu minat nasabah dalam menggunakan produk di lembaga keuangan terutama pada produk Gadai Emas¹⁵.

Selain nilai taksir dan promosi yang menjadi pertimbangan minat suatu nasabah dalam menggunakan produk di lembaga keuangan terutama produk Gadai Emas adalah *service excellent* atau layanan prima. Layanan

¹³ Ayu Seftiani, *Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-Biaya, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Pada Pegadaian Syariah KCP Raden Intan)* (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2018), 8.

¹⁴ Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020), 267.

¹⁵ Taslim, *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2018), 3.

prima merupakan pelayanan yang terbaik yang diberikan kepada konsumen. Disebut dengan pelayanan terbaik karena pelayanan prima sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku¹⁶. Dalam dunia lembaga keuangan *service excellent* sangat penting diterapkan guna memberikan kepuasan terhadap nasabah, sehingga nantinya nasabah merasa diperhatikan oleh pihak layanan. *Service excellent* yang diterapkan dengan baik akan mempengaruhi kepuasan dan kesetiaan nasabah, untuk itu *service excellent* dapat dijadikan alat dalam memenangkan persaingan antar lembaga keuangan.

Untuk itu ketiga variabel tersebut dipilih dalam penelitian ini karena baik nilai taksir, promosi, dan *service excellent* memiliki peran tersendiri dalam mempengaruhi minat mitra menggunakan produk Rahn Emas. Sedangkan minat sendiri dalam bahasa diartikan sebagai suatu kesukaan atau keinginan. Minat juga dapat didefinisikan sebagai suatu ketertarikan terhadap objek tertentu. Sedangkan minat menjadi nasabah atau mitra sering diasumsikan sebagai minat beli dimana diartikan sebagai komponen dari perilaku mengonsumsi suatu barang atau jasa¹⁷.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti lain, perbedaan dalam penelitian ini terletak di variabel *service excellent* yang biasanya diuji dengan kepuasan nasabah, dalam penelitian ini diuji terhadap minat mitra. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *SEM-PLS* dengan bantuan aplikasi *Smart-PLS*, sedangkan

¹⁶ Novianty Djafri, *Manajemen Pelayanan (Berbasis Revolusi Mental)* (Gorontalo: Ideas Publishing, 2018), 9.

¹⁷ Dian Purwaningsih, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah* (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2016), 26.

penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Yang menjadi keunikan dalam penelitian ini yaitu objek penelitiannya di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep, sedangkan penelitian terdahulu lebih banyak dilakukan di perbankan syariah.

Untuk itu berdasarkan penjelasan sebelumnya terkait latar belakang judul penelitian, teori-teori yang telah disampaikan sebelumnya, dan penjelasan terkait variabel-variabel yang diduga dapat mempengaruhi minat mitra dalam menggunakan produk Rahn Emas, peneliti mengambil keputusan dalam penelitian ini yaitu menggunakan judul “ **Pengaruh Nilai Taksir, Promosi, dan *Service Excellent* Terhadap Minat Mitra dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Rahn Emas di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep** “.

B. Identifikasi Masalah

Dilihat dari penjabaran latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Produk Rahn Emas merupakan produk yang paling diminati di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama, sehingga perlu diketahui apakah ketiga variabel dalam penelitian ini menjadi pengaruh terhadap minat mitra dalam menggunakan produk Rahn Emas, sehingga produk Rahn Emas menjadi salah-satu produk yang paling diminati di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama.

2. Jumlah mitra pengguna Rahn Emas setiap tahunnya mengalami peningkatan, hal ini dibuktikan dengan data jumlah mitra Rahn Emas tahun 2017-2021 yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya, hal ini bisa menjadi salah-satu tumbuhnya masalah positif yang harus di gali lebih dalam penelitian.
3. Banyaknya kompotitor atau pesaing lembaga keuangan lain yang juga memiliki produk pembiayaan yang sama serta lokasi yang berdekatan dengan KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama, hal ini dapat menyebabkan pertimbangan bagi masyarakat dalam menggunakan produk Rahn Emas di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama.
4. Kebanyakan masyarakat sebelum menggunakan produk Rahn Emas di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama mempertimbangkan lembaga mana yang paling banyak memberikan pinjaman, selain itu masyarakat juga mencari tahu terlebih dahulu mengenai informasi produk yang akan mereka gunakan, serta mereka juga lebih suka memilih lembaga keuangan yang memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik kepada nasabahnya. Untuk itu ketiga variabel tersebut, yaitu nilai taksir, promosi, dan *service excellent* sangat tepat digunakan dalam penelitian ini.

C. Pembatasan masalah

Pembatasan masalah merupakan batas masalah penelitian yang akan dilakukan agar penelitian tetap sesuai dengan tujuan awal penelitian, dan tidak membahas hasil penelitian kemana-mana yang akan menyebabkan hasil

dalam penelitian menjadi berantakan tidak mendapatkan jawaban sebenarnya. Untuk itu jika dilihat dari identifikasi masalah, pembatasan penelitian dalam penelitian ini yaitu :

1. Difokuskan terhadap tiga variabel eksogen yaitu nilai taksir, promosi, dan *service excellent*. Serta satu variabel endogen yaitu minat mitra.
2. Difokuskan pada 100 responden pengguna produk pembiayaan Gadai Emas di KSSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama.
3. Difokuskan untuk mengetahui apakah nilai taksir, promosi, dan *service excellent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mitra dalam menggunakan produk Rahn Emas di KSSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama.
4. Difokuskan pada teknik pengolahan data menggunakan *SEM-PLS* dengan olah data menggunakan aplikasi *SmartPLS*.
5. Difokuskan untuk menjelaskan atau menginterpretasikan hasil penelitian terkait pengaruh nilai taksir, promosi, dan *service excellent* terhadap minat mitra dalam menggunakan produk gadai emas di KSSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama, dengan penelitian terdahulu, teori yang ada, dan hasil wawancara yang telah dilakukan. Sehingga hasil yang diinginkan dalam penelitian ini terjawab dengan sempurna.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah nilai taksir berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mitra dalam menggunakan produk pembiayaan Rahn Emas di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep ?
2. Apakah promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mitra dalam menggunakan produk pembiayaan Rahn Emas di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep ?
3. Apakah *service excellent* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mitra dalam menggunakan produk pembiayaan Rahn Emas di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dilihat dari rumusan masalah yang ingin diteliti, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini oleh peneliti yaitu :

- a. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya nilai taksir terhadap minat mitra dalam menggunakan produk pembiayaan Rahn Emas di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep secara positif dan signifikan.
- b. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya promosi terhadap minat mitra dalam menggunakan produk pembiayaan Rahn Emas di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep secara positif dan signifikan.

- c. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya *service excellent* terhadap minat mitra dalam menggunakan produk pembiayaan Rahn Emas di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep secara positif dan signifikan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

a. Kegunaan Teoritik

Dalam penelitian ini memiliki manfaat yaitu untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pemasalahan yang diteliti terutama mengenai Lembaga Keuangan Bukan Bank, Baitul Maal Wattanwil, Gadai, Nilai Taksir, Promosi, *Service Excellent*, dan Minat dari nasabah. Selain itu hasil dari penelitian ini juga bermanfaat untuk dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya jika ingin melakukan penelitian dengan rumusan masalah yang sama.

b. Kegunaan Praktik

1) Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan ilmiah, serta sebagai referensi pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian lanjutan dimasa yang akan datang.

2) Bagi Peneliti

Peneliti berharap dalam penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengembangan teori pada penelitian yang akan datang.

Serta dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan bagi peneliti.

3) Bagi KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep

Dari hasil Penelitian ini diharapkan pihak KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep dapat mempertahankan kualitasnya dan membenahi kekurangannya, agar anggota, penabung, dan mitra tetap merasa nyaman dan aman dalam melakukan transaksi di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep.

B. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini disesuaikan dengan pedoman penulisan skripsi Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura tahun 2022. Dalam sistematika pembahasan ini penulis akan menguraikan secara singkat terkait gambaran isi penulisan secara keseluruhan dalam penelitian ini. Dimana sistematika pembahasan penelitian ini yaitu, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Sub-bab yang dimuat dalam bab pendahuluan yaitu meliputi latar belakang penelitian yang membahas mengenai alasan mengambil judul tersebut dalam penelitian, kemudian di ikuti dengan penjabaran identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan juga turut di sajikan di bagian sub-bab pada bab pertama ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab kedua, sub-bab yang disajikan yaitu ada kerangka teori yang membahas mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian, seperti BMT, Rahn, nilai taksir, promosi, *service excellent*, dan minat mitra, kemudian dilanjutkan dengan penjabaran sub-bab kajian pustaka yang berisi mengenai penelitian-penelitian terdahulu guna mengetahui persamaan dan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu, kemudian sub-bab yang selanjutnya mengenai kerangka pemikiran, dan diakhiri dengan sub-bab hipotesis penelitian.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, operasional variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian berupa profil KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep, kemudian sub-bab selanjutnya mengenai karakteristik responden, dan yang terakhir terkait hasil dan pembahasan dari alat ukur uji analisis data menggunakan *SEM-PLS*.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang akan disampaikan dari penelitian.