BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Nasabah merupakan elemen terpenting bagi lembaga keuangan, dimana tugas utama lembaga keuangan sebagai lembaga intermediasi, menerima simpanan dari nasabah dan meminjamkan atau memberi pembiayaan kepada nasabah lain yang membutuhkan dana. Dari simpanan para nasabah akan menerima imbalan berupa bagi hasil (keuntungan). Demikian pula, atas pinjaman maupun pembiayaan, bank mengenakan margin atau bagi hasil kepada para nasabah atau anggota. Peran bank mampu memenuhi kebutuhan masyarakat, dan aktivitas perbankan dapat dipandang sebagai wahana bagi masyarakat modern untuk membawa mereka kepada pelaksanaan kegiatan tolong menolong dan menghindari adanya dana-dana yang menganggur.[1]

Saat ini bisnis perbankan di Indonesia berkembang sangat pesat. Oleh sebab itu lembaga keuangan bank maupun non bank harus berlomba-lomba memaksimalkan segala instrument yang berkaitan dengan nasabah. Dengan cara menciptakan kepuasan kepada pengguna jasa lembaga keuangan tersebut. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan Nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi yaitu *tangible* (bukti langsung), *reability* (keandalan), *responssiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminn), *emphaty* (empati) dan access. Kepuasan

[1] Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*,(Jakarta:Alvabet,2002),hlm.2

Nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.[2]

Bank syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah Islam yang dapat membawa kesejahteraan serta bermaslahah bagi masyarakat secara lahir dan batin. Lahirnya UU No. 7 Tahun 1992 dan UU No. 10 Tahun 1998 tentang eksistensi bank syariah, memicu tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Dan untuk lebih merangsang serta lebih memperjelas kegiatan perbankan syariah pada tahun 1998 dikeluarkan UU No. 10 Tahun 1998 sebagai amandemen UU No. 7 Tahun 1992.[3]

KSPPS BMT Peta merupakan satu-satunya lembaga keuangan syariah di Trenggalek yang berada di bawah naungan pondok Thoriqot yaitu PETA. Dimana pondok PETA ini memiliki banyak jamaah yang tersebar diberbagai kota dan sebagian besar nasabah KSPPS BMT PETA adalah para jamaah Thoriqotnya. KSPPS BMT Peta ini awal berdirinya berada di kabupaten Tulungagung sebagai pusat kantornya. Membuka cabang di Trenggalek guna mengembangkan koperasi di berbagai daerah-daerah yang berprinsip syariah dan memperkenalkan BMT Peta kepada masyarakat luas. BMT merupakan institusi yang menjalankan dua kegiatan secara terpadu, yaitu Baitul Maal (melakukan kegiatan sosial dan dakwah), Baitul Tamwil (Kegiatan bisnis).

---

[2] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 215.

[3] Heri Sudarsono, B*ank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta : EKONISIA,2004), hlm 33.

KSPPS BMT PETA Trenggalek didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip syariah kedalam transaksinya. Untuk menumbuhkan kepercayaan mayarakat kepada KSPPS BMT PETA Trenggalek maka perlu adanya sosialisasi tentang pengetahuan lembaga itu sendiri, baik itu mengenai pengertian, produk-produk dan juga prinsip-prinsip yang digunakan oleh lembaga tersebut. Tujuan utama dari kegiatan industri keuangan dalam Islam baik perbankan maupun non perbankan adalah menghindari riba dalam kegiatan sehari-hari. Seperti yang dijelaskan dalam firman Allah pada surat Ali 'Imran [3]: 130-131

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan, dan peliharalah dirimu dari api neraka, yang disediakan untuk orang-orang yang kafir" (QS. Ali-'Imran: 130-131).[4]

Pada lembaga yang bergerak dibidang jasa yang berorientasi kepada kepuasan nasabah (pelanggan), bank harus senantiasa memperhatikan komunikasi dengan menjalin kegiatan pelayanan yang prima yang dapat merangsang pembelian dan kepuasan pelanggan. Jasa pelayanan yang dilaksanakan bank tersebut dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan, menimbulkan kapercayaan terhadap pihak nasabah, yang merupakan prioritas utama dari penerapan pelayanan yang prima, karena kepuasan pelanggan

[4] Departemen Agama RI, *Qur'an Tajwid dan Terjemah*, Maghfirah Pustaka, hlm. 66

adalah tingkat perasaan seseoang setelah melihat dan merasakan kinerja hasil yang dia dapatkan.

Pihak KSPPS BMT PETA Trenggalek berusaha memaksimalkan kualitas pelayanan dan menyediakan produk yang sesuai untuk nasabahnya yang terdiri dari berbagai kalangan. Selain itu karyawan dengan sistem jemput bola dengan datang kepada masyarakat memberikan penjelasan tentang KSPPS BMT PETA Trenggalek. Proses pemasaran seperti ini sangat penting untuk mengoptimalkan keuntungan dengan memperkenalkan produk apa saja yang disediakan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek sehingga dapat menarik minat calon nasabah.

Selain penjelasan produk KSPPS BMT PETA Trenggalek, penjelasan mengenai biaya administrasi sangat penting untuk disampaikan. Sehingg ketika nasabah sudah mengetahui seluk-beluk produk yang dipilih, keuntungan yang didapatkan, dan biaya administrasi yang dikeluarkan dapat menjadi jaminan nasabah tidak akan mengalami kekecewaan dikemudian hari karena semua sudah dijelaskan sebelumnya.

Salah satu aspek yang dapat memberikan kepuasan nasabah terhadap perbankan syariah adalah kualitas pelayanan yaitu untuk memuaskan nasabah yang datang ke lembaga keuangan tersebut. Kualitas pelayanan sangat penting dalam lembaga keuangan karena akan berdampak langsung terhadap para nasabah. Apabila dalam melakukan pelayanan baik nasabah dapat lebih aktif atau merasa puas dengan apa yang diberikan dari pihak lembaga keuangan tersebut. Dalam kualitas pelayanan yang baik

lembaga keuangan syariah harus menerapkan beberapa kriteria pelayanan , antara lain yaitu ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayannan, sopan santun dan keramahan pada saat memberikan pelayanan, dan kenyamanan nasabah. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek.

KSPPS BMT PETA Trenggalek menawarkan produk tabungan yang diberi nama Tabungan Barokah. Tabungan Barokah sendiri terdiri dari berbagai macam jenis, tinggal menyesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Lokasi KSPPS BMT Trenggalek sangat strategis yaitu beralamatkan di Jl. Soekarno Hatta No. 89 Trenggalek.

Berangkat dari persoalan di atas penulis tertarik untuk menggambil judul **"Pengaruh Produk, Biaya Administrasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Penabung di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syaria *Baitul Mal Wa Tamwil* PETA Trenggalek".**

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi masalah
   a. Ketika produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah, maka produk telah memenuhi harapan. Jika produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan benak nasabah ada kemungkinan nasabah akan kecewa. Maka dari itu sebisa mungkin BMT PETA mengeluarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya yang bermacam-macam.
   b. Biaya administrasi yang dibebankan kepada nasabah adalah

berdasarkan fasilitas maupun jasa yang didapatkan oleh nasabah, jika biaya administrasi yang dikeluarkan tidak sesuai dengan apa yang didapatkan nasabah kemungkinan nasabah merasa keberatan. Maka biaya administrasi yang diterapkan BMT PETA sesuai dengan yang didapatkan nasabah.

c. Ketika pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan harapan yang ada dibenak pelanggan, maka kualitas pelayanan tersebut telah memenuhi harapan. Jika pelayanan yang diharapkan tidak sesuai maka ada kemungkinan pelanggan merasa kecewa. Maka dari itu bagaimana pegawai BMT PETA dapat meningkatkan kualitas pelayanan sehinga dapat mempengaruhi nasabah.

d. Masalah yang timbul dalam kepuasan nasabah BMT yaitu berkaitan dengan produk yang ditawarkan kepada nasabah, biaya administrasi yang dibebankan dan pentingnya pelayanan yang baik. Maka dari itu perlu dilakukan Penyesuaian produk sesuai yang dibutuhkan nasabah, biaya administrasi sesuai dengan jasa yang diberikan, dan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat berimbas kepada nasabah BMT.

2. Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah ini jelas dan mudah difahami , maka ruang lingkup penelitian ini membahas tentang produk, biaya administrasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah penabung. Mengingat keterbatasan tenaga dan waktu, untuk membatasi

pada objek penelitian anggota penabung pada KSPPS BMT PETA Trenggalek.

C. Rumusan Masalah

Dengan demikian permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh signifikan antara produk yang diberikan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek terhadap kepuasan nasabah penabung?
2. Apakah ada pengaruh signifikan antara biaya administrasi yang diberikan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek terhadap kepuasan nasabah penabung?
3. Apakah ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek terhadap kepuasan nasabah penabung?
4. Apakah ada pengaruh simultan antara produk, biaya administrasi dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek terhadap kepuasan nasabah penabung?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan antara produk yang diberikan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek terhadap kepuasan nasabah penabung.

2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan antara biaya administrasi yang diberikan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek terhadap kepuasan nasabah penabung?
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek terhadap kepuasan nasabah penabung.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh simultan antara produk, biaya administrasi dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh KSPPS BMT PETA Trenggalek terhadap kepuasan nasabah penabung.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoretis
   a. Sebagai sumbangsih ide, pemikiran dan gagasan bagi perkembangan keilmuan tentang perbankan syariah.
   b. Sebagai sumbangsih pemikiran pada kajian ilmu pemasaran.
2. Secara Praktis
   a. Bagi pihak KSPPS BMT PETA Trenggalek

      Memberikan masukan kepada pihak KSPPS BMT PETA Trenggalek dalam upaya meningkatkan kinerja operasional dan perbaikan pelayanan kepada nasabah dan menjadi bahan rujukan serta evaluasi bagi lembaga keuangan dalam menentukan kebijakan untuk perkembangan yang lebih baik.
   b. Untuk Akademis

Untuk memperbanyak perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung.

c. Bagi peniliti yang akan datang

Sebagai sumber informasi maupun reverensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang, untuk mengkaji dengan variable yang berbeda. Serta dapat memberikan kontribusi keilmuan kepada semua aktivitas akademik dalam manajemen perbankan.

F. Penegasan Istilah

Penegasan istilah dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian. Penegasan istilah terdiri dari penegasan konseptual dan penegasan operasional.

1. Secara Konseptual

a. Produk

Sesuatu yang ditawarkan ke dalam pasar untuk untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.[5]

b. Biaya Administrasi

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.[6] Dalam akuntansi keuangan,

---

[5] Muhammad Dwi Ari Susanto, Pengaruh Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, hlm 2.

[6] Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, edisi ke-6 (Yogyakarta: STIE YKPN).

pengurbanan yang dilakukan pada saat terjadinya biaya mengambil bentuk susut atau berkurangnya uang atau aktiva lainnya pada saat ini atau pada saat yang akan datang.

c. Kualitas Pelayanan

Kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lainnya atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.[7] Pelayanan juga dapat

diklasifikasikan menjadi dua bagian yaitu didasarkan pada orang yang memberikan pelayanan atau disasarkan atas peralatannya.[8]

d. Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.[9] Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika pelanggan melebihi harapan, pelanggan amat sangat puas.[10]

---

[7] M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Syariah,* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.211

[8] Wira sutedja, *Konsumen, Panduan Layanan Konsumen,* (Jakarta: Grasindo), hlm.5

[9] R. Mintardjo, *PraktekAkuntansi Bank (Jakarta : Erlangga, 2010),*hal. 12-13

[10] Sunarto, *Pengantar Manajemen Pemasaran.* (Yogyakarta:UST Press Yogyakarta, 2006), hal. 17-18

2. Secara Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan per variabel secara operasional, secara riil, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian atau obyek yang diteliti. Dari judul diatas, maka secara operasional bahwa peneliti menggunakan indicator produk, biaya administrasi, dan kualitas pelayanan untuk melihat tingkat kepuasan nasabah di BMT PETA Trenggalek.

G. Sistematika Pembahasan Skripsi

Untuk memudahkan dalam memahami pembahasan karya tulis ilmiah ini maka penulis akan memaparkannya secara sistematis ke dalam beberapa bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, terdiri dari (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi dan batasan masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) penegasan istilah, dan (g) sistematika pembahasan skripsi.

Bab II Landasan teori, terdiri dari (a) kerangka teori, (b) kajian penelitian terdahulu, (c) kerangka konseptual, dan (d) hipotesis penelitian.

Bab III Metodologi penelitian, terdiri dari (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, sampel dan sampling penelitian, (c) sumber data, variabel penelitian dan skala pengukuran, (d) teknik pengumpulan data instrument penelitian, dan analisis data.

Bab IV Hasil penelitian, terdiri dari (a) deskripsi data, dan (b) pengujian hipotesis.

Bab V Pembahasan, dalam bab ini dikemukakan tentang pembahasan rumusan masalah 1, rumusan masalah 2, dan seterusnya.

Bab VI Penutup, yang berisi kesimpulan dan saran. Bagian akhir laporan penelitian ini berisi daftar rujukan, lampiran-lampiran, dan riwayat hidup peneliti.