

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan di dunia bisnis di masa sekarang ini sangat ketat. Untuk meraih kesuksesan dalam persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kualitas mutu pelayanan yang baik agar nasabah merasa puas dengan produk yang ditawarkan. mutu pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan satu kesatuan yang sulit dipisahkan, karena mutu pelayanan yang diberikan suatu perusahaan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah.

Nasabah secara langsung atau tidak langsung akan memberikan penilaian terhadap jasa yang akan dibeli atau yang pernah dikonsumsinya. Penilaian kinerja ini ternyata sangat erat hubungannya dengan penilaian kualitas produk. Konsumen membandingkan persepsi mereka atas kualitas produk setelah menggunakan produk tersebut sesuai dengan ekspektasi kinerja produk sebelum mereka membelinya. Tergantung pada bagaimana kinerja aktual dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan, mereka akan mengalami emosi yang positif, negatif atau netral. Tanggapan emosional ini bertindak sebagai masukan atau input dalam persepsi kepuasan atau ketidakpuasan menyeluruh mereka.

Tingkat kepuasan atau ketidak puasan ini juga akan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas ekuitas pertukaran, serta oleh atribusi mereka terhadap

kinerja produk.<sup>1</sup> Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan yang diharapkan.<sup>2</sup> Pada dasarnya kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan nasabah.<sup>3</sup> Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka nasabah merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya nasabah merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka nasabah akan merasa sangat puas. Mutu pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan nasabah.

Mutu pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pihak perusahaan. Apabila sudah terjalin ikatan, maka nasabah akan memilih perusahaan tersebut dan ketika mereka datang di perusahaan itu, mereka sudah mempunyai harapan tentang layanan macam apa yang akan diperoleh (diterima) berdasarkan pengalamannya, komunikasi dari mulut ke mulut yang pernah didengarnya, informasi lain yang pernah diterima serta dipengaruhi oleh kebutuhannya.

---

<sup>1</sup>Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal 89.

<sup>2</sup>Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008),hal 118.

<sup>3</sup>Freddy Rangkuti, *Pengukuran Kepuasan Konsumen*,(Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000)hal 23.

Sehingga layanan yang pernah dialami ini akan menjadi standar perbandingan layanan yang diterima sekarang.<sup>4</sup>

Kemunculan BMT sebagai organisasi yang relatif baru menimbulkan tantangan besar bagi BMT itu karena sebageian besar masyarakatnya telah menggunakan keuangan non syariah. Sebagai lembaga keuangan syariah, berdasarkan asas pancasila dan UUD 45, BMT harus berpegang teguh pada prinsip prinsip syariah. Keimanan menjadi landasan atas untuk mampu tumbuh dan berkembang. Keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan untuk mencapai kesuksesan di dunia dan di akhirat juga keterpaduan antara sisi maal dan tamwil (sosial dan bisnis), juga keterpaduan antara fisik dan mentarl, rohani dan jasmani. Kekeluargaan dan kebersamaan berarti untuk mencapai kesuksesan tersebut diraih secara bersama, baik antara pengurus dan pengelola maupun dengan nasabah. Kemandirian BMT tidak dapat hidup hanya bergantung pada uluran tangan atau fasilitas pemerintah, tetapi harus mampu berkembang secara mandiri dengan memanfaatkan meningkatnya partisipasi nasabah dan masyarakat terhadap lembaga tersebut, untuk itulah pola pengelolanya harus profesional . karena BMT mempunyai visi dan misi. BMT harus mengarah pada upaya untuk mewujudkan BMT menjadi lembaga yang mampu meningkatkan kualitas ibadah nasabah (ibadah dalam arti yang luas), sehingga mampu berperan sebagai wakil pengabdian Allah SWT, memakmurkan kehidupan nasabah pada khususnya dan masyarakat umumnya.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>*Ibid.*,hal 120.

<sup>5</sup> Muhammad Ridwan “*Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*” (Yogyakarta:UUI Press,2004). Hal 162-169

BMT Pahlawan Tulungagung, yang bertempat di Jl. KHR Abdul Fatah (Ruko Pasar Ngemplak No. 33). Untuk menjaga eksistensinya, BMT Pahlawan Tulungagung juga tidak terlepas dari problematika dalam pemuasan nasabahnya. Sama seperti pada bank bank yang lain, BMT Pahlawan Tulungagung berupaya menerapkan pelayanan yang terbaik dan bermutu dalam melayani semua nasabahnya tanpa terkecuali. Dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabahnya, BMT Pahlawan Tulungagung memiliki standart yang sama dalam mengukur pelayanan yang bermutu. Adapun standart yang dimiliki oleh BMT Pahlawan Tulungagung adalah 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan berupa *Responsive* (daya tanggap), ketanggapan bagian pelayanan yakni kecepatannya dalam melayani nasabah sehingga nasabah tidak menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan, kemudian yang kedua adalah *Reliability* (kehandalan), dalam melayani semua nasabahnya bagian pelayanan selalu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik, setiap nasabah yang datang langsung disambut dengan salam dan ramah serta sopan, selain itu seperti pencatatan keuangan para nasabahnya yang dikerjakan secara sungguh-sungguh dan teliti agar tidak terjadi kesalahan. Yang ketiga adalah *Assurance* (jaminan), dimana bagian pelayanan selalu berupaya memberikan pelayanan sebaik-baiknya sehingga nasabah merasakan kepuasan dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan, kemudian *Emphaty* (perhatian), dilakukan oleh bagian pelayanan dalam memberikan perhatian yang sama pada semua nasabha tanpa membeda-bedakan, semua nasabah yang datang dilayani dengan cara yang sama sesuai etika dan eraturan yang diberikan. Yang terakhir adalah

*Tangible* (berwujud), hal ini dapat dilihat dari bentuk fisik BMT Pahlawan Tulungagung sendiri bahwa selain peralatan yang canggih dan tempat yang bersih dan nyaman, semua bagian atau staf pelayanan berpenampilan rapi dan sopan serta menutup aurot sesuai kaidah Islam. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah, salah satunya dengan meningkatkan mutu pelayanan, yaitu dengan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Memberikan pelayanan dengan tanggap, bersikap sopan dan dapat dipercaya, selalu memperhatikan apa yang dibutuhkan atau dikeluhkan oleh nasabah, memberikan fasilitas pelayanan yang baik, keindahan dan kerapihan tempat pelayanan juga perlu diutamakan, dan memaksimalkan setiap pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Mutu Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung"**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mutu layanan terhadap kepuasan nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung ?
2. Apakah mutu layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui mutu pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung.
2. Untuk mengetahui apakah mutu pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT Tulungagung.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat hasil kajian ini diharapkan bisa menambah khazanah ilmiah yang dapat menguatkan teori yang telah ada dari teori tentang mutu layanan dan kepuasan nasabah.

2. Secara Praktis

- a. Bagi BMT Pahlawan Tulungagung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak BMT Pahlawan Tulungagung untuk meningkatkan mutu pelayanan pada nasabah, sehingga kepuasan nasabah menjadi hal yang diutamakan yang pada akhirnya BMT Pahlawan Tulungagung lebih berkembang.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang perbankan Islam khususnya dalam meningkatkan mutu pelayanan dan kepuasan nasabah.

c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemacu semangat agar lebih giat belajar khususnya untuk mahasiswa IAIN Tulungagung.

## **E. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian**

### 1. Ruang lingkup penelitian

Penelitian dilakukan dalam ruang lingkup mutu pelayanan terhadap kepuasan nasabah, pelayanan yang berhadapan langsung dengan nasabah, serta mengenai riset konsumen yang hanya berfokus kepada kepuasan nasabah pengguna jasa BMT Pahlawan Tulungagung

### 2. Keterbatasan penelitian

Penelitian ini hanya terbatas pada satu tempat penelitian yaitu di BMT Pahlawan Tulungagung. Selain itu penelitian ini hanya mencakup Mutu pelayanan dan tingkat kepuasan nasabah.

## **F. Penegasan Istilah**

Definisi operasional merupakan definisi variabel secara praktis, riil, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian atau obyek yang di teliti. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

### 1. Secara Konseptual

#### a. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan

seseorang.<sup>6</sup> Pengaruh dalam penelitian ini diartikan sebagai daya yang timbul dari dua variabel berupa mutu pelayanan dan mutu pemasaran terhadap kepuasan nasabah BMT Pahlawan Tulungagung

b. Mutu

Mutu adalah (ukuran) baik buruk atau derajat (kepandaian, kecerdasan), kualitas.<sup>7</sup> Mutu dalam penelitian ini diartikan sebagai ukuran yang dijadikan sebagai indikator pelayanan yang terdapat pada BMT Pahlawan Tulungagung.

c. Pelayanan

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.<sup>8</sup> Pelayanan dalam penelitian ini diartikan sebagai tindakan untuk melayani kebutuhan nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung.

d. Tingkat

Tingkat adalah suatu tingkatan yang menyatakan kualitas atau keadaan yang paling tinggi atau rendah dipandang dari sudut tertentu.<sup>9</sup> Tingkat dalam penelitian ini diartikan sebagai ukuran indikator kepuasan yang dirasakan oleh nasabah BMT Pahlawan Tulungagung.

---

<sup>6</sup>Sulchan Yasin, *Kamus Pintar Bahasa Indonesia*. (Surabaya: Amanah, 1995), hal. 175

<sup>7</sup>Emilia Setyoningtyas, *Kamus Trendy Bahasa Indonesia*. (Surabaya: Apollo, 2002), hal. 311

<sup>8</sup>Kasmir, *Etika Customer Service*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 15

<sup>9</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia Online

“<http://bahasa.cs.ui.ac.id/kbbi/kbbi.php?keyword=tingkat&varbidang=all&vardialek=all&varrgam=all&varkelas=all&sumbit=tabel>” (26 januari 2015, 00:57 am)

e. Kepuasan

Kepuasan adalah perihal (yang bersifat) puas, kesenangan, kelegaan.<sup>10</sup> Kepuasan dalam penelitian ini diartikan sebagai rasa senang dan kelegaan yang timbul oleh nasabah BMT Pahlawan Tulungagung

f. Nasabah

Nasabah adalah perbandingan pertalian, orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi langganan bank, pelanggan.<sup>11</sup> Nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai seseorang atau pelanggan yang berhubungan langsung dengan BMT Pahlawan Tulungagung.

2. Secara Operasional

Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung adalah daya yang timbul dari ukuran baik buruknya usaha melayani yang berdampak kepuasan, kesenangan serta kelegaan bagi orang yang menjadi langganan BMT Pahlawan Tulungagung.

---

<sup>10</sup>Sulchan Yasin, *Kamus Pintar Bahasa Indonesia...*, hal. 115

<sup>11</sup>Emilia Setyoningtyas, *Kamus Trendy Bahasa Indonesia...*, hal. 313