

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perbankan syari'ah maupun lembaga keuangan syari'ah pada akhir-akhir ini tergolong cepat. Salah satu alasannya adalah keyakinan yang kuat di kalangan masyarakat muslim bahwa perbankan maupun lembaga keuangan konvensional mengandung unsur riba yang dilarang agama Islam. Selain itu terbukti dengan merabahnya lembaga keuangan syari'ah termasuk "Baitul Mal Wat Tamwil" yang biasa disebut BMT, sesungguhnya dilatarbelakangi oleh pelarangan riba secara tegas dalam al-qur'an. Sementara di sisi lain kendati haramnya riba bersifat mutlak dan disepakati oleh setiap pribadi muslim berdasarkan dalil-dalil yang sudah dijelaskan dalam al-qur'an dan hadits.

Kemunculan BMT sebagai organisasi yang relatif baru menimbulkan tantangan besar bagi BMT itu karena sebagian 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 mental, rohani dan jasmani.

Kekeluargaan dan kebersamaan berarti untuk mencapai kesuksesan tersebut diraih secara bersama, baik antara pengurus dan pengelola maupun dengan nasabah¹.

Dalam Undang-Undang Perkopersian No.25 tahun 1992 yang sudah direvisi menjadi Undang-Undang No.17 tahun 2012 (pasal 1 ayat 1) yang berbunyi keperasi atau BMT adalah lembaga keuangan yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi dengan memisahkan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha yang memenuhi kebutuhan bersama dibidang ekonomi, social dan budaya sesuai dengan nilai prinsip koperasi.

Upaya pengembangan kualitas pelayanan yang diberikan BMT tidak cukup hanya berlandaskan Undang-Undang saja tetapi juga harus berorientasi pada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa lembaga keuangan. BMT dalam hal layanan kepada masyarakat jenis produk atau jasa yang ditawarkan perlu ditingkatkan. Hal ini terkait dengan harapan masyarakat bahwa mereka berhubungan baik dengan bank yang nyaman dan mudah dalam melakukan transaksi. Dalam Al-Qur'an Surat Ali-Imron ayat 159 telah memberikan pedoman kepada orang mu'min (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada seseorang (pelanggan).

فِيمَا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّمْ يَلُوكَ اللَّهُ لَبِاسًا لَّكَ لَافْتُونٌ مِّنْ حَوْلِكَ فَاَعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ

﴿١٥٩﴾ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

¹ Muhammad Ridwan ,*Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004). hal 162-169

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 ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepadaNya”.²

Oka A. Youti memberikan definisi mengenai fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. Fasilitas dapat juga diartikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan, dimaksudkan untuk memberikan pelayanan maksimal agar konsumen atau pelanggan merasakan nyaman dan puas. Fasilitas merupakan faktor penunjang utama dalam kegiatan suatu produk, karena apalah artinya suatu perusahaan tanpa fasilitas, tanpa mesin-mesin produksi, tanpa alat-alat kantor, dan tanpa tenaga kerja, mungkin hanya papan nama saja. Mengingat pentingnya fasilitas ini perusahaan rela mengeluarkan modal yang besar untuk membeli peralatan atau mesin-mesin canggih yang harganya mahal asalkan perusahaan bisa berproduksi secara optimal. Demikian halnya dengan fasilitas yang diberikan dalam

² Qur'an terjemah surat Ali Imron, (Semarang: PT. Karya Toha Putra), hal.56

suatu produk perbankan, fasilitas yang diberikan pihak lembaga semakin beragam, semuanya memberikan kemudahan kepada nasabah agar dapat bertransaksi dengan mudah³.

Table 1.1

Pertumbuhan Nasabah Pembiayaan dan Penabung Tahun 2014-2016

Tahun	Nasabah Pembiayaan	Nasabah Penabung
2014	1.907.749.600	2.284.488.049
2015	1.916.395.500	2.426.690.106
2016	1.666.833.500	1.834.785.787

Dari data di atas bisa dilihat bahwa nasabah yang melakukan pembiayaan maupun penabung mengalami kenaikan dan penurunan, pada tahun 2014 nasabah pembiayaan sebesar 1.907.749.600 dan nasabah penabungnya sebesar 2.284.488.049 jadi kepuasan nasabah penabung lebih banyak dari pada nasabah pembiayaan pada tahun tersebut. Pada tahun 2015 jumlah nasabah pembiayaan 1.916.395.500 dan nasabah penabung 2.2426.690.106 maka kepuasan nasabah pada tahun 2015 nasabah pembiayaan mengalami kenaikan dari tahun 2014 dan nasabah penabung juga mengalami kenaikan dan kepuasan nasabah terletak pada nasabah penabung. sedangkan pada tahun 2016 jumlah nasabah pembiayaan sebesar 1.666.833.500 dan nasabah pembiayaan sebesar 1.834.785.787, jadi biasa dilihat dari tahun 2015 ke tahun 2016 nasabah pembiayaan mengalami penurunan dan nasabah penabung juga mengalami

³ Youti A. Oka , *Dasar-Dasar Bisnis*, (Yogyakarta :Andi Ofset, 1997).hal 79

penurunan sehingga nasabah kurang puas atas layanan dan fasilitas produk yang ada pada BMT tersebut.

Nasabah secara langsung atau tidak langsung akan memberikan penilaian terhadap jasa yang akan dibeli atau yang pernah dikonsumsi. Konsumen membandingkan persepsi mereka atas fasilitas produk setelah menggunakan produk tersebut sesuai dengan ekspektasi fasilitas produk sebelum mereka membelinya. Tergantung pada bagaimana fasilitas aktual dibandingkan dengan fasilitas 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 ketidakpuasan ini juga akan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas ekuitas pertukaran, serta oleh atribusi mereka terhadap kinerja produk. Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan yang diharapkan⁴.

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 sekurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan

⁴ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal 118.

nasabah. 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 nasabah⁵.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah fasilitas produk. Payne dalam Hidayat memberikan definisi fasilitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah membeli jasa untuk memenuhi kebutuhannya dan nasabah akan memberikan nilai dalam proporsional terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan pelanggan berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk tabungan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan pelanggan tersebut⁶.

Dalam kaitannya uraian tersebut diatas, maka penulis memilih obyek penelitian pada BMT Dinar Amanu yang merupakan lembaga keuangan syariah dengan ruang lingkup mikro sesuai dengan prinsip syariah, yaitu prinsip bagi hasil. Selain itu letak BMT Dinar Amanu ini

⁵ Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT RajaGrafindo,2002,hlm.31

⁶ Rachmat , Hidayat. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah TerhadapKepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, VOL.11, NO. 1, MARET 2009: 59-72

tidak jauh dari pasar panjerejo sehingga banyak masyarakat yang menggunakan jasa BMT Dinar Amanu tersebut. Bukan itu saja, BMT juga memudahkan nasabah baru yang mau buka rekening untuk menabung tanpa diminta biaya administrasi. Selain itu, BMT juga mempunyai operasional dan kualitas pelayanan yang baik. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh BMT, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Kivert dan Simonson, kepuasan konsumen bisa menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan. Di dalam BMT dinar amanu bukan nasabah pembiayaan saja tetapi juga nasabah penabung sehingga nasabah dapat menilai bagaimana karyawan memberikan layanan yang baik kepada nasabahnya.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis ingin meneliti judul tentang **”PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN FASILITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI *BAITUL MAAL WAT TAMWIL DINAR AMANU PANJEREJO REJOTANGAN TULUNGAGUNG*”**.

B. Identifikasi Masalah

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian, dikarenakan variabel yang diteliti adalah pengaruh kualitas layanan dan fasilitas produk BMT, serta kepuasan nasabah. Dan subyek penelitian

adalah BMT Dinar Amanu, maka penelitian ini difokuskan pada seputar pengaruh kualitas layanan dan fasilitas produk BMT, serta kepuasan nasabah yang didapatkan oleh BMT Dinar Amanu Panjerejo.

C. Rumusan Masalah

Sebagaimana penjelasan di atas, masalah penelitian dalam hal ini apakah ada pengaruh yang signifikan antara pengaruh kualitas layanan dan fasilitas produk terhadap kepuasan nasabah di BMT Dinar Amanu, selain itu terdapat rumusan masalah lain yang perlu di bahas dalam penelitian ini:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di BMT Dinar amanu ?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara fasilitas produk terhadap kepuasan nasabah diBMT Dinar amanu ?
3. Apakah kualitas layanan dan fasilitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT Dinar amanu?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang dibuat maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menguji tentang seberapa besar pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di BMT Dinar amanu.
2. Untuk menguji tentang seberapa besar pengaruh antara fasilitas produk terhadap kepuasan nasabah di BMT Dinar amanu.

3. Untuk menguji apakah kualitas layanan dan fasilitas produk bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BMT Dinar amanu.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan sesuatu yang sifatnya masih sementara atau pernyataan berdasarkan pengetahuan tertentu yang masih lemah dan harus di buktikan kebenarannya. Dapat dirumuskan dalam hipotesis penelitian ini, yang selanjutnya akan diuji :

Hipotesis 1

H_a: Ada pengaruh signifikan antara Kualitas layanan terhadap Kepuasan Nasabah di BMT Dinar Amanu.

Hipotesis 2

H_a : Ada pengaruh signifikan antara Fasilitas produk terhadap Kepuasan Nasabah di BMT Dinar amanu.

Hipotesis 3

H_a : Ada pengaruh signifikan antara Kualitas layanan dan Fasilitas produk terhadap Kepuasan Nasabah (Y) di BMT Dinar amanu

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pihak-pihak yang berkaitan secara spesifik, manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah:

1) Secara Teoretis

Untuk pengembangan penelitian di bidang lembaga keuangan syariah khususnya pemasaran produk di BMT Dinar Amanu.

2) Secara Praktis

a. Untuk BMT

Sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh lembaga keuangan syariah khususnya kualitas layanan untuk meningkatkan fasilitas produk dan kepuasan nasabah.

b. Untuk Peneliti Lanjutan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi peneliti lanjutan sebagai bahan acuan bagi peneliti yang hendak meneliti masalah yang lebih luas.

c. Untuk Akademik

Di harapkan penelitian ini dapat menambah perbendaharaan kepustakaan Institut Agama Islam Negeri.

G. Penegasan Istilah

Secara konseptual, dalam penelitian ini memiliki dua variabel bebas, yakni. Kualitas layanan dan fasilitas produk . Serta satu variabel terikat yakni kepuasan nasabah.

Kualitas adalah (ukuran) baik buruk atau derajat (kepandaian, kecerdasan), kualitas.⁷ Kualitas dalam penelitian ini diartikan sebagai ukuran yang dijadikan sebagai indikator pelayanan yang terdapat pada BMT Dinar Amanu Panjerejo.

⁷ Emilia Setyoningtyas, Kamus Trendy Bahasa Indonesia. (Surabaya: Apollo, 2002), hal. 311

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah⁸. Pelayanan dalam penelitian ini diartikan sebagai tindakan untuk melayani kebutuhan nasabah di BMT Dinar Amanu Panjerejo.

Fasilitas menurut Tjiptono merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak di bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.⁹

Produk menurut Kotler dan Armstrong adalah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk ketahanan, keterandalan, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan¹⁰.

Kepuasan adalah Suatu keadaan dimana terjadi titik temu antara nilai balas jasa atas pelayanan yang diberikan dari pihak bank/perusahaan dengan nilai balas jasa yang memang diinginkan oleh pelanggan atau nasabah¹¹. Kepuasan tidak hanya diukur dengan uang, tetapi berdasarkan pada pemenuhan kebutuhan yang dibutuhkan oleh seseorang. kepuasan

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

⁹ Tjiptono. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2008

¹⁰ Kotler, Armstrong. *Marketing an Introduction, Ninth Edition*. New Jersey: Prentice Hall, 2009

¹¹ Martoyo Susilo, *Managemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta :BPFE, 2000, hlm 142.

dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai¹².

Nasabah adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi standart kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan. Kepuasan pelanggan menurut Guiltinan adalah konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan¹³

Definisi Operasional

Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menguji seberapa besar pengaruh dari variable X1 yaitu kualitas layanan dan variable X2 yaitu fasilitas produk terhadap variable Y yaitu kepuasan nasabah.

H. Sistematika Skripsi

Pada bab pertama membahas tentang latar belakang, mengungkapkan segala yang melatar belakang penulisan skripsi yang berkaitan dengan konsep pengaruh kualitas layanan dan fasilitas produk terhadap kepuasan nasabah di BMT Dinar Amanu.

¹² Kotler dan Armstrong , 2003. *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta. Hal 56-57

¹³ Dedy Londong, “Kepuasan Pelanggan Customer”, dalam <http://dedy Londong.blogspot.com/2012/04/kepuasan-pelanggan-customer.html> diakses tanggal 11 Desember 2016

Pada bab kedua membahas teori, penelitian terdahulu, hipotesa dan mengungkapkan identifikasi cakupan penelitian dan ruang lingkup yang memungkinkan diduga menjadi masalah.

Pada bab ketiga membahas tentang Metode Penelitian, yang menyatakan tentang persoalan yang diangkat dalam proposal skripsi ini.

Pada bab keempat Hasil Penelitian, yang mengupas tentang gambaran dari rumusah masalah yang telah dibuat,

Pada bab kelima membahas hasil penelitian yang berisi tentang kontribusi yang akan diberikan setelah selesai penelitian dari proposal skripsi ini.

Pada bab keenam penutup , dikemukakan teori – teori singkat mengenai konsep atau variabel-variabel yang berkaitan dalam penelitian, antara lain tentang konsep pengaruh kualitas layanan dan fasilitas produk terhadap kepuasan nasabah di BMT Dinar Amanu.

Terakhir Daftar kepustakaan sementara, berisi literature yang digunakan sebagai referensi dalam pembuatan proposal ini.