

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia dimulai tahun 1990-an dan mengalami perkembangan yang mengesankan pada 5 tahun terakhir. Sejak disahkannya UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah pada tanggal 16 Juli 2008, perbankan syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat (rata-rata 65% per tahun) maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan. Berdasarkan data statistik Bank Indonesia sampai dengan Oktober 2013 di Indonesia telah beroperasi 11 Bank umum Syariah (BUS) dengan jumlah kantor sebanyak 1.950, 23 Unit Usaha Syariah (UUS) dengan jumlah kantor 576, dan 160 Bank Pembiayaan Syariah (BPRS) dengan jumlah kantor sebanyak 399, sehingga total jaringan kantor sebanyak 2.925.¹

Pada perkembangan saat ini kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang dengan pesat. Hal tersebut ditandai dengan kehadiran industri industri baru, yang salah satunya adalah lembaga keuangan. Lembaga keuangan dalam dunia keuangan bertindak sebagai lembaga yang menyediakan bagi nasabah-nasabahnya, sebagaimana lembaga berikut ini telah ditetapkan oleh pemerintah. Salah satunya, Lembaga Keuangan Syariah yang menjadi pilihan pelaku bisnis atau pelaku usaha yang akan memulai usahanya. Dalam hal ini, *Baitul Maal Wa*

¹<http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/Documents/SPS.Okt%2013.pdf> diakses 26/04/2014

Tamwil (BMT) yang merupakan lembaga keuangan syariah yang memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah Islam. BMT dalam fungsinya sebagai investor/penyalur dana menjanjikan suatu sistem operasional yang lebih adil, khususnya pada sistem bagi hasil seperti yang ada yaitu menghilangkan praktek riba dan menggantikan dengan sistem bagi hasil.²

Dalam prakteknya, mekanisme perhitungan bagi hasil dapat didasarkan pada dua cara yaitu dengan *profit sharing* (bagi laba) dan *revenue sharing* (bagi pendapatan):

1. *Profit sharing* (bagi laba) merupakan penghitungan bagi hasil yang didasarkan pada laba dari pengelola dana yaitu pendapatan usaha dikurangi dengan beban usaha untuk mendapatkan pendapatan usaha tersebut.
2. *Revenue sharing* (bagi pendapatan) merupakan penghitungan bagi hasil yang didasarkan pada *revenue* (pendapatan) dari pengelola dana, yaitu pendapatan usaha sebelum dikurangi beban usaha untuk mendapatkan pendapatan usaha tersebut.³

Beberapa masalah yang kini dihadapi oleh BMT yaitu untuk memenuhi kepuasan anggotanya. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Dengan cara, penciptaan berbagai produk dan peningkatan layanan adalah untuk mempertahankan nasabah lama dan menarik nasabah baru. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan

² Muhammad, *Lembaga Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, Cet. Ke-1, (Yogyakarta: UII Pers, 2000), Hlm. 106.

³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik* (Jakarta ; Gema Insani Peress, 2001), hlm 61.

persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Nasabah yang merasa puas terhadap pelayanan yang diterimanya akan menumbuhkan loyalitas nasabah sehingga akan menjadi nasabah yang setia. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk dapat menarik nasabah adalah dengan memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para nasabah puas terhadap layanan yang diberikan. Pelayanan yang baik adalah menjadi hal yang dibutuhkan oleh nasabah. Menurut Lovelock mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen.⁴ Persepsi pelanggan terhadap suatu kualitas layanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor yaitu antara lain pengalaman masa lalu, pendapat teman, informasi dan janji perusahaan.

Untuk mengukur kualitas layanan perbankan Islam (Syariah) Othman dan Owen menyodorkan dimensi CARTER yang dikembangkan dari dimensi SERVQUAL dengan penambahan dimensi *compliance*. Sedangkan dimensi yang lain sama dengan dimensi dalam SERVQUAL. CARTER terdiri dari 6 dimensi

⁴ Sudartik, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada PT BPR Semarang Margatama Gunadana di Semarang*, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2009), Skripsi tidak diterbitkan.

kualitas yaitu *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, Responsiveness*.⁵

Compliance atau pemenuhan prinsip Islam yaitu kemampuan perusahaan atas kesesuaian dalam penerapan prinsip Syariah meliputi menjalankan kegiatan perusahaan sesuai dengan prinsip Islam dan menerapkan ketentuan layanan dan produk Islam.

Assurance atau jaminan yaitu pengetahuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Dalam Islam memberikan pelayanan harus bersikap lemah lembut, menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada anggota supaya anggota terhindar dari rasa takut, tidak percaya dan persaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

Reliability atau keandalan yaitu kemampuan sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan secara terpercaya. Dalam hal ini, kinerja pelayanan harus sesuai dengan harapan dan kebutuhan seorang pelanggan.

Tangible atau bukti langsung yaitu kemampuan sebuah perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan. Bukti nyata yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik.

Empathy yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan upaya untuk memahami

⁵ Nursya'bani Purnama, *Manajemen Kualitas Prespektif Global*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2006) Hlm. 22-23.

keinginan pelanggan. Di mana sebuah perusahaan harus mengetahui dan memahami kebutuhan pelanggan secara keseluruhan serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Responsiveness atau daya tanggap yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Dalam Islam menganjurkan untuk bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tanggap sehingga tidak menyia-nyaikan amanah yang menjadi tanggung jawabnya.

Persepsi anggota atau nasabah terhadap kualitas layanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Seringkali terjadi ketidaksesuaian anggota atau nasabah setelah menabung di suatu koperasi tertentu, karena tidak sesuai dengan keinginan atau gambaran sebelumnya. Persepsi tersebut akan mendorong anggota atau nasabah membuat keputusan atau mengambil keputusan untuk menggunakan jasa atau produk dari lembaga tersebut.

Agar tidak terjadi persepsi anggota akan hal tersebut perlu adanya kegiatan promosi. Kegiatan promosi agar dapat berjalan dengan lancar, diperlukan tujuan yang jelas dari kegiatan promosi yang akan dilakukan. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Berapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.⁶ Dan dalam hal ini promosi merupakan kegiatan yang sama

⁶ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*, (Bandung: ALFABET), hlm. 57.

pentingnya. Dalam kegiatan ini setiap badan usaha berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.⁷

Persepsi nasabah/konsumen terhadap nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan dan promosi merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Persepsi tersebut akan mendorong nasabah/konsumen membuat atau mengambil keputusan untuk menggunakan jasa/produk dari perbankan syariah. Pengambilan keputusan menurut Sulusu merupakan proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi.⁸ Selanjutnya Amirullah mengemukakan bahwa keputusan merupakan suatu proses penilaian dan memilih dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.⁹

Dari uraian di atas, maka perlu diketahui seberapa besar pengaruh Nisbah Bagi hasil, pelayanan yang diberikan, dan promosi sehingga dapat diketahui seberapa besar peluang untuk tetap eksis dan terus berkembang. Dan salah satu lembaga keuangan yang cukup diminati oleh anggota atau calon anggota adalah KSPPS BTM Surya Madinah. Karena, banyak anggota atau calon anggota yang mempercayakan asset mereka untuk melakukan pembiayaan. Hal ini terlihat pada akad-akad yang dilakukan atas dasar syariah islam. Seperti pembiayaan *mudharabah, murabahah, ijarah, musyarakah*.

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*. Edisi Pertama, cet. 2, (Jakarta: Kencana, 2005), Hlm. 175.

⁸ Salusu, I, *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*, (Jakarta: Grasindo, 2003), Hlm. 47.

⁹ Amirullah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2002), Hlm. 61.

Sedangkan dalam proses pemberian pembiayaan kepada anggota atau calon anggota adalah dengan melihat kemampuan mengembalikan pinjaman, karakter dari anggota, kemampuan, jaminan dan jenis usaha yang dijalankan.

Maka dari uraian permasalahan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Nisbah Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Produk Pembiayaan Pada Baitul Tamwil Muhammdiyah Surya Madinah Tulungagung Pakel.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang maslaah di atas, maka penulis mengidentifikasi dan membatasi permasalahan hanya pada Pengaruh Nisbah Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Anggota Menggunakan Produk Pembiayaan Pada BTM Surya Madinah Tulungagung (Kantor Cabang Pakel)".

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah nisbah bagi hasil secara signifikansi berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan produk pembiayaan Pada BTM Surya Madinah?
2. Apakah kualitas pelayanan secara signifikansi berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan produk pembiayaan Pada BTM Surya Madinah?
3. Apakah promosi secara signifikansi berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan produk pembiayaan Pada BTM Surya Madinah?

4. Apakah nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan anggota menggunakan produk pembiayaan Pada BTM Surya Madinah?

D. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh nisbah bagi hasil terhadap keputusan anggota menggunakan produk pembiayaan Pada BTM Surya Madinah.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota menggunakan produk pembiayaan Pada BTM Surya Madinah.
3. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap keputusan anggota menggunakan produk pembiayaan Pada BTM Surya Madinah.
4. Untuk menguji nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan anggota menggunakan produk pembiayaan Pada BTM Surya Madinah.

E. KEGUNAAN PENELITIAN

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

- a. Manfaat Teoretis

Secara teoritis diharapkan kajian penelitian ini dapat memberikan sumbangsih di bidang Perbankan Syariah.

- b. Manfaat Praktis

1. Bagi lembaga sebagai sumbangan untuk pengambilan keputusan.

2. Bagi akademik, sebagai sumbangan perbendaharaan perpustakaan di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung di bidang Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam khususnya Prodi Perbankan Syariah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai penelitian selanjutnya di bidang Perbankan Syariah.

F. RUANG LINGKUP DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Pembatasan ruang lingkup penelitian ditetapkan agar dalam penelitian nanti terfokus pada pokok permasalahan yang ada peserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian nanti tidak menyimpang dari sasarannya.

G. PENEGASAN ISTILAH

1. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian. Yang dimaksud pengaruh Nisbah bagi hasil dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah adalah seberapa besar Nisbah bagi hasil, kualitas layanan dan promosi mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan pada BTM Surya Madinah.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Nisbah bagi hasil : nisbah ini ditetapkan dalam atau perjanjian. Sebelum akad ditandatangani, nasabah atau anggota dapat menawar sampai pada tahap kesepakatan. Hal ini tentunya berbeda dengan

sistem bunga, yakni nasabah selalau pada posisi pasif dan “dikalahkan”. Dengan demikian model bagi hasil ini tidak mengenal istilah beban pasti. Karena nilai bagi hasil akan didapat setelah terjadi pembukuan usaha.¹⁰

- b) Kualitas pelayanan : merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.
- c) Promosi : promosi merupakan kegiatan yang sama pentingnya. Dalam kegiatan ini setiap badan usaha berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.¹¹
- d) Keputusan nasabah : keputusan merupakan suatu proses penilaian dan memilih dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.¹²

¹⁰ Muhammad Ridwan. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil...*, Hlm. 121.

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Edisi Pertama, cet. 2, (Jakarta: Kencana, 2005), Hlm. 175.

¹² Amirullah, *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Graha Ilmu). 2002.hlm. 61.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini disusun menjadi lima bab, adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, penulis mengurai beberapa hal yang berkaitan dengan skripsi ini, pada bagian awal diuraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, kegunaan penelitian, dan penegasan istilah dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini membahas tentang definisi-definisi judul penelitian mengenai Nisbah Bagi Hasil, Kualitas pelayanan, promosi, keputusan nasabah, produk pembiayaan BTM Surya Madinah Tulungagung, kajian penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

Bab III Metode Penelitian, pada bab ini penulis akan memaparkan tentang rancangan penelitian (pendekatan dan jenis penelitian), populasi dan sampel, skala pengukuran, teknik pengumpul dan instrumen penelitian serta analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab V Penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran.

Bagian akhir, terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, daftar riwayat hidup.