

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman telah begitu pesat, khususnya dalam persaingan usaha, karenanya perusahaan perlu menjaga kualitas produk dan jasa yang dihasilkannya. Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama 74 Jurnal Muqtasid Muhammad Tho'in yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Tujuan dari organisasi bisnis adalah menghasilkan barang dan jasa yang dapat memuaskan konsumen, karena apabila konsumen merasa puas, keuntungan atau laba dari penjualan produk dan jasa perusahaan juga dapat dicapai berdasarkan target yang direncanakan. Begitu pula kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan tersebut memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang dibanding perusahaan-perusahaan lain yang hanya mengutamakan keuntungan semata tanpa menjaga dan mempertahankan kualitas produk dan jasa yang dihasilkannya.

Dalam rangka menjaga kontribusi positif perbankan syariah nasional bagi masyarakat luas dan perekonomian Indonesia, maka tidak salah sejak saat ini dilakukan upaya optimalisasi peran perbankan syariah. Dengan struktur pelaku usaha dalam perekonomian Indonesia yang didominasi oleh unit usaha mikro dan kecil yang mencapai 51,2 juta unit atau mencapai 99,91 persen dari pelaku usaha di Indonesia, maka tentu saja lembaga intermediary keuangan seperti perbankan syariah mampu menjawab kebutuhan keuangan segmen dominan dari masyarakat usaha ini. Meski saat ini peran bank syariah sudah terlihat dari portofolio pembiayaan bagi usaha mikro-kecil yang sudah besar, namun masih banyak upaya yang dapat dilakukan dalam rangka optimalisasi peran tersebut, seperti melakukan kemitraan dengan lembaga

keuangan mikro syariah semisal lembaga Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) atau lebih dikenal dengan nama Baitul Mal wa Tamwil (BMT).

Dengan keterbatasan jangkauan dan jaringan pelayanan serta SDM yang memiliki kompetensi dalam bertransaksi dan melayani segmen masyarakat usaha mikro-kecil, maka untuk menjangkau masyarakat usaha mikro-kecil kemitraan bank syariah dengan lembaga keuangan mikro syariah seperti BMT menjadi sangat krusial dilakukan. Namun saat ini ketersediaan informasi tentang profil dan kinerja BMT sulit didapat, sehingga menyulitkan bank syariah dalam memilih dan memilah BMT mana yang baik untuk diajak bermitra. Oleh sebab itu, menjadi penting untuk melakukan survey di wilayah yang menjadi sentra-sentra operasi BMT dalam rangka mengetahui informasi tersebut.

Dari informasi tersebut tentu akan diketahui pula pola-pola kemitraan terbaik yang dapat dilakukan dengan industri BMT. Survey yang dilakukan pada BMT se-Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jawa Timur ini meliputi informasi terkait; Identitas, Karakteristik Pelayanan, Regulasi Pengaturan, Infrastruktur, Kondisi Keuangan, Kondisi SDM, Kendala dan Peluang. Sampai saat ini tidak ada data yang akurat tentang jumlah BMT dan persebarannya. BMT link (2010) memperkirakan jumlah BMT tahun 2006 sebesar 3.200 dengan jumlah nasabah sebanyak 3 juta orang, kemudian sampai akhir tahun 2010 akan tumbuh menjadi sekitar 5.200 BMT untuk melayani nasabah 10 juta orang.

Muhammad Kholim (2004) menyebutkan bahwa tiga wilayah yang memiliki jumlah BMT terbesar di Indonesia adalah Jawa Barat dengan 637 BMT (433 BMT yang melaporkan kegiatannya ke PINBUK), Jawa Timur dengan 600 BMT (519 BMT yang melaporkan kegiatannya) dan Jawa Tengah menduduki urutan ketiga dengan 513 BMT (447 BMT yang melaporkan kegiatannya). Mengingat pentingnya peranan BMT terhadap perekonomian nasional terutama berdampak tidak langsung pada pertumbuhan industri perbankan syariah. Maka Bank Indonesia berinisiatif

untuk melakukan kajian ini. Adapun BMT yang dimaksud dalam kajian ini adalah lembaga yang juga melakukan fungsi intermediasi (menghimpun dana dan menyalurkan dana disertai imbalan jasa dana yang dihimpun/dialirkan) selain fungsi sosial sebagai baitul maal. Tujuan dan Sasaran dari pemetaan BMT ini diantaranya untuk; (i) Memperoleh data individual populasi BMT; (ii) Memperoleh data profil, kebutuhan peningkatan kapasitas (need assessment) dan identifikasi good practices BMT responden; (iii) Merumuskan policy recommendation untuk Pemerintah atau stakeholders terkait; (iv) Melakukan diseminasi Kajian.

Menurut Assael (1992), kepuasan konsumen menyebabkan konsumen cenderung untuk mengkonsumsi produk tersebut secara berulang, sehingga timbul komitmen untuk setia (*loyal*) pada produk tersebut.

Kualitas jasa dan kepuasan konsumen saling berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Perusahaan dapat memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Iswahyudi, 2009). Jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Namun untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah. Kualitas jasa lebih sukar untuk dievaluasi dibandingkan dengan kualitas barang. Kualitas jasa tidak diciptakan melalui proses produksi dalam pabrik untuk kemudian diserahkan kepada konsumen sebagaimana kualitas barang. Sebagian besar kualitas jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi di antara konsumen dan terdapat kontak personal dengan penyelenggara jasa tersebut.

Bagi nasabah, pelayanan yang bermutu sangat penting. Menurut Royne (1994), kualitas pelayanan menjadi komponen utama, karena produk-produk

utama bank -yaitu kredit- merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan pelayanan bank juga mudah ditiru. Oleh karena itu persaingan Volume 2 Nomor 1, Juli 2011 75 Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingnya.

Melihat perkembangan lembaga keuangan saat ini, banyak di antaranya hanya menonjolkan pelayanan pada aspek tertentu saja dengan mengabaikan dimensi pelayanan yang lain. Misalnya, sering kita menjumpai bank atau BMT yang tidak memiliki tempat parkir yang memadai bahkan tempat parkirnya mengambil sebagian jalan raya sehingga para nasabah kurang nyaman ketika masuk ke bank karena memikirkan kendaraannya. Dari hal sederhana tersebut apabila tidak segera ditangani dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut.

BMT Gunung Jati adalah lembaga keuangan syariah yang melakukan kegiatan menghimpun dana dari nasabah dan menyalurkannya melalui mekanisme usaha Jasa Keuangan Syariah dan ditujukan penyalurannya untuk nasabah. BMT ini selain menyediakan produk-produk penghimpun dana (*funding*) seperti Tamara (Tabungan Mandiri Sejahtera), Tajaka (Tabungan berjangka), Tadika (Tabungan Pendidikan Anak), Tahajjud (Tabungan Haji Berwujud) dan Taduri (Tabungan Idul Fitri). BMT Gunung Jati mempunyai produk simpanan dengan maksud dan tujuan adalah bahwa simpanan merupakan modal kerja utama (*main capital*). Sedangkan *capital* adalah komponen terpenting dalam sebuah usaha.

Salah satu produk di BMT Gunung Jati pada bidang penghimpunan dana adalah simpanan Tamara yang banyak diminati nasabah. Simpanan Tamara adalah simpanan nasabah yang dapat dilakukan dengan cara penyeteroran dan melakukan penarikan setiap saat. Simpanan Tamara dapat dipergunakan sebagai modal kerja sama, karena bersifat bukan dana permanen (*permanent fund*). Kegunaan utama hanya penyeimbang *cash flow* dan ketersediaan likuiditas temporal. Simpanan Tamara menggunakan akad

wadiah. Ketentuan-ketentuan membuka rekening Simpanan Tamara yaitu mengisi formulir aplikasi investama disertai foto copy KTP yang masih berlaku, setoran awal minimal Rp. 20.000,00 selanjutnya bebas, saldo akhir setelah penarikan minimal Rp. 10.000,00. Di BMT Gunung Jati pada produk Simpanan Tamara banyak diminati nasabah padahal disisi lain produk ini tidak ada hadiah yang menarik dibandingkan dengan produk Simpanan yang lainnya.

Dalam kondisi penuh persaingan ini BMT Gunung Jati Cirebon masih tetap eksis dengan produk dan pelayanan yang baik, akan tetapi melihat munculnya fenomena dimana banyak lembaga keuangan lain yang lebih maju dibandingkan dengan lembaga keuangan mikro yang dimana salah satunya Sumber Daya Manusia yang kurang dan peralatan teknologi pun masih belum berkembang ini menjadi masalah dalam BMT Gunung Jati Cirebon. Dengan teknologi alat print struk pembayaran yang kurang mumpuni dalam arti alat yang masih belum modern sehingga sering terjadi error pada saat nasabah melakukan pembayaran, akibatnya para nasabah harus menunggu cukup lama dan tidak sedikit nasabah yang mau menunggu dengan sabar bahkan ada pula yang mengeluh, karena sekarang ini banyak orang yang beranggapan struk pembayaran itu lebih penting. Dengan melihat fenomena diatas menjadi hal yang menarik untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang mendatangkan tingkat kepuasan nasabah di BMT Gunung Jati Cirebon.

Demikianlah kualitas jasa menjadi suatu item penting yang harus diperhatikan di dunia perbankan, tidak terkecuali yang terjadi di Baitul Mal wat Tamwil (BMT) Gunung Jati Cirebon. Sebagai sebuah lembaga Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) sekaligus sebagai lembaga intermediasi antara penghimpunan dan penyaluran dana dari dan untuk masyarakat, BMT Tekun memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para nasabahnya sehingga keberadaannya bermanfaat bagi masyarakat. Kepuasan itu dapat tercapai apabila BMT Tekun memahami dengan seksama harapan para nasabah serta kebutuhan mereka, sehingga BMT Tekun dapat meningkatkan kepuasan nasabahnya yang dibuktikan dengan kualitas pelayanan yang prima.

Kondisi BMT dengan produk yang sedikit dan relatif tetap, tetapi strategi pemasaran yang masih bersifat lokal, serta di promosikan yang masih kurang gencar serta persaingan yang cukup ketat menyebabkan BMT kurang dikenal oleh masyarakat secara umum. Hal ini menjadi fenomena yang menarik untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang akan mendatangkan tingkat kepuasan dan pada akhirnya berdampak pada kelayakannya anggotanya.

Upaya peningkatan kualitas jasa yang ditawarkan BMT Gunung Jati bersifat inovatif dan berorientasi pada kepuasan anggota. Dengan Latar Belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul ***Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT Gunung Jati Cirebon.***

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah faktor dimensi kualitas jasa yang terdiri dari keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan (*tangibles*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT Gunung Jati Cirebon.

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah yaitu kondisi BMT dengan produk yang kurang lengkap dan strategi pemasaran yang masih bersifat lokal dan teknologi yang kurang berkembang sehingga sering terjadi error pada proses pembayaran yang akibatnya nasabah harus menunggu lama.

2. Batasan Masalah

Untuk menjaga agar penulisan skripsi ini lebih terarah dan fokus serta menghindari pembahasan yang menyimpang dari rumusan masalah yang hendak diteliti, maka penulis membatasi

masalah dengan hanya melakukan pengamatan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Gunung Jati Cirebon dan responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah responden yang menjadi nasabah di BMT Gunung Jati Cirebon pada saat penyebaran kuesioner. Dasar pemilihan adalah untuk memudahkan proses pengumpulan data dan menjaga kehomogenan data.

3. Pertanyaan Penelitian

1. Faktor apa sajakah yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah di BMT Gunung Jati Cirebon?
2. Seberapa besar pengaruh faktor (tangibles, responsiveness, assurance, reliability, dan empathy) yang mempengaruhi kepuasan nasabah di BMT Gunung Jati Cirebon?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dalam skripsi ini yaitu:

1. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah di BMT Gunung Jati Cirebon.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor (tangibles, responsiveness, assurance, reliability, dan empathy) yang mempengaruhi kepuasan nasabah di BMT Gunung Jati Cirebon.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan bagi penulis dan memberi manfaat positif terkait pengaruh faktor-faktor kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah di BMT Gunung Jati Cirebon dan sebagai bahan pertimbangan dan acuan dalam mengembangkan usahanya dimasa yang akan datang.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran dan pengetahuan bagi akademisi mengenai pengaruh faktor-faktor kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah. Sehingga mampu memberikan kontribusi positif bagi perkembangan praktik pengelolaan kualitas jasa dan kualitas pelayanan secara baik dan benar.
- b. Bagi praktisi, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi BMT Gunung Jati Cirebon, yakni menjadi bahan masukan bagi informasi tentang pengelolaan kualitas jasa secara efektif sehingga dapat menentukan kebijakan kedepan bagi BMT Gunung Jati Cirebon.
- c. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan tentunya bagi BMT Gunung Jati Cirebon yang menjadi objek penelitian, dapat sebagai bahan pertimbangan dan acuan untuk mengoptimalkan kinerja serta dapat mengembangkan usahanya dimasa yang akan datang dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memudahkan pemahaman dan memberi gambaran kepada pembaca tentang penelitian yang diuraikan oleh penulis. Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

BAB I : Pendahuluan

Pada Bab I diuraikan secara garis besar permasalahan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab II berisi landasan teori yang dimulai dengan kajian teori. Setelah kajian teori kemudian dilanjutkan dengan penjelasan mengenai penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab III sebagai gambaran proses penelitian di lapangan disesuaikan dengan teori atau konsep-konsep relevan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Dimana metodologi yang dimaksud meliputi: pendekatan dan jenis penelitian; sasaran, lokasi, dan waktu penelitian; variabel penelitian; sumber data; teknik pengumpulan data; populasi dan sampel; teknis analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Analisa Data

Hasil yang diperoleh dari lapangan melalui metodologi akan dideskripsikan dan dianalisis dalam Bab IV yang menguraikan deskripsi objek penelitian, hasil penelitian dan analisis data.

BAB V : Penutup

Bagian terakhir dari isi penelitian ini adalah Bab V penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah, setelah melalui analisis pada Bab sebelumnya.

