

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sistem Ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang mandiri dan dibangun berdasarkan nilai-nilai etika dan moralitas keagamaan yang bersumber kepada Al-Qur'an, Sunnah, dan Ijtihad. Berdirinya Lembaga Keuangan Syari'ah (LKS) merupakan implementasi dari pemahaman umat Islam terhadap prinsip-prinsip muamalah dalam hukum ekonomi Islam yang selanjutnya direpresentasikan dalam bentuk pranata ekonomi Islam sejenis Lembaga Keuangan Syari'ah bank dan non bank. (Atjep Dzajuli, 2007: 18)

Dari sekian banyak Lembaga Keuangan Syari'ah BMT merupakan Lembaga Ekonomi Islam yang dibangun berbasis keumatan, sebab dibentuk dari, oleh dan untuk masyarakat. Oleh karena itu, eksistensi lembaga keuangan syari'ah sejenis BMT. Jelas memiliki arti penting bagi pembangunan ekonomi berwawasan Syari'ah. Berdirinya lembaga keuangan Syari'ah sejenis *Baitul Mal Wa Tanwil* (BMT) di Indonesia merupakan jawaban terhadap tuntutan dan kebutuhan kalangan umat muslim. Kehadiran BMT muncul disaat umat Islam mengharapkan prinsip-prinsip syari'ah dan bebas dari unsur *riba* yang diasumsikan haram.

Keberadaan BMT-BMT yang jumlahnya mencapai lebih dari 600 unit di Jawa Barat khususnya, sesungguhnya merupakan potensi penggerak ekonomi

yang cukup signifikan. Sebab secara konseptual BMT akan diarahkan untuk membina usaha kecil yang lahir dan tumbuh dari kalangan masyarakat bawah, khususnya pada masyarakat pedesaan. Namun demikian kehadiran BMT pun hingga kini belum dapat memberikan sumbangan yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi kelas bawah dan pertumbuhan usaha kecil sebagaimana yang diharapkan. Sebaliknya, beberapa kelemahan dan penyakit yang diderita oleh BMT yang masih balita ini. Kini menjadi beban sekaligus tantangan bagi pihak-pihak terkait untuk menyelamatkan dari kematian dini. Beberapa kelemahan dan penyakit yang kini dirasakan oleh BMT. Umumnya berkisar pada lemahnya sumber daya manusia, manajemen, fasilitas, servis, permodalan dan lain sebagainya. Kelemahan-kelemahan BMT tersebut pada gilirannya berujung pada sulitnya menumbuhkan kepercayaan masyarakat luas (*public trust*) terhadap jasa dan pelayanan yang bisa diberikan BMT (Engkos Sadrah, 2004: 81).

Pihak BMT kini dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat di tengah persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis perbankan saat ini dengan memperhatikan kualitas/mutu pelayanannya, karena pelayanan yang bermutu akan menghasilkan kepuasan bagi yang terlibat dalam lingkungan bisnis yang berubah dan kebutuhan untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen.

Menurut Royne (1994) yang dikutip oleh Tatik Suryani mutu 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 akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibanding pesaingnya (2001: 273)

Salah satu usaha dari BMT antara lain dengan meningkatkan mutu pelayanannya untuk dapat meningkatkan kepuasan para nasabahnya sekaligus dapat menarik masyarakat untuk dapat menginvestasikan dananya.

Upaya penghimpunan dana ini harus dirancang sedemikian rupa agar dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota BMT. Prinsip utama dalam manajemen *funding* ini adalah kepercayaan. Artinya kemauan masyarakat untuk menaruh dananya pada BMT sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat terhadap BMT itu sendiri. Karena BMT pada prinsipnya merupakan lembaga amanah (*trust*), maka setiap insan BMT harus menunjukkan sikap amanah tersebut (Muhammad, 2004: 149).

Sejak awal berdirinya BMT Ikhlasul Amal pada tanggal 20 September 2005 dan mempunyai legalitas berbadan hukum tahun 2006. BMT Ikhlasul Amal terus mengalami perkembangan dan telah mencatat hingga sekarang mempunyai 350 nasabah simpanan, 232 nasabah pembiayaan. Dan dalam operasionalnya BMT Ikhlasul Amal selalu berusaha menawarkan pelayanan jasa seperti yang ditawarkan pada sistem konvensional ataupun bank-bank syari'ah lainnya. Namun ada beberapa hal yang tidak dapat disamakan antara sistem syari'ah dengan sistem konvensional, dikarenakan adanya perbedaan prinsip *provit sharing* (bagi hasil) dengan bunga. Hal inilah yang menyebabkan BMT Ikhlasul Amal terlihat berbeda dibandingkan dengan bank konvensional yang menggunakan sistem bunga.

Lembaga keuangan syariah seperti BMT Ikhlasul Amal Kabupaten Indramayu, masih ada kekurangan dalam hal mutu pelayanan, hal tersebut diketahui dengan adanya beberapa nasabah yang merasa kurang puas akan pelayanannya.

Setiap Baitul Mall Wat Tamwil dituntut kemampuannya untuk selalu mendukung laju pertumbuhan ekonomi yang tinggi, sambil menjaga kestabilan karena hal tersebut sangat menunjang bagi perkembangan ekonomi. Hal ini merupakan masalah yang dihadapi oleh Baitul Mall Wat Tamwil dalam meraih pangsa pasarnya, dalam menghadapi persaingan dengan lembaga keuangan lainnya. Bagaimana caranya agar pelayanan yang diberikan oleh Baitul Mall Wat Tamwil dapat memuaskan nasabahnya, apabila nasabah merasa puas maka nasabah akan menyebarkan informasi yang baik-baik tentang lembaga keuangan tersebut, akan tetapi jika yang diberikan Baitul Mall Wat Tamwil tersebut kurang memuaskan nasabah, maka nasabah tersebut akan menyebarkan informasi yang kurang baik terhadap Baitul Mall Wat Tamwil tersebut.

Dengan memberikan pelayanan yang bermutu tinggi dan pendekatan dengan baik, nasabah akan lebih suka berhubungan dengan Baitul Mall Wat Tamwil, karena itu seharusnya setiap Baitul Mall Wat Tamwil memberikan keuntungan yang dapat disumbangkan untuk kegiatan pelayanan dengan kepuasan nasabahnya.

Untuk mengetahui apakah mutu pelayanan yang dilakukan oleh Baitul Mall Wat Tamwil tersebut telah memuaskan nasabah, maka penulis tertarik untuk

melakukan penelitian dengan aspek-aspek kepuasan yang diberikan mutu pelayanan tersebut selanjutnya hasil penelitian ini akan penulis tuangkan dalam skripsi yang berjudul "**Pengaruh Mutu Pelayanan Jasa terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Simpanan Wadi'ah pada BMT Ikhlasul Amal Karangampel-Indramayu**".

B. Perumusan Masalah

1. Identitas Masalah

a. Wilayah Penelitian

Wilayah penelitian dalam skripsi ini adalah Manajemen Perbankan dalam cakupan mikro yaitu BMT.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan empirik. Diperoleh dari berbagai informasi yang ada dilokasi penelitian yakni para nasabah simpanan yang ada pada BMT Ikhlasul Amal Karangampel – Indramayu.

2. Jenis Masalah

Jenis masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah tentang seberapa besar tingkat kepuasan nasabah simpanan Wadi'ah terhadap mutu pelayanan pada BMT Ikhlasul Amal.

3. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari luasnya pokok pembahasan skripsi ini, maka permasalahan ini dibatasi hanya sampai pada pengaruh mutu pelayanan

terhadap tingkat kepuasan nasabah simpanan Wadi'ah pada BMT Ikhlasul Amal.

4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan beberapa pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Adakah hubungan antara mutu pelayanan dengan tingkat kepuasan nasabah pada BMT Ikhlasul Amal?
- b. Bagaimana pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan nasabah simpanan Wadi'ah pada BMT Ikhlasul Amal Karangampel?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan antar mutu pelayanan dengan tingkat kepuasan nasabah simpanan Wadi'ah pada BMT Ikhlasul Amal.
2. Untuk mengetahui pengaruh mutu pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah simpanan Wadi'ah.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis sebagai upaya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan, sehingga salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Perbankan

Islam pada Jurusan Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Cirebon.

2. Bagi BMT Ikhlasul Amal Karangampel sebagai sumbangan gagasan bagi pihak manajemen BMT dalam mengambil langkah yang tepat agar dapat meraih, mempertahankan, dan meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Bagi para pembaca dapat dijadikan bahan untuk menambah pengetahuan.

E. Kerangka Pemikiran

BMT merupakan Lembaga Keuangan Syari'ah yang mandiri dan terpadu serta berfungsi untuk mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam rangka menunjang kegiatan usaha kecil dan menengah di masyarakat. Berdirinya BMT dilatarbelakangi karena adanya tuntutan masyarakat bagi adanya lembaga keuangan yang menggunakan prinsip-prinsip Syari'ah. Prinsip dan tujuan dari didirikannya BMT adalah menyelenggarakan berbagai jenis produk pelayanan dan jasa keuangan kepada masyarakat yang terhindar dari praktek-praktek usaha yang berbau *riba*. (Engkos Sadrah, 2004: 114).

Di samping itu, BMT juga dapat dilihat sebagai salah satu instrumen Lembaga Keuangan Syari'ah, karena dari segi manajemen maupun operasionalnya BMT menggunakan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam. Dari segi konsep, BMT ditujukan untuk menjadi Lembaga Keuangan Syari'ah yang menyelenggarakan kegiatan usahanya dalam bidang pengelolaan dana dan menyalurkan kredit usaha bagi masyarakat. BMT merupakan minatur Lembaga Keuangan Syari'ah seperti

dikenal saat ini yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS). (Karnaen Perwataatmadja, 1996: 216)

BMT sebagai instansi Lembaga Keuangan Non-bank yang beroperasi dalam bidang jasa yang merupakan lembaga paling mikro harus mampu bersaing dan mempertahankan diri agar tetap berdiri dan berkembang ditengah persaingan dalam hal menarik nasabah ditengah keberadaannya antara bank-bank Syari'ah lain yang tentunya memiliki skala program yang lebih besar.

Dalam persaingan yang semakin tajam di antara perusahaan/lembaga keuangan saat ini, maka kepuasan konsumen menjadi prioritas utama dimana kepentingan konsumen/nasabah menjadi prioritas utama, dimana kepentingan dan harapan konsumen serta pelaksanaan yang dilakukan haruslah sesuai, dan perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen atau nasabah agar mereka merasa puas.

Adapun definisi jasa atau pelayanan yang dikemukakan oleh Philip Kotler (1994: 464) adalah:

"Pelayanan adalah suatu aktivitas atau pelaksanaan dari suatu kelompok yang menawarkan. Sesungguhnya tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki dari suatu produk atau secara fisik."

Definisi yang dikemukakan oleh Basu Swasta DH (1984: 318) adalah sebagai berikut:

"Barang yang tidak kentara (*intangible product*) yang dibeli dan dijual dipasar melalui suatu transaksi penukaran yang saling memuaskan."

Sedangkan definisi jasa/pelayanan yang dikemukakan oleh J. Supranto, MA (1997: 27) sebagai berikut:

"Jasa/pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan tidak terwujud dan cepat hilang, lebih cepat dirasakan daripada dimiliki. Serta konsumen atau nasabah lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut."

Dalam strategi pemasaran definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang, kondisi dan cepat lambannya perkembangan jasa akan sangat tergantung pada penilaian konsumen/nasabah terhadap kinerja dan tingkat kepuasan konsumen.

Faktor-faktor yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen di dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen/nasabah terdapat lima kriteria penentu kualitas jasa layanannya, dikemukakan oleh Philip Kotler (1994: 561) adalah:

1. Keandalan (*reability*): kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya;
2. Keresponsifan (*responsiveness*): kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggapan;
3. *assurance*, atau jaminan dari kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan dan nasabah pada perusahaan.
4. Empati (*emphaty*): syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan/nasabah;
5. Berwujud (*tangible*): penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi.

Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul dan bersaing adalah dengan memberikan jasa dengan kualitas/mutu yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan nasabah/pelanggan dibentuk dari pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan. (J. Supranto, 2000: 28)

Sedangkan kepuasan diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan haapannya. Jadi, pemberian pelayanan yang berkualitas atau bermutu akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

F. Hipotesis Penelitian

Diduga mutu pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah simpanan wadi'ah pada BMT Ikhlahul Amal Karangampel-Indramayu.

G. Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Berisikan Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kerangka Pemikiran, Hipotesis Penelitian, Sistematika Penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Berisikan Pengertian Pelayanan, Pengertian Jasa, Karakteristik Jasa, Metode Kualitas Jasa, Pengertian Kepuasan Nasabah, Pengukuran Kepuasan Nasabah, Harapan Nasabah, Pengertian BMT, Tujuan dan Fungsi BMT. Simpanan Wadi'ah.

Bab III : Metodologi Penelitian

Berisikan Jenis Data, Sumber Data, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Operasional Variabel, Teknik Analisa Data.

Bab IV : Kondisi Objektif dan Pembahasan

Berisikan Kondisi Objektif BMT Ikhlahul Amal, Susunan Organisasi BMT Ikhlahul Amal, Analisis Deskriptif Mutu Pelayanan, Analisis Deskriptif, Kepuasan Nasabah, Pengaruh Mutu Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Simpanan Wadi'ah BMT Ikhlahul Amal

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Berisikan Kesimpulan dan Saran.