

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebahagiaan merupakan tujuan utama manusia dalam kehidupan manusia. Kebahagiaan itu akan dicapai apabila segala kebutuhan hidup dapat terpenuhi baik secara spiritual serta material, dalam jangka pendek maupun panjang. Terpenuhinya akan menempatkan manusia berada dalam suatu keadaan yang disebut sebagai sejahtera. Pemenuhan kesejahteraan ini sering banyak mendapatkan hambatan karena adanya keterbatasan sumber daya alam maupun keterbatasan pengetahuan dan keterampilan manusia.

Pelanggan mengkonsumsi produk, baik barang maupun jasa, karena didorong oleh berbagai motif. Motif tersebut bersifat rasional, selektif dan emosional. Lebih dominan mana sifat yang mendorong pelanggan untuk mengkonsumsi, tergantung oleh kebiasaan membeli (*buying habit*) yang berasal dari pelanggan itu sendiri. Motif pembelian dalam pendekatan syariah perlu Q.S Al Furqan ayat 67 sebagai berikut :¹

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya : “ Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian” (Q.S Al Furqan:67).²

Lebih lanjut mari kita perhatikan QS Al Israa ayat 26 sebagai berikut :

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ نَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾

Artinya : “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”.(QS Al Israa:26).³

¹ Buchari Alma dan Priansa, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Alfabeta, Bandung, 2014, hal. 129.

² Al Quran Surat Al Furqan ayat 62, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*, Departemen Agama RI, PT. Toha Putra, Semarang, 1997, hal. 447.

³ Al Quran Surat Al Israa ayat 26, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*, Departemen Agama RI, PT. Toha Putra, Semarang, 1997, hal. 156.

Persaingan di era globalisasi dan informasi baik untuk perusahaan yang bermain di pasar domestik atau merambah ke pasaran internasional sangat ketat. Perusahaan yang ingin berkembang dan ada terus di pasar harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya disamping barang dan jasa yang bermutu baik, harga yang lebih murah, serta penyerahan barang atau jasa yang lebih cepat dibandingkan dengan pesaingnya. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.⁴

Kualitas yang memuaskan bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan, adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah merupakan hal penting. Dengan adanya perbankan syariah yang telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dengan meningkatkan mutu pelayanan oleh suatu perusahaan perbankan merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah. Sehingga kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.⁵

Untuk menganalisis kualitas jasa dapat dilakukan dengan mengkuantifikasi dimensi kualitas dengan menggunakan skala Likert pada kuesioner yang disebarikan kepada responden. Zeithaml, dkk. sebagaimana dikutip Handoko mengukur kualitas jasa dengan mengetahui perbedaan/gap antara harapan dengan persepsi pelanggan. Hal ini sesuai dengan definisi

⁴ Herni Justiana, Analisis Kepuasan Konsumen (SERVQUAL Model dan *Important Performance Analysis Model*), *Jurnal Media*, November 2012, hal. 1.

⁵ Dini Ratih Priyanti, Analisis Mutu Pelayanan di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Unit Usaha Syariah – Bank Permata), *jurnal Magister Manajemen*, Universitas Gunadarma, 2010, hal. 1.

kualitas pelayanan, yaitu derajat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja jasa yang diterimanya.⁶

Perbankan / lembaga keuangan Syariah merupakan contoh dari perusahaan jasa yang mempunyai kewajiban memuaskan nasabahnya dalam rangka menghadapi persaingan yang semakin berat. Dengan pelayanan yang berorientasi kepada kepuasan anggota, maka anggota akan merasa loyal kepada bank sehingga bank dapat mempertahankan anggotanya untuk tidak meninggalkan bank (beralih kepada bank lainnya) serta dengan pelayanan yang berorientasi kepada kepuasan anggota, maka anggota akan menceritakan mengenai pelayanan bank yang memuaskan kepada orang lain yang pada akhirnya merupakan sarana promosi yang efektif tanpa mengeluarkan biaya. Kepuasan tersebut dapat berupa kerahasiaan (*secrecy*), keamanan (*safety*), kebanggaan (*status*) dan juga kemudahan (*convenience*).

Tujuan setiap pemasaran adalah menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen puas terhadap barang tersebut atau terhadap pelayanan toko tersebut, konsumen akan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen tidak puas, dia tidak akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan reaksi negatif serta menginformasikan reaksi negatif itu kepada keluarga, sahabat, sehingga pemasaran produk tersebut tidak mencapai sasaran. Hal ini dapat menimbulkan kegagalan bagi perusahaan.⁷

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam hal ini ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Pada prinsipnya, definisi kualitas pelayanan

⁶ Handoko, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Sistem Informasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus STMIK AMIKOM Yogyakarta Dan AMIKOM Cipta Darma Surakarta), *Among Makarti*, Vol.4 No.8, Desember 2011, hal. 2.

⁷ Nana herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Pustaka Setia, Bandung, 2013, hal. 242.

berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.⁸

Meningkatnya perkembangan usaha kecil dan menengah, menyebabkan semakin meningkatnya taraf kemakmuran perekonomian masyarakat. Namun, perkembangan usaha kecil dan menengah tersebut tidak disertai dengan tingkat modal yang mencukupi, sehingga bmt menawarkan kebijakan kepada pelaku usaha kecil dan menengah dengan dua jenis pembiayaan yaitu jenis pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *murabahah*.

Pembiayaan *murabahah* merupakan kerjasama antara pihak bank dengan nasabah, dimana dana 100% dari pihak bank dan keuntungan dibagi menurut akad/perjanjian. Dengan kata lain modal disediakan oleh pihak bank sedangkan nasabah menjalankan usahanya. Pembiayaan *murabahah* dapat dilakukan untuk membiayai suatu proyek bersama antara nasabah dengan bank. Nasabah *debitur* dapat mengajukan proposal kepada bank syariah untuk mendanai suatu proyek tertentu atau usaha tertentu dan kemudian akan disepakati berapa modal dari bank dan berapa modal dari nasabah *kreditur* serta akan ditentukan bagi hasilnya bagi masing-masing pihak berdasarkan persentase pendapatan atau keuntungan bersih dari proyek atau usaha tersebut sesuai kesepakatan.

Prinsip bagi hasil (*murabahah*) merupakan suatu ketentuan dalam suatu pembiayaan yang telah disepakati bersama antara bank (*shahibul maal*) dengan pihak pengelola dana yang berdasar syariah. Jika terjadi kerugian dalam usaha, maka hal tersebut sebagai reduksi atas modal dan ditanggung oleh pemilik modal itu sendiri. Berbeda dengan *musyarakah*, keuntungan dan kerugian akan dibagi diantara kedua pihak sesuai dengan proporsi pada modal yang diinvestasikan. Salah satu yang menjadi alasan mengapa semakin banyak masyarakat yang memakai produk BMT adalah menghindari sistem bunga yang diharamkan karena mengandung unsur riba.

⁸ Teuku Aliansyah, dkk, Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh, *Jurnal Manajemen*, Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, Volume 1, No. 1, November 2012, hal. 38.

BMT harus berfikir cerdas, tidak hanya berfikir apa yang dijual tetapi yang akan dibeli anggotanya. Dengan demikian pihak penyedia jasa harus mampu memberikan perhatian penuh pada *service quality* (SERVQUAL) sehingga tujuan pembelian dari anggota dapat terpenuhi. Skala SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry sebagaimana dikutip Justiana dalam serangkaian penelitian terhadap enam perusahaan jasa menunjukkan bahwa perbedaan antara harapan konsumen mengenai kinerja dari perusahaan dan penilaian konsumen mengenai kinerja aktual memberikan suatu persepsi konsumen atas kualitas jasa. Dalam konteks pengukuran variabel kualitas pelayanan, Parasuraman, Zeithaml dan Berry sebagaimana dikutip Justiana mengidentifikasi lima dimensi ukuran kualitas layanan yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti langsung), dan *empathy* (empati). Pengukuran semacam ini dikenal sebagai model *service quality* (SERVQUAL).⁹

BMT Makmur Mandiri Kudus adalah Lembaga Keuangan yang konsisten pada sistem syariah, BMT Makmur Mandiri Kudus merupakan pengembangan dari manajemen sebelumnya walaupun BMT tersebut masih eksis, tetapi mempunyai segmen pasar yang berbeda. Keamanan anggota di BMT Makmur Mandiri Kudus ditinjau dari sisi hukum lebih tinggi, tetapi sekali lagi untuk anggota/ anggota dan calon anggota pada lembaga keuangan syariah lebih pada ikatan emosional religius. Walaupun rasa aman ditinjau dari sisi religius, persaingan antar lembaga keuangan syariah tetap harus diperhatikan. Kualitas pelayanan yang diberikan berbeda ataukah sama walaupun status hukum sudah lebih tinggi harus menjadi prioritas dari manajemen BMT Makmur Mandiri Kudus.

Hasil observasi tersebut diperoleh dari kotak saran yang ada di kantor BMT Makmur Mandiri Kudus, keluhan anggota berarti merupakan ketidakpuasan anggota misalnya pada permasalahan bagian *marketing* yang kadang datang tidak tepat pada waktunya, selain itu hasil kotak saran juga menunjukkan bahwa *customer service* dalam melayani anggota kadang tidak ramah atau tidak bisa tersenyum. Meskipun jumlah keluhan setiap bulannya mengalami naik turun, namun demikian hal tersebut secara umum mengurangi

⁹ Herni Justiana, *Op. cit*, hal. 3.

kepuasan anggota. Dari uraian diatas *problem statement* yang terjadi, maka *research problem* untuk menguji secara empirik lima dimensi ukuran kualitas layanan model *service quality (SERVQUAL)*, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti langsung), dan *empathy* (empati). Pertanyaan penelitian (*research question*) bagaimana kualitas pelayanan ditinjau dari kepuasan anggota BMT Makmur Mandiri Kudus.

Berdasarkan latar belakang di atas dan didukung oleh penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengambil judul "**Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus KJKS BMT Makmur Mandiri Undaan Kudus)**".

B. Fokus Penelitian

Pada umumnya, jika dilihat dari gejala yang bersifat holistik (menyeluruh dan tidak dapat dipisahkan), sehingga peneliti tidak hanya mendapatkan hasil penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian saja, namun keseluruhan situasi sosial yang diteliti yang meliputi aspek tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktifitas (*activity*) yang ketiganya saling berinteraksi secara sinergis.

Dalam hal ini, situasi sosial yang meliputi tempat yaitu di kantor, di pasar, nasabah, manajer, karyawan sebagai pelaku dan aktifitasnya meliputi analisis pembiayaan murabahah dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini, fokus penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Tempat (*Place*)

Tempat penelitian ini terletak di BMT Makmur Mandiri Undaan Kudus yang berlokasi di kabupaten Kudus, kecamatan Undaan.

2. Pelaku (*Actor*)

Pelaku yang diutamakan adalah nasabah, manajer, karyawan, terutama yang berada di BMT Makmur Mandiri Undaan Kudus.

3. Aktivitas (*Activity*)

Aktivitas yang menjadi fokus penelitian ini adalah analisis pembiayaan murabahah dalam meningkatkan kepuasan nasabah KJKS BMT Makmur Mandiri Undaan Kudus.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan pembiayaan murabahah pada BMT Makmur Mandiri Undaan Kudus?
2. Bagaimanakah kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan pembiayaan murabahah BMT Makmur Mandiri Undaan Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pembiayaan murabahah pada BMT Makmur Mandiri Undaan Kudus.
2. Untuk mengetahui kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan pembiayaan murabahah BMT Makmur Mandiri Undaan Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah diharapkan :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk literatur Keilmuan Ekonomi : hasil penelitian diharapkan dapat menyumbang pemikiran secara teoritis dan ilmiah dalam pengembangan pengetahuan mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Manfaat Praktis
 - a. Untuk koperasi : Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi BMT dalam meningkatkan kepuasan nasabah terhadap pembiayaan murabahah. Menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi dalam menentukan kebijakan - kebijakan peningkatan kepuasan nasabah

terhadap pembiayaan murabahah dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan loyalitas anggota dan menyejahterakan anggota BMT.

- b. Untuk masyarakat : hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan sebagai pengetahuan bagi masyarakat mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap pembiayaan murabahah.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun :

1. Bagian pendahuluan

Bagian pendahuluan ini berisikan halamn judul, halaman pengesahan, halaman motto dan halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel dan daftar lampiran.

2. Bagian isi

Bagian isi terdiri dari 5 Bab yaitu pendahuluan, landasan teori, metode penelitian, hasil penelitian, pembahasan dan penutup.

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisikan tentang tentang latar belakang masalah, permasalahan, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB II : Landasan teori

Bab II berisi tinjauan pustaka yang berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penyusunan skripsi meliputi teori kepuasan anggota, kualitas pelayanan, penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran. Landasan teori ini digunakan sebagai landasan berfikir untuk melaksanakan

penelitian dan di gunakan sebagai pedoman dalam melaksanakan penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Analisis

Pada bab ini disajikan analisis data yang diperoleh kemudian data tersebut dapat menunjukkan mengenai hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini berisikan rangkuman hasil penelitian yang ditarik kesimpulan dari analisis data dan pembahasan. Saran berisi perbaikan yang berkaitan dengan penelitian.

3. Bagian Akhir

Bagian ini berisikan daftar pustaka yang digunakan sebagai rujukan dalam penulisan skripsi dan lampiran-lampiran yang mendukung isi skripsi.

