

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnaen A. Perwata atmadja, M. Dawam Rahardjo, A.M Saefudin, M. Amien Azis, dan lain-lain. Beberapa uji coba pada skala yang relatif telah diwujudkan. Diantaranya adalah Baitut Tamwil – Salman, Bandung, yang sempat tumbuh mengesahkan.¹

Baitul Mall Wat Tamwil adalah lembaga ekonomi atau syariah nonperbankan yang sifatnya informal karena lembaga ini didirikan oleh kelompok swadaya masyarakat yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya.²

Baitul Mall Wat Tamwil yang kini masih berdiri kokoh di tengah-tengah pesatnya persaingan global lembaga keuangan syariah lainnya adalah KSPPS BMT Mutiara Umat Kudus, yang bertempat di Jl. Besito Raya, Besito Rt 01 Rw 05 Gebog Kudus. Tlp. (0291) 4254810 badan Hukum : No. 503/199/BH/21/2008. Tujuan dari didirikannya KSPPS BMT Mutiara Umat Kudus adalah untuk memberikan kesejahteraan bagi umat Islam khususnya bagi para anggotanya maupun masyarakat sekitar dengan pelaksanaan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang semakin tergerus dengan adanya kapitalisme. Untuk meningkatkan kesejahteraan nasabah, KSPPS BMT Mutiara Umat Sejahtera Kudus juga harus meningkatkan kualitasnya yang ada yaitu dengan memberikan atribut produk,

¹Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 25.

²Nurul Huda, dkk., *Baitul Mal Wa Tamwil* (Jakarta: AMZAH, 2016), 35.

kualitas pelayanan, dan penerapan nilai Islam agar bisa memberikan kepuasan kepada nasabah.

Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang.³

Baitul Mall Wat Tamwil juga menawarkan nasabah dengan beragam produk. Hanya saja bedanya dengan bank konvensional adalah dalam hal penentuan harga, baik harga terhadap harga jual maupun harga belinya. Produk-produk yang ditawarkan tentunya sudah sangat islami, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kalau didefinisikan secara luas, produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud.⁴

Tjiptono mengatakan produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan, cerminan inovasi, alat pembina citra (jaminan kualitas) dan alat mengendalikan pasar.⁵ Pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan pendefinisian manfaat yang akan ditawarkan produk dan jasa tersebut.

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2009), 14.

⁴ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri: *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Rajawali Pers, 1981), 153.

⁵ Hizkia B. Anis, dkk. "Atribut Produk dan Bauran Promosi pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio," *Jurnal EMBA 2*, no. 1 (2014): 254-263.

Atribut produk Islam yang melekat pada produk dan layanan yang ditawarkan, semakin menonjolkan lembaga keuangan syariah terutama unsur-unsur penting yang khas dari produk tersebut sebagai lembaga keuangan yang berpedoman syariah dengan memberikan jaminan bahwa tidak adanya riba.

Pelayanan nasabah diberikan oleh berbagai pihak yaitu *customer service* (CS) yang berperan sangat penting, tugas utamanya adalah memberikan pelayanan dan membina pelayanan, melayani para nasabah dan selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah dengan baik dan menjadikan nasabah puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Pelayanan juga diberikan oleh *teller*. *Teller* lebih banyak berhubungan kepada nasabah dalam bidang penyetoran dan penarikan uang nasabah, akan tetapi walaupun peran *teller* tidak sama dengan CS, *teller* juga dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap para nasabah. Daya tanggap dari seorang karyawan dalam merespon dan membantu konsumen untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap merupakan suatu alat pengukur sederhana dalam kualitas pelayanan yang ada di lembaga keuangan syariah tersebut.

Tantangan yang kini masih banyak dihadapi lembaga keuangan syariah adalah adanya nasabah yang menganggap lembaga keuangan syariah hanya sekedar lembaga keuangan konvensional yang ditambah label syariah. Tantangan lain untuk lembaga keuangan syariah adalah bagaimana menonjolkan ciri khas lembaga keuangan syariah, yakni lembaga yang secara langsung membangun sektor riil dengan prinsip keadilan.

Nilai-nilai sistem perekonomian Islam akan menjadi baik bila menggunakan kerangka kerja atau acuan-acuan Islami, salah satu ayat Al-Qur'an yang menjelaskan tentang kerangka kerja perekonomian islam yaitu:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
 خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya “Hai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan karena sesungguhnya setan itu adalah musuh nyata bagimu.” (Q.S Al-Baqarah: 168).⁶

Upaya pengembangan sistem ekonomi berdasarkan nilai Islam adalah dengan prinsip-prinsipnya dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan. Dalam praktek lembaga keuangan syariah nilai Islam harus dijalankan karena setiap akad (transaksi) harus benar-benar memperhatikan keadilan dan sedapat mungkin menghindari perasaan tidak adil, oleh karenanya harus ada saling ridha dari masing-masing pihak.

Lembaga keuangan syariah di lihat dari sisi produknya, hampir sama mulai dari jenis, akad, deposito dan giro, tetapi yang membedakan adalah bagaimana suatu lembaga keuangan syariah tersebut bisa memberikan keunggulan-keunggulan tersendiri bagi produk-produk termasuk salah satunya menerapkan nilai-nilai Islam. Disamping itu lembaga keuangan syariah juga harus tanggap dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya melalui pelayanan yang prima agar memberikan kepuasan dan mampu bersaing dengan baik.

Berbagai peneliti memiliki pandangan sendiri dalam hal atribut produk, kualitas pelayanan dan penerapan nilai Islam. Terdapat kesenjangan temuan (*researchgap*) yaitu penelitian terkait faktor yang mempengaruhi kepuasan dari segi atribut produk yang

⁶Al-Qur'an, Al-Baqarah 168, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Departemen Agama RI, Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, 2006), 24.

dilakukan oleh Sesria Emita dengan judul “Atribut Produk yang di Pertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik Wardah dan Pengaruhnya pada Kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen STIE KBP Padang” bahwa Atribut produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.⁷ Kemudian penelitian yang di lakukan oleh Rustam H. Harun dengan judul “Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Simpedes Pada BRI Unit Kantor Cabang Palu” menyatakan bahwa atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Simpedes BRI Unit Kantor Cabang Palu.⁸

Kemudian penelitian yang di lakukan oleh Viona Aprilya yang berjudul “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J.CO Cabang Padang” menunjukkan kendala (reliability) daya tanggap (responsiviness), jaminan (assurance), empati (emphaty) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.⁹ Sedangkan pada penelitian yang di lakukan oleh Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan.” Hasil penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan.

Penerapan nilai Islam di lihat dari penelitian yang di lakukan oleh Muhammad Wahyudin dan Nurul Ainun. “Implementasi Nilai-nilai Islam dalam

⁷ Sesria Emita, “Atribut Produk yang di Pertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik Wardah dan Pengaruhnya pada Kepuasan Mahasiswa Jurusan Manajemen STIE KBP Padang,” osf.io, 19 April, 2020, <https://osf.io/872ds>.

⁸ Rustam H. Harun, “Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah,” Jurnal Katalogis 3, no. 3 (2015): 150.

⁹ Viona Aprilya, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J.CO Cabang Padang,” Jurnal Manajeme 2. No. 1 (2013): 16.

Manajemen Laba Efisien Perbankan Syariah.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lima bank syariah di Indonesia melakukan praktik manajemen laba efisien dan dalam manajemen sistem operasionalnya telah sesuai dengan nilai-nilai Islam dan berpengaruh terhadap kepuasan.¹⁰

Lembaga keuangan syariah di dalam bisnis harus mengutamakan kepuasan nasabah, karena hal itu yang menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha lembaga. Nasabah yang tidak puas tentu tidak akan mengulangi lagi memilih jasa lembaga keuangan syariah yang sama, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan jasa lembaga keuangan syariah lain (pesaing), sehingga membuat nasabah memiliki banyak perbandingan untuk memilih lembaga keuangan mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya.

Berdasarkan dialog dengan nasabah KSPPS BMT Mutiara Umat Sejahtera Kudus mengatakan bahwa nasabah merasa kurang puas dari segi atribut produk yang diberikan karena nasabah masih beranggapan bahwa produk yang diberikan sama saja dengan bank konvensional, hanya saja di tambah label atau atribut syariah yang belum sepenuhnya terbebas dari riba, sedangkan dari segi kualitas pelayanan yang diberikan, nasabah merasa masih kurang puas, dikarenakan dalam sistem operasionalnya masih menggunakan manual, sehingga nasabah terlalu lama untuk menunggu. Meskipun di KSPPS BMT Mutiara Umat Sejahtera Kudus memiliki keunggulan dari segi nilai Islam yang diterapkan dalam kegiatan operasionalnya.¹¹

Berdasarkan latar belakang di atas di dukung oleh penelitian sebelumnya maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Pelayanan dan Penerapan Nilai**

¹⁰Muhammad Wahyuddin Abdullah dan Nurul Ainun, *“Implementasi Nilai-nilai Islam dalam Manajemen Laba Efisien Perbankan Syariah di Indonesia,”* Al-Ulum 17, No. 1 (2017): 82.

¹¹Hasil Observasi dengan nasabah KSPPS BMT Mutiara Umat Kudus, pada 25 Oktober 2019.

Islam terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada KSPPS BMT Mutiara Umat Sejahtera Kudus).”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah atribut produk mempengaruhi terhadap tingkat kepuasan nasabah pada KSPPS BMT Mutiara Umat Sejahtera Kudus?
2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BMT Mutiara Umat SejahteraKudus?
3. Apakah penerapan nilai Islam mempengaruhi terhadap tingkat kepuasan nasabah pada KSPPS BMT Mutiara Umat Sejahtera Kudus?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh atribut produk terhadap tingkat kepuasan nasabah pada KSPPS BMT Mutiara Umat Sejahtera Kudus.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di KSPPS BMT Mutiara Umat SejahteraKudus.
3. Untuk menguji pengaruh penerapan nilai Islam terhadap tingkat kepuasan nasabah pada KSPPS BMT Mutiara Umat Sejahtera Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan, sumber ataupun referensi untuk penelitian ilmiah selanjutnya khususnya penelitian tentang atribut produk, kualitas pelayanan dan penerapan nilai Islam.
 - b. Penelitian ini dapat memberikan khasanah dalam rangka pengembangan ilmu ekonomi, khususnya dalam manajemen organisasi atau instansi.

2. Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran bagi perusahaan atau organisasi atau instansi lain terkait dalam peningkatan kualitas Lembaga Keuangan Syariah yang unggul.
 - b. Penelitian ini diharapkan bisa jadi bahan masukan bagi pihak KSPPS khususnya dalam hal atribut produk, kualitas pelayanan, dan penerapan nilai islam guna untuk memberikan kepuasan nasabah.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun penelitian ini dibagi menjadi 3 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian yang berada sebelum tubuh kerangka yang meliputi halaman judul.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini terdiri dari tiga bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi teori yang meliputi atribut produk, kualitas pelayanan, nilai islam dan kepuasan. Selain itu juga menjelaskan tentang penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi jenis dan pendekatan penelitian, *setting* penelitian, populasi

dan sampel penelitian, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, dan teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian tentang gambaran obyek penelitian dan analisis data yang di uji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji pra syarat, dan uji hipotesis. Kemudian pembahasan menggunakan komparasi A2 dengan teori/penelitian lain).

BAB V : PENUTUP

Bab terakhir ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian ini, dan saran-saran yang peneliti utarakan sebagai wujud tindak lanjut dari adanya penelitian ini.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir berisikan daftar pustaka dan lampiran-lampiran berupa Olah Data Analisis dan Statistik.