

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu alasan utama dari berdirinya organisasi adalah untuk mencapai suatu tujuan. Usaha untuk mencapai suatu tujuan tersebut dilaksanakan melalui pelaksanaan berbagai macam tugas. Berbagai macam tugas itu tentunya berbeda-beda dan dilakukan oleh orang yang berbeda pula, dan tugas-tugas itu dilakukan secara efektif dan efisien untuk membantu organisasi mencapai tujuannya.

Supaya bisa efektif dan efisien tugas-tugas itu harus dilakukan oleh orang atau pelaksana yang tepat, yang memiliki kemampuan sesuai dengan beban yang harus dilaksanakan, sehingga para pelaksana memiliki dorongan atau motivasi yang tinggi untuk pelaksana. Selain dipengaruhi oleh adanya kesesuaian dengan kemampuan, juga harus sesuai dengan ganjaran yang diterima, dan tidak ada hambatan-hambatan yang serius dalam pelaksanaan.

Pada era globalisasi ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, baik pasar nasional maupun pasar internasional. Persaingan ini menuntut perusahaan dan pebisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar tetap eksis di dunianya. Produk yang dihasilkan tidak lepas dari unsur pelayanan, baik sebagai jasa ataupun produk pelengkapanya saja. Kepuasan

pelanggan merupakan salah satu strategi untuk menarik simpati kepada para anggota/nasabah. Karena anggota telah pandai memilih produk mana yang dapat memberikan keuntungan yang lebih tinggi, serta pelayanan yang memuaskan.

Seperti perusahaan jasa yang lain, BMT juga melayani nasabah atau pelanggan untuk menjalankan usahanya. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, pada akhirnya akan berujung pada nilai yang diberikan oleh pelanggan atau nasabah mengenai perasaan puas atau tidaknya. Pada saat ini, perusahaan akan menyadari betapa pentingnya kepuasan pelanggan atau nasabah. Oleh karena itu, kepuasan kepada pelanggan menjadi perhatian penting dalam setiap perusahaan untuk memenangkan persaingan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan pelanggan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.¹Peningkatan kepuasan pelanggan sangat dibutuhkan dalam persaingan pasar yang semakin tajam. Oleh karena itu, banyak perusahaan akan selalu berupaya memantau kepuasan pelanggan yang sangat berpengaruh atas tingkat loyalitas dan profitabilitas pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja yang dirasakan/diterima dari produk dan jasa atau

¹ Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, hal. 35

servis pendukung serta standar yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi kinerja itu.² Sehingga dapat di ambil kesimpulan bahwa, kepuasan pelanggan atau nasabah merupakan persepsi pelanggan atau nasabah bahwa keinginannya sudah terpenuhi atau terlampaui. Sehingga kepuasan pelanggan akan tercapai apabila produk atau jasa sudah memenuhi keinginan pelanggan. Oleh sebab itu, perusahaan sekarang menyadari pentingnya sebuah pelanggan bagi perusahaannya dan mereka berupaya keras untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Bahkan pelanggan sekarang sudah dianggap sebagai raja yang harus dipenuhi segala kebutuhannya. Pelanggan dibuat senyaman mungkin dengan keramah-tamahan dan sopan santun karyawan. Pelanggan juga dibuat nyaman dengan ruangan yang santai dan tidak membosankan.

Berdasarkan pada kebutuhan untuk pemerataan ekonomi, maka lahirlah lembaga keuangan nonbank yang disebut dengan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). BMT merupakan kepanjangan dari Baitul Maal Wat Tamwil. Secara harifah baitul maal merupakan rumah dana dan baitut tamwil merupakan rumah usaha.³ Baitul Mal pertama kali didirikan oleh Nabi Muhammad SAW sebagai lembaga bisnis dan sosial. Sedangkan fungsi dari

²Sofjan Assauri, *Strategik Marketing*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012, hal. 11

³Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil*, Yogyakarta: UII Pers, 2004, hal. 126

Baitul Maal Wat Tamwil sendiri dalam konsep islam merupakan lembaga keuangan syariah yang memiliki dimensi sosial dan produktif dalam skala nasional bahkan global.

Untuk mempertahankan nasabah serta meningkatkan kepuasan pelanggan maka BMT harus menjaga citra positif dimata masyarakat. Hal ini dapat dilakukan melalui kualitas pelayanan, kualitas produk dan kuliatas keamanan. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan maka BMT memerlukan pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *excellent service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut pelayanan yang sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan.⁴Seorang yang dalam pekerjaannya secara langsung berhadapan dengan nasabah harus siap secara fisik maupun mental sebelum memulai pekerjaan tersebut. Ketidaksiapan dalam hal ini akan berpengaruh besar pada hasil kerja dan kepuasan nasabah.⁵

Suryadi Prawirosentono mengatakan bahwa kinerja adalah hasil kerja yang dicapai seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi atau perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka mencapai tujuan

⁴M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, hal. 211

⁵Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999 hal. 8

organisasi secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika.⁶Setiap kinerja karyawan harus memiliki etika atau moral yang baik, karena etika menurut Hamzah Ya'kub ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran.⁷ Manusia memiliki peranan penting dalam ekonomi mereka menjadikan moral sebagai hukum dalam etika bisnis sebagai basik yang harus dijalankan semua orang.

Etika kerja adalah acuan yang dipakai oleh suatu individu atau perusahaan sebagai pedoman dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya, agar kegiatan yang mereka lakukan tidak merugikan individu atau lembaga yang lain. Dalam semua hubungan, kepercayaan adalah unsur dasar. Kepercayaan diciptakan dari kejujuran. Kejujuran adalah satu kualitas yang paling sulit dari karakter untuk dicapai di dalam bisnis, keluarga, atau dimanapun gelanggang tempat orang-orang berminat untuk melakukan persaingan dengan pihak-pihak lain.⁸Oleh karena itu, karyawan dalam melayani nasabah harus dengan etika yang baik agar nasabah merasa nyaman ketika melakukan transaksi.

⁶Hadari Nawawi, *Evaluasi dan Manajemen Kinerja Di Lingkungan Perusahaan dan Industri*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006, hal 62

⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Pers, 2008, hal. 11

⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syari'ah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syar'h*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, hal. 18

Menurut Muchamad Arif Ludfi pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya dari keseluruhan karyawan yang bekerja di *fron office* atau yang berhadapan langsung dengan anggota dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga para karyawan di *back office* atau yang menghasilkan pelayanan dibelakang layar yang tidak kelihatan oleh nasabah. Dengan demikian, diharapkan BMT menjadi lebih tahu atas apa yang diharapkan oleh nasabah, sehingga pihak BMT dapat menerapkan kepada produk mereka yang bergerak di bidang jasa, karena jasa harus menciptakan pelayanan penuh yang dapat memuaskan nasabah, sehingga dengan demikian nasabah memiliki minat, yaitu kemauan ataupun keinginan untuk menjadi anggota.⁹

Hal ini dikarenakan anggota yang merasa bahwa produk jasa dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh BMT sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Tahap yang dilalui dalam proses keputusan menjadi anggota adalah :¹⁰

- a. Keputusan menjadi anggota yaitu pada saat anggota melihat strategi dan alternative dari layanan kredit (prosedur pemberian kredit), produk, dan kualitas pelayanan yang ditawarkan membentuk minat menjadi anggota dan anggota akan

⁹Muhammad Arif Ludfi, dengan judul “Pengaruh Kinerja karyawan terhadap Kepercayaan Anggota BMT Asy-Syifa Weleri Kendal”, 2015, Skripsi, UIN Walisongo Semarang

¹⁰ Muhammad Arif Ludfi, dengan judul “Pengaruh Kinerja karyawan terhadap Kepercayaan Anggota BMT Asy-Syifa Weleri Kendal”, 2015, Skripsi, UIN Walisongo Semarang

menjatuhkan pilihan sesuai dengan apa yang diinginkan dan disukai.

- b. Perilaku dari anggota yaitu anggota akan mengalami dua hal yaitu akan mengalami tingkat kepuasan untuk menjadi anggota atau ketidakpuasan menjadi anggota.

Keberhasilan suatu BMT dalam menjalankan kegiatan operasionalnya salah satunya dengan cara meningkatkan kepuasan nasabah terhadap BMT itu. Tingkat kepuasan nasabah terhadap suatu produk pasti akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menentukan kenyamanan di BMT tersebut. Begitu juga dengan KJKS BMT Al Fath Pati menuntut para karyawannya untuk memaksimalkan kinerjanya dalam melayani nasabah, agar KJKS BMT Al Fath Pati tidak kalah saing dengan lembaga keuangan syariah yang lain. KJKS BMT Al Fath Pati juga berharap agar karyawannya memiliki ilmu pengetahuan yang tinggi agar dapat ikut serta dalam memajukan perkembangan BMT. Selain ilmu pengetahuan yang tinggi, karyawan juga harus memiliki kepribadian yang baik agar nasabah tertarik dengan KJKS BMT Al Fath Pati.

KJKS BMT Al Fath Pati merupakan lembaga keuangan syariah non bank yang dalam kegiatannya mengutamakan kepuasan nasabah yaitu dengan memberikan pelayanan sebagai berikut:

1. Pelayanan simpanan meliputi simpanan berjangka, simpanan peduli siswa, simpanan qurban, simpanan syariah dan simpanan ziarah.
2. Pelayanan pembiayaan, meliputi pembiayaan mudharabah, pembiayaan musyarakah, dan pembiayaan ijarah multi jasa.
3. Pelayanan jasa, meliputi pembayaran listrik dan travel dan umroh.

KJKS BMT Al Fath Pati yang berada di Desa Pesagen Kecamatan Gunungwungkal, merupakan salah satu BMT yang masih berkembang di Kecamatan tersebut. KJKS BMT Al Fath Pati kegiatannya melayani masyarakat di sekitar Pati berjalan cukup baik diberbagai bidang, terutama di bidang pelayanan. Berdasarkan informasi yang di dapat dari hasil pengamatan dan wawancara dengan beberapa nasabah KJKS BMT Al Fath Pati, nasabah merasa masih kurang puas dengan pelayanan yang diberikan karyawan KJKS BMT Al Fath Pati. Berikut hasil wawancara dengan beberapa narasumber (nasabah):

- a. Siti utami mengatakan masih kurang puas dengan kinerja karyawan KJKS BMT Al Fath, karena karyawan KJKS BMT Al Fath dalam melayani nasabah masih kurang ramah.¹¹
- b. Surti mengatakan bahwa kurang puas dengan kinerja karyawan KJKS BMT Al Fath Pati, terutama pada bagian marketing

¹¹ Wawancara dengan Siti Utami, tanggal: 25 okotber 2016

dikarenakan karyawan tersebut masih kurang ramah dalam melayani nasabah.¹²

- c. Sedangkan dari Ibu Suwati berpendapat sulitnya melakukan transaksi pembiayaan dalam hal kelengkapan persyaratan administrasi, karena kondisi ibu Suwati yang kurang mampu dan berkeinginan untuk mendapatkan pinjaman yang diberikan tidak terwujud.¹³
- d. Nur Jannah sudah puas dengan pelayanan yang ada di BMT Al Fath. Mbak Nur Jannah juga mengatakan produk yang diberikan tidak ada masalah akan tetapi beliau menyarankan BMT untuk meningkatkan kinerja karyawan agar nasabah merasa senang dan puas dengan pelayanan dan produk dari BMT dan nasabah yang sudah ada tidak pindah ke BMT atau lembaga keuangan yang lain, dan untuk menarik nasabah baru untuk datang ke KJKS BMT Al Fath Pati.¹⁴
- e. Siti Jumiah mengatakan jika karyawan masih kurang cekatan dalam melayani nasabah.¹⁵

Dari informasi itu, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah masih ada yang kurang puas dengan kinerja karyawan KJKS BMT Al Fath Pati. Dan nasabah KJKS BMT Al Fath Pati setiap tahunnya mengalami peningkatan yang kurang maksimal. Berikut

¹² Wawancara dengan Surti, tanggal: 25 oktober 2016

¹³ Wawancara dengan Suwati, tanggal: 25 oktober 2016

¹⁴ Wawancara dengan Nur Jannah, tanggal: 25 oktober 2016

¹⁵ Wawancara dengan Siti Jumiah, tanggal 25 oktober 2016

merupakan data nasabah KJKS BMT AL Fath dari tahun 2013 sampai 2016.

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah dari Tahun 2013 - 2016

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase kenaikan
1	2013	4746	-
2	2014	5141	7,7%
3	2015	5398	4,8%
4	2016	5426	0,51%

Sumber: Arsip KJKS BMT Al Fath.

Berdasarkan tabel di atas, perkembangan nasabah KJKS BMT Al Fath Pati bila di presentasikan dari tahun 2013 sampai 2016 setiap tahunnya mengalami penurunan yang dimulai dari tahun 2015. Pada awalnya ditahun 2014 persentasenya 7,7% menjadi 4,8%, dikarenakan setiap tahunnya nasabah baru KJKS BMT Al Fath Pati mengalami penurunan nasabah yaitu selisih di tahun 2014 nasabah 395 dan ditahun 2015 sebanyak 257. Terjadinya penurunan nasabah berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan beberapa nasabah, menyatakan bahwa nasabah merasa masih kurang puas dengan pelayanan KJKS BMT Al Fath Pati karena adanya pelayanan yang diberikan karyawan kurang maksimal, meliputi:Kedisiplinan, kedisiplian yang dimaksud adalah kedatangan karyawan KJKS BMT Al Fath pati sering terlambat. Keramahan dan kesompanan, karyawan KJKS BMT Al

Fath Pati masih ada yang kurang ramah dan sopan dalam melayani nasabah. Kecekatan, dalam hal ini karyawan KJKS BMT Al Fath pati masih kurang cekatan dalam melayani nasabah.

Hal tersebut yang menjadi permasalahan bagi KJKS BMT Al Fath Pati. Oleh karena itu, manager KJKS BMT Al Fath Pati mengupayakan untuk lebih meningkatkan kinerja karyawannya, terutama dari segi pelayanan. Hal-hal tersebut bertujuan agar kepuasan nasabah lebih maksimal dan nasabah tertarik untuk menabung di KJKS BMT Al Fath Pati dan tidak berpindah ke lembaga keuangan yang lain. Oleh karena itu, penulis memilih KJKS BMT Al Fath Pati sebagai tempat penelitian. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH KINERJA dan ETIKA KERJA ISLAM KARYAWAN BAGIAN MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH KJKS BMT AL FATH PATI”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka, pokok permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah KJKS BMT Al Fath ?
2. Seberapa besar pengaruh etika kerja Islam terhadap kepuasan nasabah KJKS BMT Al Fath ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh jawaban dari rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui seberapa besar kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui seberapa besar etika kerja islam berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi BMT.

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan untuk mengambil keputusan sebagai strategi baru di tahun mendatang, dan untuk meningkatkan kinerja karyawan BMT.

2. Manfaat bagi akademis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

3. Manfaat bagi peneliti.

Sebagai perbandingan antara teori-teori yang didapat di bangku perkuliahan dengan aktifitas dalam perusahaan khususnya dalam pelayanan. Dan sebagai persyaratan tugas akhir untuk memperoleh gelar S1.

1.4. Sistematika Penulisan

Penulisan Skripsi ini disusun dalam lima bab yang saling terkait. Berikut adalah sistematika penulisannya:

BAB I :Pendahuluan

Bab ini merupakan pendahuluan yang menjelaskan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian,dan sistematika penulisan.

BAB II :Tinjauan Pustaka

Bab ini menjelaskan mengenai pengertian kinerja karyawan, etika kerja Islam, kepuasan, nasabah, BMT, review kajian tedahulu, kerangka pemikiran teoritik dan hipotesis penelitian.

BAB III :Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang terdiri dari: jenis pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel dan indikator penelitian,dan metode analisis data yang terdiri dari analisis statistik, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

BAB IV :Analisi Data

Pada bab ini berisi informasi mengenai KJKS BMT Al Fath, penyajian data, analisis data dan pembahasan.

BAB V :Penutup

Pada bab ini berisi tentang simpulan, saran-saran, rekomendasi, dan kata penutup.