

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini iklim kompetisi dalam dunia perdagangan semakin terasa. Di sisi lain perubahan lingkungan yang demikian pesat semakin mendukung kompetisi yang sedang terjadi saat ini. Maraknya perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang tidak berbasis bunga, melahikan para investor dan nasabah dengan berbagai penghimpunan dana.¹Dampak dari pertumbuhan ekonomi masyarakat mengakibatkan terjadi persaingan yang sangat ketat dalam dunia perbankan untuk mendapatkan simpati dari masyarakat untuk menjadi nasabah bank tersebut.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang telah di ubah dengan undang-undang No 10 Tahun 1998 yaitu bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²Sedangkan menurut Undang-undang No 21 Tahun 2008 perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang

¹Mansur, *Ekonomi Islam*, Salatiga :STAIN Salatiga Press, 2009, h. 66.

²Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2001, h.1.

menyangkut tentang bank sya'riah dan unit usaha sya'riah, Mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.³

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang paling penting dan besar perannya dalam kehidupan masyarakat. Lembaga keuangan bank dalam arti luas adalah sebagai perantara bagi pihak yang mempunyai kelebihan dana (*surplus of funds*) dengan pihak yang kekurangan dana (*lack of funds*), sehingga peranan dari lembaga keuangan bank yang sebenarnya sebagai perantara keuangan masyarakat (*financial intermediary*).⁴ Berbagai produk dikeluarkan dengan berbagai fasilitas dan kemudahan yang bertujuan untuk menarik minat para masyarakatnya untuk menggunakan jasa bank tersebut.

Perkembangan bisnis jasa perbankan sya'riah yang semakin luas, membuat persaingan dalam perbankan sya'riah semakin ketat terutama bagi usaha yang target sasaran segmentasi pasarnya sama. Hal ini bisa dibuktikan dengan adanya tingkat persaingan dalam bank sya'riah yang di tandai dengan maraknya produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank sya'riah tersebut.⁵

³Undang-undang tentang Perbankan Sya'riah Nomor 21 Tahun 2008

⁴M. Djumhana, *Hukum Perbankan di Indonesia*, Bandung : PT. Citra Aditya Bhakti, 2006, h. 101.

⁵Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta :PT.Raja Grafindo Persada , 2003, h. 292.

Fenomena penerapan prinsip syariah dalam sebuah lembaga keuangan pada saat ini sangat berkembang pesat, tidak hanya Lembaga Keuangan Bank (LKB) tetapi ada juga Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB). Dalam sektor lembaga keuangan bank saat ini dikenal dengan perbankan syariah sedangkan lembaga keuangan bukan bank mengacu pada penjelasan pasal 49 huruf I UU Nomor 7 Tahun 1989 yang berisikan tentang peradilan agama, yang terdiri dari lembaga keuangan mikro syariah, asuransi syariah, reasuransi syariah, reksadana syariah, obligasi syariah, dan surat berharga berjangka menengah syariah, sekuritas syariah, pembiayaan syariah, pengadilan syariah, dana pension lembaga keuangan syariah, dan bisnis syariah⁶. Sedangkan berdasarkan uraian diatas BMT termasuk dalam istilah lembaga keuangan mikro syariah, karena BMT merupakan Lembaga Jasa Keuangan Syariah yang berfokus dalam pelayanan pada usaha mikro atau kecil (UMK).

Secara harfiah *Baitul maal* adalah rumah dana sedangkan *Baitu Itamwil* adalah rumah usaha. BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*) merupakan suatu lembaga keuangan yang berorientasi social keagamaan yang kegiatan utamanya menampung serta

⁶Undang-undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2006, Perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1989.

menyalurkan harta masyarakat berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan oleh al-qur'an dan sunnah karena berorientasi pada sosial keagamaan, karena itu tidak dapat dimanipulasi untuk kepentingan bisnis atau mencari keuntungan semata.⁷

Menurut konsepnya, BMT memiliki dua fungsi sekaligus yaitu melakukan kegiatan pengembangan usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro terutama mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.

KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Sya'riah) adalah suatu koperasi yang kegiatan usahannya bergerak dalam bidang investasi, Pembiayaan, dan juga simpanan sesuai pola bagi hasil (sya'riah).⁸ Pembiayaan ini sendiri merupakan salah satu aktivitas yang penting juga dalam manajemen BMT itu sendiri karena manajemen ini sering digunakan untuk menunjukkan suatu aktivitas utamanya yang berhubungan langsung dengan anggaran atau rencana memperoleh pendapatan. Begitu juga KJKS yang ada di Mijen yaitu KJKS BMT Walisongo yang merupakan suatu koperasi simpan pinjam yang berasaskan prinsip sya'riah. BMT Walisongo juga bergerak di kalangan masyarakat ekonomi bawah

⁷Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Sya'riah*, Jakarta : PT. Gramedia PustakaUtama, 2012, h. 5.

⁸Fitri Nurhayati dan Ika Saniati Rahmaniyah, *Koperasi Syariah*, Surakarta : PT. Era Intermedia, h. 58.

yang berupaya untuk mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi para pengusaha mikro yang kemudian disalurkan dalam bentuk pembiayaan.

KJKS BMT Walisongo sebagai lembaga keuangan non bank yang bergerak dalam bidang pembiayaan juga harus memberikan suatu wujud pelayanan yang tujuannya untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi kepada setiap nasabahnya. Hal ini nantinya juga akan sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang akan menentukan kepuasan di diri setiap nasabahnya.

Tabel 1.1

Data perkembangan jumlah pelayanan anggota di KJKS BMT
Walisongo Mijen Semarang

No	Keterangan	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015
1	Simpanan Sukarela	1468	1680	1803
2	Simpanan Berjangka	75	90	98
3	BBA	189	213	220
4	Murabahah	84	94	107

Sumber : KJKS BMT Walisongo Mijen Semarang

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa disetiap tahunnya selalu ada peningkatan jumlah nasabah dan ada beberapa hal yang melatar belakanginya. Salah satunya yaitu tentang kualitas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu untuk tetap menjaga kepercayaan nasabahnya agar jumlah nasabah tahun kedepannya meningkat lebih signifikan lagi BMT Walisongo harus memiliki strategi dalam pemasaran dan mengetahui bagaimana cara agar dapat mempengaruhi dan meyakinkan nasabahnya agar tetap mau menggunakan produknya dan merasa puas, karena kepercayaan menjadi salah satu hal yang paling penting dalam bagian ini.

Hal ini menjadi dasar bagi BMT Walisongo untuk melakukan kegiatan pemasaran jasa. Kegiatan pemasan jasa itu sendiri merupakan suatu proses yang melibatkan bauran pemasan yang menjadi inti dari proses tersebut. Sedangkan bauran pemasaran adalah salah satu alat bagi pemasaran untuk mendorong nasabahnya dalam memutuskan menggunakan suatu produk yang ditawarkan.

Kepuasan nasabah sangat berkaitan erat dengan suatu kualitas. Beberapa tahun belakangan ini banyak bank maupun non bank yang mengadopsi program manajemen mutu total (*Total Quality Manajemen*), yang dirancang untuk perbaikan kelanjutan produk, jasa, dan proses pemasaran mereka. Mutu

mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja produk dan demikian dengan kepuasan pelanggan.⁹

Oleh karena itu setiap perusahaan yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya haruslah dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada dan tentunya harus memiliki keunggulan yang kompetitif di perusahaanya. Keunggulan kompetitif dapat dicapai dari penjualan barang yang berkualitas, harga yang relatif murah penyerahan barang yang cepat dan pelayanan yang baik sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai. Salah satu cara untuk mencapai kepuasan pelanggan adalah melalui peningkatan kualitas pelayanan.

Salah satu cara untuk membangun sebuah kepercayaan kepada para nasabah dan calon nasabahnya suatu lembaga perbankan harus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan demi kepercayaan nasabah agar tetap menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Karena nasabah yang mempercayai suatu produk dan merasa nyaman akan cenderung memilih dan mencari produk itu kembali saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari.¹⁰

⁹Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 8, Jakarta : Erlangga, 2011, h. 7.

¹⁰Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, Cetakan Pertama, Yogyakarta : Amara Book, 2008, h. 119.

Dari pemaparan diatas inilah yang menjadikan peneliti untuk fokus melakukan penelitian dalam pembuatan Tugas Akhir dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH PADA BMT WALISONGO MIJEN SEMARANG”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi kepuasan snasabah di BMT Walisongo Mijen?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah di KJKS BMT Walisongo Mijen Semarang.

2. Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah :

- a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan *kontribusi* (Kegunaan) perusahaan perbankan terutama untuk KJKS BMT Walisongo Mijen Semarang sebagai konsep penambah informasi dan acuan dalam merumuskan strategi pemasaran guna mempertahankan nasabahnya.

b. Secara Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan kelimuan khususnya ilmu ekonomi, dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.

D. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan judul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi kepuasan nasabah pada KJKS BMT Walisongo Mijen Semarang.

Hasil dari penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah Simpanan Pendidikan studi kasus pada BMT Bismillah Sukorejo Kendal” yang disusun oleh Zakiyatul Fakhroh dapat disimpulkan bahwa analisis yang digunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel bebas terhadap suatu variabel terikat menggunakan analisis regresi berganda

sedangkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh pelayanan dan kualitas produk terhadap kepercayaan nasabah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk ada pengaruh yang secara signifikan terhadap suatu kepercayaan nasabah simpanan pendidikan sebesar 74,9% atau 0,749 kemudian sisanya dijelaskan dalam variabel-variabel yang lain yang tidak tercantum dalam penelitian yaitu sebesar 25,1 % atau 0,251.¹¹

Hasil penelitian oleh Anis Dewi Lestari penelitian tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sya’riah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banyumanik Semarang” dalam penelitiannya disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah masuk kategori yang baik karena dalam penelitiannya variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,848 dan faktor yang paling dominan

¹¹Zakiyatul Fakhroh, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah Simpanan Pendidikan studi kasus pada BMT Bismillah Sukorejo Kendal*, Skripsi S1, Semarang : IAIN WS, 2013.

yang dapat mempengaruhi kelayakan suatu nasabah adalah kualitas pelayanannya.¹²

E. Metodologi Penelitian

Metode penelitian ini pada dasarnya merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.¹³ Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini penulis menggunakan beberapa metode penelitian, yaitu :

1. Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data ini ada berbagai cara yang dapat digunakan, metode yang dapat digunakan antara lain :

a. Metode Observasi

Metode observasi atau pengamatan ini adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat gejala-gejala yang di selidiki. Metode ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung terhadap segala sesuatu obyek tertentu yang ada dilapangan(*field riset*) yang menjadi fokus penelitian dan

¹²Anis Dewi Lestari, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sya'riah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banyumanik Semarang*, Skripsi S1, Semarang : IAIN WS, 2013.

¹³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : CV. Alfa Beta, 2006, h. 1.

mencatat semua yang berhubungan dengan kepuasan nasabah.

b. Dokumentasi

Dokumentasi atau barang-barang yang tertulis. Dalam metode ini peneliti mencari dan mengumpulkan beberapa benda-benda tertulis seperti buku, brosur, artikel-artikel, dan catatan-catatan dari literatur yang juga berhubungan dengan penelitian ini. Dengan data ini peneliti mendapatkan sejumlah data mengenai tingkat jumlah nasabah yang menabung dari BMT Walisongo Semarang yang dapat menggambarkan keadaan tersebut.

c. Wawancara

Wawancara atau lebih di kenal dengan interview ini adalah sebuah proses tanya jawab secara lisan yang mana dilakukan dengan dua orang atau lebih antara pewawancara (peneliti) dengan beberapa narasumber yang dapat memberikan informasi tentang data-data yang dibutuhkan dengan mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan. Wawancara dilakukan dengan pihak BMT Walisongo Mijen Semarang yaitu dengan karyawan (marketing) dan beberapa nasabahnya untuk mendukung dan memperkuat data.

Dalam metode wawancara ini peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan nasabah tentang bagaimana sikap yang diberikan oleh seorang karyawan (marketing) dalam menerima, menyikapi para pelanggannya dan yang berhubungan dengan penampilan dan kesopannya. Dari metode observasi ini dihasilkan bahwa sikap karyawan (marketing) dalam melayani dan mendatangi setiap nasabahnya selalu dengan wajah yang cerah, berpakaian rapi, menyapa dengan sopan dan menunjukkan sikap akrab kepada setiap nasabahnya. Begitu juga respon dari nasabahnya yang merasa senang dengan keberadaan BMT ini dan juga marketingnya yang selalu ramah dan bersifat adil kepada setiap nasabahnya.¹⁴

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan penulis adalah penelitian kualitatif atau lapangan (*field riset*) yaitu penelitian yang dilakukan di KJKS BMT Walisongo Mijen Semarang yang menjadi topik dari penelitian ini.

3. Sumber Data

a. Data Primer

¹⁴ Hasil wawancara dengan beberapa nasabah BMT Walisongo Mijen Semarang pada hari Selasa, 26 April 2016 di Pasar Mijen, jam 10.19 WIB

Data Primer adalah data yang diperoleh penulis secara langsung dari objek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari. Sumber data primer yang ada dalam penelitian ini adalah informasi tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan KJKS BMT Walisongo Mijen Semarang dalam melayani nasabahnya.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang mendukung data primer yang diperoleh dari luar objek penelitian. Sumber data sekunder yang ada dalam penelitian ini adalah segala yang tidak berasal dari data primer yang dapat memberikan informasi dan melengkapi penelitian ini baik yang berbentuk buku, artikel, karya tulis atau yang lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian. Data ini menghasilkan sejumlah data mengenai tingkat pertumbuhan nasabah selama beberapa tahun terakhir.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan mempermudah pemahaman tugas akhir ini dibagi menjadi 5 (lima) bab yang akan penulis uraikan lagi menjadi sub-sub bab yang mana satu dengan yang lainnya saling berkaitan sehingga

menjadi satu kesatuan yang utuh. Adapun garis besar sistematika penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang landasan teori yang akan membahas tentang hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran, kualitas pelayanan, pelanggan dan kepuasan nasabah serta sub-subnya.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi, dan produk yang ada dalam KJKS BMT Walisongo Semarang.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi penjelasan tentang Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah di BMT Walisongo Mijen Semarang.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup ini merupakan bab akhir dalam tugas akhir ini. Di bab ini berisikan tentang saran dan kesimpulan dari masalah yang ada, dan juga saran yang akan berguna bagi penyusun pada khususnya dan pihak lain pada umumnya.