

beribadah kepada Tuhanya dan dalam beribadah manusia juga membutuhkan materi. Misalnya ibadah haji yang memerlukan uang atau ongkos naik haji (ONH) yang cukup besar.

Umat muslim dari seluruh dunia berbagai ras dan suku bangsa datang bondong-bondong menuju ke satu tempat untuk melakukan ibadah haji. Tak peduli kaya, tak peduli miskin, tak peduli dari mana asalnya dan apa pekerjaannya, semuanya berkumpul di tempat yang sama dengan pakaian yang sama dan melakukan hal yang sama. Sungguh, ibadah haji merupakan ibadah yang spesial untuk umat Islam.

Sebagian besar jamaah yang pulang dari menjalankan ibadah haji merasakan betapa kerinduan mereka begitu tinggi untuk kembali ke sana. Dan bagi yang belum pernah ke sana, namun sudah memiliki niat yang kuat untuk berangkat haji. Biasanya juga memiliki kerinduan yang tidak kalah besarnya untuk segera berangkat ke sana. Mendengarkan pengalaman para haji dan hajjah saja tidaklah cukup, kerinduan itu hanya bisa diobati dengan datang langsung dan menjalankan ibadah haji sebagai salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan setidaknya sekali dalam seumur hidup.

Namun tidak mudah untuk bisa berangkat haji dan menjadi salah satu tamu Allah. Selain persiapan mental dan fisik yang harus prima, biasanya kendala keuangan menjadi penghalang yang utama. Tidak sedikit jamaah haji asal Indonesia berusia senja di atas umur 40 atau 50 tahun, sebagian mungkin

berangkat di usia senja karena baru mendapat hidayah untuk segera berangkat haji, namun sebagian lagi terpaksa menunda karena alasan faktor biaya.

Memang biaya haji tidaklah kecil, apalagi bila diamati dari tahun ke tahun ternyata hampir selalu mengalami kenaikan. Sebelum krisis moneter, pada saat nilai tukar rupiah terhadap Dollar masih rendah, biaya naik haji masih dibawah angka 10 juta. Namun setelah krisis moneter menghantam Indonesia dan nilai tukar Dollar pun melambung tinggi, Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH) pun melonjak sampai di atas 20 juta untuk setiap jamaah.

Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberikan jasa-jasa lainnya.¹ Sedangkan pengertian bank syari'ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.² Bank syari'ah dalam mengeluarkan produk pasti telah mempertimbangkan aspek kesyari'ahannya. Dalam hal ini adalah tugas dari Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) yang salah satu tugasnya adalah meneliti dan membuat rekomendasi produk baru dari bank yang diawasi.

Secara kelembagaan bank syari'ah pertama kali yang berdiri di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI), kemudian baru menyusul bank-bank

¹ Kasmir, *Dasar Dasar Perbankan* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2003), 2.

² Muhamad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2003), 13.

lain yang membuka jendela syari'ah dalam menjalankan kegiatan usahanya.³ Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara Muslim lainnya, perbankan syari'ah di Indonesia akan terus berkembang dari waktu ke waktu.

Semakin pesatnya perkembangan lembaga keuangan syari'ah di Indonesia saat ini, menyebabkan semakin besar pula persaingan antara lembaga keuangan syari'ah yang ada. Lembaga keuangan syari'ah berlomba-lomba untuk menawarkan kualitas produk atau pelayanan yang terbaik kepada konsumen atau nasabahnya.

Pada dekade terakhir, peningkatan kualitas akan jasa yang ditawarkan semakin mendapatkan banyak perhatian bagi perusahaan. Hal ini disebabkan karena kualitas jasa dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dengan adanya peningkatan kualitas jasa yang baik maka dapat menimbulkan suatu loyalitas konsumen, dan berkemungkinan besar menarik konsumen baru. Konsumen yang telah loyal pada suatu produk jasa juga dapat diartikan konsumen tersebut merasa terpuaskan kebutuhan sehingga melakukan pembelian lebih dari sekali. Hal tersebut sangat menguntungkan perusahaan, karena melalui terpuaskannya kebutuhan konsumen, konsumen tidak akan melirik perusahaan lain dan dalam proses loyalitas tersebut, kemungkinan besar terjadi promosi gratis yang dilakukan oleh konsumen loyal kepada konsumen lainnya.

³ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syari'ah di Indonesia* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2007), 30.

Dewasa ini semakin banyak diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing. Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak nasabah yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah menyebabkan setiap perusahaan jasa harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.

Suatu perusahaan terlebih bank sebagai perusahaan jasa bila ingin tetap eksis maka harus memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya. Jasa akan menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya perusahaan harus mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh para pelanggan.⁴ Kelanjutan keberadaan dan pertumbuhan bank akan terjamin apabila bank memberikan perhatian yang sangat khusus dalam hubungannya dengan para nasabahnya. Nasabah akan merasa senang dan puas bila diberikan pelayanan yang baik. Dengan demikian para nasabah menjadi nasabah yang setia dan tidak pindah ke bank lain, hal ini jelas merupakan pernyataan kepercayaan yang lebih besar dari nasabah terhadap perusahaan atau bank.

Perkembangan pesat perbankan syariah baik di Indonesia maupun di dunia mendorong lahirnya inisiatif-inisiatif strategis, mulai kebijakan untuk

⁴ M.N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), 57.

penerapan profesionalisme di bidang syari'ah hingga ke penerapan prinsip-prinsip syari'ah di dunia perbankan. Seiring dengan berkembangnya dunia perbankan tersebut pihak bank banyak mengeluarkan produk-produk baru yang sebelumnya belum ada. Banyak kemudahan yang diberikan dengan adanya produk-pruduk baru tersebut. Diantaranya adalah sekarang ini masyarakat dapat menunaikan ibadah haji walaupun tidak mempunyai uang sebanyak ongkos naik haji (ONH) yang ditetapkan oleh pemerintah yaitu dengan menggunakan jasa bank. Salah satunya adalah menggunakan produk "Al-Qard Talangan Haji" yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri. Produk Al-Qard Talangan Haji yang ditawarkan oleh BMI Cabang Kediri tersebut merupakan inovasi baru yang ditawarkan oleh BMI Cabang Kediri kepada para nasabahnya untuk memberikan suatu pelayanan kemudahan. Hal ini merupakan bentuk pelayanan kepada nasabah agar nasabah merasa senang dan akhirnya menjadi lebih loyal terhadap Bank Muamalat Indonesia (BMI) khususnya Cabang Kediri. Dengan adanya inovasi baru tersebut harus diikuti dengan kualitas pelayanan yang baik agar dapat berkembang lebih baik.

Dari uraian di atas, maka dapat diketahui bahwa ada pengaruh antara kualitas produk dengan tingkat kepuasan nasabah. Semakin tinggi kualitas produk yang diberikan kepada nasabah, nasabah akan merasa puas dan akan semakin loyal terhadap bank. Namun sebaliknya bila kualitas produk yang diberikan kepada nasabah kurang diperhatikan maka nasabah akan merasa tidak nyaman dan tidak puas.

Untuk mengetahui suatu produk apakah benar-benar dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, dalam hal ini penulis akan mencoba mengkaji "PENGARUH PRODUK AL-QARD TALANGAN HAJI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA (BMI) CABANG KEDIRI".

B. Rumusan Masalah

Untuk mempermudah dan membantu penulis dalam proses penelitian maka dibutuhkan adanya perumusan masalah yang jelas dan tegas, sesuai dengan kriteria dan cara perumusan masalah yang benar.

Dari uraian yang melatarbelakangi penelitian di atas, maka disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh produk Al-Qard Talangan Haji terhadap tingkat kepuasan nasabah?
2. Seberapa besar pengaruh produk Al-Qard Talangan Haji terhadap tingkat kepuasan nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan bagaimana bentuknya pasti memiliki tujuan yang hendak dicapai. Adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh produk Al-Qard Talangan Haji terhadap tingkat kepuasan nasabah

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh produk Al-Qard Talangan Haji terhadap tingkat kepuasan nasabah

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang produk Al-Qard Talangan Haji terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Kediri.

2. Secara praktis

- a. Bagi peneliti

Dari penelitian ini penulis dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan sebuah penelitian ilmiah dan dapat menambah pengetahuan di bidang ekonomi Islam. Dan sebagai informasi untuk menambah pengetahuan terhadap produk perbankan khususnya produk Al-Qard Talangan Haji.

- b. Bagi bank

- Sebagai bahan masukan bagi bank untuk dapat meningkatkan kualitas produknya, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah.
- Sebagai koreksi bagi bank, apakah produk yang dikembangkan selama ini sudah mampu memenuhi tingkat kepuasan nasabah.

- c. Bagi lembaga pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan berharga dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang perbankan syari'ah dan menambah khasanah bacaan ilmiah.

d. Bagi nasabah (masyarakat umum)

Sebagai bahan pertimbangan bagi nasabah untuk memilih produk pembiayaan di bank syari'ah.

E. Hipotesis penelitian

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang harus diuji secara empiris.⁵ Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah ada pengaruh produk Al-Qard Talangan Haji terhadap tingkat kepuasan nasabah yaitu semakin tinggi kualitas produk Al-Qard Talangan Haji, maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap produk tersebut. Sebaliknya, semakin rendah kualitas produk Al-Qard Talangan Haji semakin rendah pula tingkat kepuasan nasabah.

F. Asumsi Penelitian

Dari teori yang ada, maka asumsi sementara yang diajukan oleh penulis adalah bahwa produk Al-Qard Talangan Haji dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu terdiri dari variable x sebagai variabel bebas dan variabel y sebagai variabel terikat.

Produk Al-Qard Talangan Haji sebagai variable x dengan indikator diantaranya adalah, pengembangan produk, penentuan harga, saluran distribusi,

⁵ Sumadi Surya Brata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo. 2002), 36.

promosi, dan pelayanan jasa. Sedangkan kepuasan nasabah sebagai variable y dengan indikator diantaranya adalah pelayanan yang memuaskan, tanggap terhadap kebutuhan nasabah, jaminan terhadap produk yang dibeli oleh nasabah, komunikasi yang baik terhadap nasabah, fasilitas produk yang memadai.