

mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.²

2. Dasar Hukum Al-Qard

Dalam literature fiqih klasik, al-qard dikategorikan dalam *'aqd tatawwu'i* atau akad saling membantu dan bukan transaksi komersial. Jadi akad al-qard adalah semata-mata yang ada dalam fungsinya untuk menjalankan kegiatan sosial. Al-qard adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan dengan tanpa mengharap imbalan.³

Ayat Al Qur'an yang dapat dijadikan dasar hukum beroperasionalnya kegiatan al-qard diantaranya dalam surat Al Muzammil ayat 20

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَقْرِضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا

Artinya "*Maka dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah SWT., berupa pinjaman yang baik*".⁴

Dan dalam Surat Al Hadid :11, yaitu:

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضْعِفَهُ لَهُ وَلَهُ أَجْرٌ كَرِيمٌ

² Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syari'ah di Indonesia* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2007), 139.

³ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah* (Yogyakarta: Ekonosia, 2004), 74.

⁴ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah vol14* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 563.

Artinya : "Siapakah yang mau meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik Allah akan melipat gandakan (balasan) pinjaman itu untuknya dan dia akan memperoleh pahala yang banyak".⁵

Yang menjadi landasan dalil dalam ayat di atas adalah umat Islam diseru untuk meminjamkan kepada Allah. Artinya untuk membelanjakan harta di jalan Allah. Selain diseru untuk meminjamkan kepada Allah umat Islam diseru juga untuk meminjamkan ke sesama manusia. Sebagai bagian dari kehidupan bermasyarakat yang antara manusia satu dengan yang lainnya saling membutuhkan.

Dan hadits yang dapat dijadikan dasar hukum beroperasionalnya al qard, diantaranya adalah hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah:

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ رَأَيْتُ لَيْلَةَ أُسْرِي بِي عَلَى بَابِ الْجَنَّةِ مَكْتُوبًا الصَّدَقَةُ بِعَشْرِ أَمْثَالِهَا وَالْقَرْضُ بِثَمَانِيَةِ عَشْرٍ فَقُلْتُ يَا جِبْرِيْلُ مَا بَالُ الْقَرْضِ أَفْضَلُ مِنَ الصَّدَقَةِ قَالَ لِأَنَّ السَّائِلَ يَسْأَلُ وَعِنْدَهُ وَالْمُسْتَقْرِضُ لَا يَسْتَقْرِضُ إِلَّا مِنْ حَاجَةٍ

Artinya: "Anas bin Malik berkata, bahwa Rasulullah bersabda, "Aku melihat pada waktu di-isra'-kan, pada pintu surga tertulis sedekah dibalas sepuluh kali lipat dan qard dibalas delapan belas kali. Aku bertanya, "Wahai

⁵ Ibid, 22.

Jibril, mengapa qard lebih utama dari sedekah?” Ia menjawab, “Karena peminta-minta sesuatu dan ia punya, sedangkan yang meminjam tidak akan meminjam kecuali karena keperluan.”⁶

Dasar hukum lainnya adalah ijma' para ulama' telah menyepakati bahwa al-qard boleh dilakukan. Kesepakatan ulama' ini didasari tabiat manusia yang tidak bisa hidup tanpa dilandasi oleh sikap saling membantu atau tolong-menolong.⁷

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 diawasinya.⁸ Dengan demikian DPS bertindak sebagai penyaring pertama sebelum suatu produk diteliti kembali dan difatwakan oleh Dewan Syari'ah Nasional (DSN).

Adapun tugas dan tanggung jawab DSN-MUI dalam penerapan fatwa tentang al-qard hanya sebatas memberikan panduan mengenai al-qard yang sebenarnya. Panduan tersebut diwujudkan dalam bentuk fatwa tentang al-qard. DSN-MUI tidak mempunyai wewenang untuk memaksa operator lembaga keuangan syari'ah, karena fatwa yang disampaikan hanya bersifat *advice*. Sedangkan yang mempunyai wewenang tersebut ada di tangan Bank Indonesia, selaku regulator industri perbankan syari'ah di Indonesia. Dalam

⁶ Abdullah Shonhaji dkk, *Terjemah Sunan Ibnu Majah Jilid 3* (Semarang: CV. Asy Syifa', 1993), 238.

⁷ Anshori, *Perbankan Syari'ah*, 140.

⁸ Mohammad Syafii Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 31.

hal ini, Bank Indonesia dapat mengatur pelaksanaan fasilitas al-qard dalam bentuk Peraturan Bank Indonesia (PBI). Tetapi, hal semacam ini sesungguhnya dapat diminimalisir dengan memberikan peran yang lebih bagi Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang ada di setiap lembaga keuangan syariah. Posisi DPS di lembaga keuangan syariah secara tidak langsung merupakan kepanjangan DSN-MUI yang berfungsi melakukan pengawasan operasional

Ketentuan mengenai al-qard telah diatur dalam fatwa DSN No.19/DSN-MUI/IX/2000. Dalam fatwa ini, ketentuan umum al-qard adalah sebagai berikut:⁹

- a. Al-qard adalah pinjaman yang diberikan kepada nasabah (*muqtaridh*) yang memerlukan.
- b. Nasabah al-qard wajib mengembalikan jumlah pokok yang diterima pada waktu yang telah disepakati.
- c. Biaya administrasi dibebankan pada nasabah.
- d. Nasabah al-qard dapat memberikan tambahan (sumbangan) dengan sukarela selama tidak diperjanjikan dalam akad.
- e. Jika nasabah tidak dapat mengembalikan sebagian atau seluruhnya kewajibannya pada saat yang telah disepakati dan bank telah memastikan ketidak mampuannya, bank dapat:

- 1) Memperpanjang jangka waktu pengembalian, atau

⁹ Wirnyaningsih, *Bank Dan Asuransi Islam Di Indonesia* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 160.

2) Menghapus (*write off*) sebagian atau seluruh kewajibannya.

Selain ketentuan diatas, fatwa ini juga mengatur mengenai sanksi, yaitu sebagai berikut:

- a. Dalam hal nasabah tidak menunjukkan keinginan mengembalikan sebagian atau seluruh kewajibannya dan bukan karena ketidakmampuannya, bank dapat menjatuhkan sanksi kepada nasabah.
- b. Sanksi dapat dijatuhkan kepada nasabah tersebut dapat berupa (dan tidak terbatas pada) penjualan barang jaminan.
- c. Jika barang jaminan tidak mencukupi, nasabah harus tetap memenuhi kewajibannya secara penuh

Dalam qard yang dilarang adalah jika dalam al qard tersebut terdapat syarat lain atau dengan kata lain bahwa qard tidak boleh menjadi syarat aqad lain seperti jual beli. Misalnya seorang pedagang meminjamkan uang kepada temannya asalkan temannya itu berbelanja di tempatnya. Selain itu, al-qard yang menghasilkan manfaat diharamkan jika disyaratkan misalnya seseorang meminjamkan motor kepada temannya asalkan dia boleh makan di rumahnya.¹⁰

3. Rukun dan Syarat Al-Qard

¹⁰ Tim Pengembangan Perbankan Syari'ah Institute Banker Indonesia, *Konsep Produk dan Implementasi Operasional Bank Syari'ah* (Jakarta : Djambatan, 2003), 218.

Manusia adalah makhluk sosial, dimana antara manusia yang satu dengan yang lain saling membutuhkan. Dalam hidup di dunia ini sebenarnya tidak dapat menghindari persoalan pinjam meminjam baik berupa barang atau uang, yang dalam agama Islam hal itu dihalalkan. Tetapi yang harus diingat adalah bahwa pinjaman yang dikenakan bayaran lebih adalah haram karena hal itu menyerupai riba. Jika peminjam itu memberi manfaat tambahan tanpa diminta, itu dianggap sebagai hadiah.

Walau bagaimanapun, sebenarnya peminjam dianjurkan membayar hutangnya dengan nilai yang melebihi nilai asas yang dipinjamkan kepadanya dengan syarat ia dilakukan atas kerelaannya sendiri tanpa paksaan atau ketetapan yang disyaratkan oleh pemberi pinjaman.

Adapun rukun al qard adalah sebagai berikut :¹¹

- a. Ada peminjam (*muqtarid*)
- b. Ada pemberi pinjaman (*muqrid*)
- c. Ada dana (*qard*)
- d. Ada serah terima (*ijab qabul*)

Sedangkan ketentuan dan syarat sahnya transaksi al qard adalah sebagai berikut:¹²

- a. Qard harus tentu dalam takaran, timbangan atau jumlahnya.

¹¹ *Ibid.*

¹² Muhammad, *Konstruksi Mudharabah Dalam Bisnis Syari'ah* (Yogyakarta : Pusat Studi Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Ilmu Syari'ah, 2003), 78.

- b. Jelas kriteria sifat atau besarnya dan jika pada hewan maka dalam batasannya umur.
- c. Qard harus dilakukan orang yang boleh mengelola harta (*jaiz tashorruf*), maka tidak boleh qard dari orang yang ditahan mengelola hartanya (*mahjuur*) atau dari anak kecil atau dari orang yang tidak memiliki barang tersebut.
- d. Tidak menarik keuntungan dari qard yang dibayarkan.
- e. Tidak boleh digabung qard dalam akad lain seperti akad jual beli dan lainnya

4. Penerapan Pembiayaan Al-Qard Dalam Perbankan

Dalam aplikasinya pada perbankan, al-qard merupakan salah satu produk pembiayaan perbankan yang diperuntukkan bagi nasabah yang memerlukan dana untuk keperluan mendesak dengan kriteria tertentu dan bukan untuk tujuan konsumtif. Dan pengembalian pinjaman ditentukan dalam jangka waktu tertentu dan dapat dikembalikan sekaligus atau diangsur.

Pada dasarnya al-qard merupakan pinjaman sosial yang diberikan tanpa ada pengenaan biaya apapun, kecuali pengembalian modal asalnya. Namun sejalan dengan perkembangan dunia ekonomi keuangan dan perbankan, pinjaman sosial tidak mungkin dilaksanakan tanpa adanya biaya materai, notaris, peninjauan feasibility proyek, biaya pegawai bank dan lain-lain sehingga pengenaan biaya-biaya administrasi tersebut tidak terhindari.

Secara yuridis hal itu diperkenankan karena apabila suatu kewajiban (urusan) tidak dapat dilakukan kecuali setelah pemenuhan suatu faktor tertentu, maka pemenuhan faktor tersebut wajib adanya. Biaya administrasi juga merupakan faktor penunjang kontrak atau untuk menjauhkan dari riba maka biaya administrasi harus dinyatakan dalam nominal bukan prosentase dan sifatnya harus nyata, jelas dan pasti serta terbatas pada hal-hal yang mutlak diperlukan untuk terjadinya kontrak.

Sedangkan mengenai sumber dana al-qard, karena sifat al-qard tidak memberi keuntungan finansial. Karena itu pendanaan al-qard dapat diambil dari kategori berikut:¹³

- a. Al-qard yang diperlukan untuk membantu keuangan nasabah secara cepat dan berjangka pendek. Talangan dana di atas dapat diambilkan dari dana bank.
- b. Al-qard yang digunakan untuk membantu usaha kecil dan keperluan sosial, dapat bersumber dari dana zakat, infaq, dan shadaqah.

Di samping sumber dana umat, para praktisi perbankan syri'ah, demikian juga ulama', melihat adanya sumber dana lain yang dapat dialokasikan untuk dana al-qard al-hasan, yaitu pendapatan-pendapatan yang diragukan, seperti jasa nastro di bank koresponden yang konvensional, bunga atas jaminan LC di bank asing, dan sebagainya. Salah satu pertimbangan pemanfaatan dana-dana ini adalah kaidah *Akhaffu Dhararain* (mengambil

¹³ Antonio, *Bank Syari'ah*, 133.

mudharat yang lebih kecil). Hal ini mengingat jika dana umat Islam di biarkan di lembaga-lembaga non muslim mungkin dapat dipergunakan untuk sesuatu yang merugikan Islam, misalnya dana kaum muslim Arab di bank-bank Yahudi Switzerland. Oleh karenanya, dana yang tersimpan tersebut lebih baik diambil dan dimanfaatkan untuk penaggulangan bencana alam atau membantu para dhua'afa.

Aplikasi al-qard dalam perbankan biasanya dalam empat hal :¹⁴

- a. Sebagai pinjaman talangan haji, dimana nasabah calon haji diberikan pinjaman talangan untuk memenuhi syarat penyetoran biaya perjalanan haji. Nasabah akan melunasinya sebelum keberangkatan haji.
- b. Sebagai pinjaman tunai (*Cash Advanced*) dari produk kartu kredit syari'ah, dimana nasabah diberi keleluasaan untuk menarik uang tunai milik bank melalui ATM. Nasabah akan mengembalikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
- c. Sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil dimana menurut perhitungan bank akan memberatkan si pengusaha bila diberikan pembiayaan dengan skema jual-beli, ijarah atau bagi hasil.
- d. Sebagai pinjaman kepada pengurus bank, di mana bank menyediakan fasilitas ini memastikan terpenuhinya kebutuhan pengurus bank. Pengurus bank akan mengembalikan secara cicilan melalui potongan gajinya.

¹⁴ Sudarsono, *Lembaga Keuangan Syari'ah*, 75.

Adapun mengenai qard implementasinya secara teknis diatur dalam PBI No. 7/PBI/2005 tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana Bagi Bank yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syari'ah. Intinya dalam penyaluran dana bentuk qard ini harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:¹⁵

- a. Bank dapat memberikan pinjaman qard untuk kepentingan nasabah berdasarkan kesepakatan
- b. Nasabah wajib mengembalikan jumlah pokok pinjaman qard yang diterima pada waktu yang disepakati.
- c. Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi sehubungan dengan pemberian pinjaman qard
- d. Nasabah dapat memberikan tambahan atau sumbangan dengan sukarela kepada bank selama tidak diperjanjikan dalam akad.
- e. Dalam hal nasabah tidak dapat mengembalikan sebagian atau seluruh kewajibannya pada waktu yang telah disepakati karena nasabah tidak mampu, maka bank dapat memperpanjang jangka waktu pengembalian atau menghapus buku sebagian atau seluruh pinjaman nasabah atas beban kerugian bank.
- f. Dalam hal nasabah digolongkan mampu dan tidak mengembalikan sebagian atau seluruh kewajibannya pada waktu yang telah disepakati,

¹⁵ Anshori, *Perbankan Syari'ah*, 143.

maka bank dapat menjatuhkan sanksi kewajiban pembayaran atas keterlambatan pembayaran atau menjual agunan nasabah.

- g. Sumber dana pinjaman qard untuk kegiatan usaha yang bersifat sosial dapat berasal dari modal, keuntungan yang disisihkan dan dari dana infak.
- h. Sumber dana pinjaman qard untuk kegiatan usaha yang bersifat talangan dana komersial jangka pendek (*short term financing*) diperbolehkan dari Dana Pihak Ketiga yang bersifat investasi sepanjang tidak merugikan kepentingan nasabah pemilik dana.

Dalam pelaksanaan al-qard mengandung nilai-nilai *falah*, *tatawwu'* dan *tabarru'*. Hal ini terlihat dari semangat yang ada di fasilitas al-qard. Dengan adanya fasilitas al-qard, pihak penerimanya merasa terbantu dan berbahagia karena ada pihak lain yang memberikan bantuan. Di sinilah letak dari fungsi *tabarru'* (sosial) pelaksanaan fasilitas al-qard.

Manfaat akad al-qard secara umum diantaranya adalah :

- a. Memungkinkan nasabah yang sedang dalam kesulitan mendesak, untuk mendapat talangan jangka pendek.
- b. Al-qard juga merupakan salah satu ciri pembeda antara bank syari'ah dan bank konvensional yang di dalamnya terdapat fungsi sosial di samping misi komersial.

- c. Adanya misi sosial kemasyarakatan ini akan meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap bank syari'ah.¹⁶

Sedangkan manfaat pembiayaan Al-Qard Talangan Haji bagi masyarakat diantaranya memudahkan masyarakat yang ingin beribadah haji walaupun mereka belum mempunyai dana yang cukup untuk ongkos tanpa menunggu mempunyai uang yang cukup.

5. Pengembangan Produk Al-Qard

Seiring dengan laju ekonomi yang semakin pesat setiap bank menawarkan berbagai produknya untuk menarik sebanyak mungkin konsumennya. Produk perbankan dari sektor jasa adalah produk yang dapat dikembangkan secara variatif seiring dengan kebutuhan hidup masyarakat akan jasa perbankan yang semakin meningkat. Begitu juga dalam praktik perbankan syari'ah yang mana pada dasarnya produk di bidang jasa ini sangat mungkin untuk dikembangkan secara lebih variatif.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, pembelian, pemakaian atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup objek fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi dan gagasan.¹⁷

¹⁶ Antonio, *Bank Syari'ah*, 134.

¹⁷ Philip Kotler, *Prinsi-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1997), 268.

Pada saat ini, ketika teknologi sudah semakin canggih dan kompetisi dalam kegiatan-kegiatan yang sejenis semakin tajam bagian pemasaran dalam sebuah perusahaan harus memperhatikan empat komponen penting dalam kegiatan pemasaran. Keempat komponen tersebut, yang dikenal sebagai 4P atau *marketing mix* adalah *product, price, place, promotion*. Artinya *marketing mix* tersebut meliputi:¹⁸

- a. Mengembangkan barang.
- b. Menentukan harga.
- c. Menyebarkan keberbagi tempat (saluran distribusi).
- d. Mempromosikannya agar dibeli konsumen.

Sedangkan untuk konteks jasa keempat unsur dari *marketing mix* tadi masih ditambah dengan tiga unsur lainnya yaitu:

- a. *People* atau orang yang menawarkan jasa
- b. *Physical* atau faktor-faktor fisik pendukung jasa
- c. *Proses* atau proses penyampaian jasa

Produk Al-Qard Talangan Haji merupakan produk jasa oleh karena itu dalam pengembangan dan penentuan harga harus selalu diperhatikan agar tetap dapat bersaing dengan produk lain. Selain itu promosi juga menjadi peranan penting karena dengan promosi berarti memperkenalkan barang yang diproduksinya terlebih dapat membujuk konsumen untuk membeli barang tersebut. Dalam konteks jasa maka orang yang menawarkan jasa menjadi

¹⁸ Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Fajar Interpratama offset, 2004), 209.

salah satu kunci keberhasilan, tetapi hal itu harus didukung dengan faktor-faktor fisik pendukung yang memadai dan proses penyampaian yang tepat.

Dengan adanya produk Al-Qard Talangan Haji ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji akan tetapi terkendala masalah biaya. Dengan menggunakan produk ini nasabah mendapat dana talangan untuk mendapatkan porsi haji yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Karena menggunakan akad al-qard maka nasabah tidak ada kewajiban untuk memberikan margin keuntungan atau bagi hasil sehingga murni dana talangan.

B. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

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. Hal ini sesuai dengan slogan "*the customer is king*" atau yang berarti konsumen adalah raja, hal ini bukan bermaksud untuk menarik sebanyak mungkin konsumen, melainkan mengungkapkan tugas pokok produsen atau penyedia jasa untuk mengupayakan kepuasan konsumen.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan atau menikmati sesuatu. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara yang

diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan konsumen.

Adapun konsumen merupakan stake holder yang hakiki dalam bisnis modern. Bisnis tidak akan berjalan tanpa adanya konsumen yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen.¹⁹ Dalam dunia perbankan yang dimaksud dengan konsumen adalah para nasabah yang menggunakan jasa perbankan.

Implementasi kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (*service*) yang terbaik bagi konsumen dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan, akan menimbulkan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan kepadanya. Sering kali terdapat perbedaan antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan konsumen, maka perlu dilakukan evaluasi dari konsumennya.²⁰

Pelayanan terhadap nasabah yang notabene adalah pelanggan bank merupakan satu dari sekian banyak faktor yang harus diperhatikan demi kemajuan bank. Persaingan usaha yang semakin ketat, di mana semakin

¹⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2004), 159.

²⁰ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, <http://www.jurnalskripsi.com>, diakses pada tanggal 26 April 2008.

banyak nasabah yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah menyebabkan setiap perusahaan jasa harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.

Pada dasarnya, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana, yaitu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.²¹ Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk. Suatu produk dikatakan bermutu bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Aspek mutu suatu produk dapat diukur. Pengukuran tingkat kepuasan erat hubungannya dengan mutu produk (barang atau jasa).

Untuk dapat mencapai kesuksesan di dalam mengelola suatu kegiatan bisnis dibutuhkan adanya mekanisme, sistem dan aturan yang lebih transparan. Hal ini merupakan sesuatu kebutuhan yang tidak dapat ditunda lagi. Hal ini terjadi karena keterbukaan akan menjadi prasyarat demi terwujudnya hubungan baik dengan pengguna jasa, artinya jika memang produk atau jasa yang ditawarkan tidak sesuai dengan kondisi yang dirasakan dan harga yang tertera, maka lembaga harus siap menerima ketidakpuasan dari pelanggan atau konsumen. Hal tersebut sangat wajar, karena konsumen

²¹ M.N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2001), 45.

atau nasabah mempunyai hak untuk memperoleh layanan atas jasa sesuai dengan uang yang dibayarkan, dan ini sesuai dengan asas keadilan.²²

2. Teori Kepuasan Kosumen

Teori kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa merupakan teori pokok dalam analisis mikro ekonomi. Kepuasan konsumsi merupakan bagian dari teori perilaku konsumen. Kepuasan maksimal seorang konsumen akan dicapai apabila seluruh pendapatannya telah dibelanjakan dan saat terpenuhinya syarat maksimum, yaitu tercapainya kondisi di mana *utilitas marginal* dari mata uang terakhir yang dibelanjakan untuk suatu barang tertentu tepat sama dengan *utilitas marginal* dari unit mata uang terakhir yang dibelanjakan untuk barang lain.²³

Ajaran Adam Smith berkaitan dengan kepuasan konsumen mengatakan bahwa kepuasan konsumen dapat dihitung secara kuantitatif dengan memakai satuan *util* (guna) untuk menunjukkan besar kepuasan yang diperoleh seseorang. Pendekatan yang dipakai dalam mengukur kepuasan seseorang ini adalah pendekatan *utilitas*.²⁴

Dalam mengkonsumsi barang seseorang dapat memperoleh *utilitas* baik langsung maupun tidak langsung. *Utilitas* langsung adalah *utilitas* yang

²² Z. Bambang Darmadi, *Tak-Tik Bisnis dan Perspektif Pemasaran* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 1999), 95.

²³ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004/2005) 190.

²⁴ *Ibid*, 188.

memberikan kepuasan langsung kepada individu, misalnya nasi adalah barang yang memberikan *utilitas* secara langsung kepada pemakannya. Sedangkan *utilitas* tidak langsung adalah *utilitas* yang tidak memberikan kepuasan secara langsung.²⁵

Ada beberapa asumsi yang dapat dijadikan pegangan dalam menghitung besar kecilnya kepuasan yang diperoleh konsumen. Menurut teori ekonomi mikro konvensional asumsi-asumsi tersebut adalah:

- a. Tingkat *utilitas* total yang dicapai oleh seseorang merupakan fungsi dari kuantitas berbagai barang yang dikonsumsi.
- b. Konsumen akan memilih barang yang akan memaksimalkan *utilitas* dengan tunduk kendala anggaran mereka.
- c. *Utilitas* dapat diukur secara kardinal.
- d. Marginal *Utiliti* (MU) dari setiap unit tambahan barang yang dikonsumsi akan menurun. *Marginal Utiliti* adalah perubahan *Total Utiliti* (TU) yang disebabkan oleh tambahan satu unit barang yang dikonsumsi (*ceteris paribus*).²⁶

Namun dalam perkembangannya pendekatan *utilitas* terdapat kelemahan, yaitu tidak adanya alat yang bisa digunakan untuk mengukur *utilitas* tersebut dan adanya kesulitan menerapkan asumsi *ceteris paribus*

²⁵ *Ibid*, 189.

²⁶ *Ibid*.

dalam analisis.²⁷ Teori *utiliti* berpangkal dari hasil yang diperoleh konsumen bila ia membelanjakan uangnya untuk membeli barang dan jasa, yaitu terpenuhinya kebutuhan karena *utiliti* atau manfaat barang yang dikonsumsi. Menurut teori ini, seorang konsumen yang bertindak rasional akan membagi-bagikan pengeluarannya atas bermacam ragam barang sedemikian rupa sehingga tambahan kepuasan yang diperoleh per rupiah yang dibelanjakan itu sebesar mungkin.²⁸

Melihat kelemahan pendekatan *utilitas* untuk mengukur kepuasan konsumsi seseorang, maka Nicholson, sebagaimana dikutip oleh Muhammad, menawarkan pendekatan *indifference*. Untuk itu kepuasan dapat diukur menggunakan skala *preferensi*. Berangkat dari pendekatan ini Samuelson, sebagaimana dikutip oleh Muhammad, menawarkan ukuran kepuasan dengan kurva *indifference*. Kurva *indifference* adalah kurva yang menunjukkan konsumsi atau pembelian barang-barang yang menghasilkan tingkat kepuasan yang sama pada setiap titiknya.²⁹

Teori *indiferensi* merupakan penyempurnaan dari teori *utiliti*, tetapi mendekati pokok persoalan yang sama dengan sedikit cara yang berbeda. Menurut teori ini, konsumen akan membagi-bagi pengeluarannya atas berbagai macam barang sedemikian rupa sehingga ia mencapai taraf pemenuhan kebutuhan yang terbaik (= maksimal atau optimal) yang mungkin

²⁷ *Ibid*, 190.

²⁸ T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: KANISIUS, 2003), 91.

²⁹ Muhammad, *Ekonomi Mikro*, 190.

dicapainya sesuai dengan penghasilan yang tersedia dan harga-harga yang berlaku.³⁰

Dalam teori tingkat kepuasan nasabah dinyatakan, bahwa seseorang dapat memperoleh kepuasan dalam konsumsi, jika dapat terpenuhi aksioma-aksioma rasionalnya. Ada tiga aksioma rasional untuk mendapatkan pilihan rasional, yaitu:

- a. Kelengkapan. Aksioma ini mengatakan bahwa setiap individu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukainya diantara dua keadaan.
- b. Transivitas. Aksioma ini menjelaskan bahwa jika seseorang individu mengatakan bahwa A lebih suka dari pada B, dan B lebih disukai dari pada C, maka ia pasti akan mengatakan, bahwa A lebih disukai dari pada C. Aksioma ini sebenarnya untuk memastikan adanya konsistensi internal di dalam diri individu dalam pengambilan keputusan.
- c. Kesenambungan. Aksioma ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan A lebih disukai dari pada B, maka keadaan yang mendekati A pasti juga lebih disukai dari pada B.³¹

Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan atau jasa ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima jasa. Kepuasan konsumen dicapai apabila konsumen memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan. Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan

³⁰ T. Gilarso, *Pengantar*, 91.

³¹ Muhammad, *Ekonomi Mikro*, 124.

kinerja atau hasil yang dirasakan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan atau produk seseorang, maka pelangganlah yang menentukan kualitas suatu produk. Ada beberapa unsur penting dalam kualitas yang ditetapkan oleh pelanggan, yaitu sebagai berikut:³²

- a. Pelanggan harus merupakan prioritas utama organisasi.
- b. Pelanggan yang dapat diandalkan merupakan pelanggan yang paling penting, yaitu pelanggan yang membeli berkali-kali.
- c. Kepuasan pelanggan dijamin dengan menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan perbaikan terus menerus.

Terdapat beberapa metode dalam pengukuran kepuasan konsumen sebagaimana dikemukakan sebagai berikut:³³

- a. Sistem Keluhan Dan Saran

Metode ini menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi ini memberikan ide-ide atau gagasan untuk memperbaiki kualitas produk yang dapat memuaskan konsumen.

- b. Gosht Shoothing

Memperkerjakan beberapa orang yang berperan sebagai pembeli potensial yang melaporkan kekuatan atau kelemahan produk perusahaan dengan produk pesaing.

- c. Lost Customer Analisis

³² Nasution, *Manajemen Mutu*, 47.

³³ *Ibid*, 55.

Perusahaan meneliti konsumen yang telah berhenti memakai agar mengetahui kelemahan kualitas produk

Pengukuran kepuasan konsumen mutlak diperlukan oleh perusahaan demi menjaga kualitas pelayanan kepada pelanggan. Hal ini dilakukan agar konsumen merasa senang dan akhirnya menjadi konsumen yang loyal kepada perusahaan. 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 terpuasnya 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. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dalam kaitannya dengan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, menurut Tjiptono sebagaimana dikutip oleh Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa mengatakan bahwa ketidakpuasan pelanggan disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesalahan pencatatan transaksi. Sebaliknya, faktor eksternal yang di luar kendali perusahaan, seperti cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, aktivitas kriminal, dan masalah pribadi pelanggan. Lebih lanjut dikatakan

bahwa dalam hal terjadi ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan yang bisa dilakukan pelanggan, yaitu:³⁴

- a. Tidak melakukan apa-apa, pelanggan yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi
- b. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu:
 - 1) Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan.
 - 2) Tingkat ketidakpuasan pelanggan.
 - 3) Manfaat yang diperoleh.
 - 4) Pengetahuan dan pengalaman.
 - 5) Sikap pelanggan terhadap keluhan.
 - 6) Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi.
 - 7) Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh tingkat pelayanan. Menurut Moenir, sebagaimana dikutip oleh Ni Nyoman Yuliarini dan Putu Riyasa agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok, yaitu:³⁵

- a. Tingkah laku yang sopan

³⁴ Ni Nyoman Yuliarini dan Putu Riyasa, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen*, <http://guide.opendns.com> diakses pada tanggal 25 April 2008.

³⁵ *Ibid.*

- b. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan
- c. Waktu penyampaian yang tepat
- d. Keramahtamahan.

Menurut Kotler, sebagaimana dikutip oleh Nasution, di dalam memberikan jasa pelayanan yang baik kepada pelanggan, terdapat lima kriteria penentu kualitas jasa pelayanan, yaitu:³⁶

- a. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dan memuaskan.
- b. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- c. Keyakinan (*assurance*), mencakup kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
- d. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
- e. Berwujud (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Pelanggan akan merasa puas bila perusahaan selalu berusaha memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan memuaskan. Keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Kesopanan, keramahtamahan, dan sifat dapat dipercaya yang

³⁶ Nasution, *Manajemen Mutu*, 46.

dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, atau keragu-raguan selalu dijaga. Kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan. Fasilitas fisik yang baik, perlengkapan yang cukup, para pegawai yang professional, dan sarana komunikasi yang memadai.

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan. Sebuah perusahaan perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan diantaranya adalah sebagai berikut.³⁷

- a. Kebutuhan dan keinginan, yaitu berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan oleh pelanggan saat pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan perusahaan. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan besar, maka harapan dan ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dan layanan, baik dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan beresiko tinggi.

³⁷ *Ibid*, 56.

- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran. Orang-orang dibagian penjualan seyogianya tidak membuat kampanye secara berlebihan, melewati tingkat ekspektasi pelanggan. Kampanye yang berlebihan dan secara aktual tidak mampu memenuhi ekspektasi pelanggan akan mengakibatkan dampak negatif terhadap persepsi pelanggan tentang produk.

C. Pengaruh Produk Al-Qard Talangan Haji Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah

Salah satu hal yang terpenting dalam suatu usaha adalah menjaga suatu mutu atau kualitas yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan. Tapi seringkali suatu lembaga ada yang kurang memperhatikan tingkat kepuasan konsumen, sehingga banyak konsumen yang pergi meninggalkan lembaga tersebut sehingga tidak diminati oleh konsumen.

Oleh karena itu untuk mengatasi masalah tersebut perlu adanya peningkatan kualitas produk yang lebih yang bertujuan untuk mempertahankan konsumen untuk tetap konsisten. Dengan layanan yang dapat memuaskan konsumen artinya konsumen mendapatkan kebutuhan dan keinginan yang sesuai.

Namun, usaha perusahaan untuk menciptakan layanan yang dapat memuaskan konsumen tidaklah mudah karena keinginan dan kebutuhan seseorang tidak sama dan mudah berubah. Bila kualitas produk tidak sesuai dengan keinginan nasabah maka nasabah akan mengeluh. Dan berarti kepuasan

konsumen atau nasabah tidak terpenuhi, karena yang dikatakan dengan kepuasan konsumen atau nasabah adalah terpenuhinya keinginan dan kebutuhan seseorang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu.

Kunci fokus membentuk kepuasan pada pelanggan adalah menempatkan karyawan untuk berhubungan langsung dengan para pelanggan dan memberdayakan karyawan untuk mengambil tindakan yang diperlukan untuk memuaskan para pelanggan.³⁸ Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan atau jasa ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima jasa. Kepuasan konsumen dicapai apabila konsumen memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan.

Dengan demikian nasabah produk Al-Qard Talangan Haji akan merasa puas apabila nasabah produk Al-Qard Talangan Haji memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkannya. Dalam hal ini terdapat pengaruh antara produk Al-Qard Talangan Haji dengan tingkat kepuasan nasabah. Produk Al-Qard Talangan Haji merupakan salah satu bentuk fasilitas dan kemudahan serta kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh BMI Cabang Kediri. Semakin tinggi kualitas produk yang diberikan kepada nasabah, maka 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 merasa puas.

³⁸ Nasution, *Manajemen Mutu*, 47.