

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, lembaga keuangan syari'ah semakin mengalami banyak perkembangan. Dengan meningkatnya perkembangan lembaga keuangan syariah, tentu persaingan bisnis semakin ketat. Saat ini untuk mencapai kesuksesan dalam persaingan, perusahaan harus dapat memberikan kualitas pelayanan terbaik supaya pelanggan merasa puas dengan produk yang ditawarkan.

Kepuasan anggota berkaitan erat dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk. Perusahaan jasa dituntut untuk dapat memberikan kualitas pelayanan dengan menawarkan produk yang bisa memenuhi kebutuhan serta kemauan pelanggan. Produk dan jasa akan sangat gampang ditinggalkan ketika tidak memenuhi kualitas yang diharapkan pelanggan dan akhirnya pelanggan beralih ke perusahaan lain. Untuk menghindari hal tersebut perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerja yang mengutamakan pelayanan serta produk yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.¹

Kepuasan menurut Kotler merupakan tingkatan perasaan seseorang sesudah membandingkan kinerja dan hasil yang ia rasakan dengan harapan.² Menurut Oliver kepuasan ialah penilaian terhadap surprise yang

¹ Cokorda Istri Agung Krisna Dewi, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali" (Jurnal, Universitas Udayana Bali, Bali, 2018), 4544.

² Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Terj Teguh Henndra (Jakarta: Prenhallindo, 2002), 246.

menempel pada pemerolehan produk ataupun pengalaman anggota. Mowen mengemukakan kepuasan sebagai perilaku keseluruhan terhadap sesuatu barang ataupun jasa sesudah perolehan serta konsumsi.³ Sedangkan menurut Irawan, kepuasan ialah hasil akumulasi dari konsumen dalam memakai produk serta jasa (pelayanan).⁴

Kepuasan pada dasarnya merupakan perbandingan antara harapan serta hasil yang dirasakan anggota. Dalam menentukan tingkat kepuasan anggota, terdapat 5 faktor utama menurut Rambat Lupiyoadi yaitu : 1) Kualitas pelayanan ialah anggota akan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang terbaik ataupun sesuai yang diharapkan. 2) Kualitas produk ialah anggota akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan kalau produk yang mereka pakai sangat berkualitas. 3) Emosional ialah anggota akan merasa bangga ataupun memperoleh kepercayaan bahwa orang lain bakal kagum kepada ia apabila memakai produk dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkatan kepuasan yang besar. 4) Harga ialah produk yang memiliki kualitas sama namun menerapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih besar terhadap anggota. 5) Biaya ialah anggota yang tidak mengeluarkan biaya tambahan serta tidak perlu buang waktu untuk memperoleh sesuatu produk ataupun jasa.⁵

³ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), 354.

⁴ Basu Swasta Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), 119.

⁵ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, (Jakarta: Saalemba Empat, 2001), 158.

Lembaga keuangan syari'ah di Indonesia bisa dibedakan menjadi 2 ialah lembaga keuangan yang berupa bank serta non bank. Lembaga keuangan syari'ah yang berupa bank yaitu Bank Umum Syari'ah serta Unit Usaha Syari'ah. Lembaga keuangan non bank salah satunya *Baitul Mal Waa Tamwiil* (BMT). BMT ialah lembaga keuangan non bank yang dasar hukum legalitasnya diatur dalam UU koperasi ialah UU Republik Indonesia No 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian. Biasanya yang diartikan dengan BMT ialah lembaga keuangan mikro yang berlandaskan syari'ah. BMT berorientasi pada 2 aspek, yakni sosial serta bisnis. Dalam aspek sosial BMT selaku lembaga amil zakat yang menolong warga dalam menyalurkan infaq, zakat serta shadaqah. Sebaliknya dalam aspek bisnis, BMT berfungsi mengumpulkan dana dari warga yang mempercayakan dananya disimpan di BMT serta menyalurkan dananya kepada masyarakat yang membutuhkan⁶

BMT UGT Sidogiri ialah lembaga keuangan syari'ah yang bergerak pada pertumbuhan sektor usaha mikro dengan melandaskan aktivitasnya pada ketentuan syari'ah atau menitik beratkan atensi pada perekonomian rakyat khususnya di pasar-pasar tradisional. BMT UGT Sidogiri juga ialah salah satu dari beberapa lembaga keuangan mikro syari'ah yang memanfaatkan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan.

⁶ Ahmad sumiyanto, *BMT Menuju Koperasi Modern*, (Yogyakarta: ISES Publishing, 2008), 452.

BMT UGT Sidogiri membuka unit layanan di Kediri dengan memiliki 4 cabang di kabupaten atau kota Kediri, salah satunya yaitu cabang Mojo Kediri yang beroperasi sejak tahun 2012 sampai sekarang. Selain BMT UGT Sidogiri Mojo juga terdapat BMT lainnya yang dekat dengan BMT Mojo, yaitu BMT Assalam Mojo dan BTM Surya Melati Mojo. Kedua BMT tersebut juga sering dikunjungi anggota untuk kegiatan menabung dan melakukan pembiayaan. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 1.1
Perbandingan antara BMT UGT Sidogiri Mojo, BMT Assalam Mojo dan BTM Surya Melati Mojo

Perbandingan	BMT UGT Sidogiri Mojo	BMT Assalam Mojo	BTM Surya Melati Mojo
Kualitas Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> -Pelayanan kantor yaitu melayani anggota yang ingin menabung dan melakukan pembiayaan -Melayani antar jemput bola setiap hari datang ke pasar-pasar (pasar Mojo, pasar ngadiluwih dan pasar kras) dan ke rumah-rumah dengan sistem nabung seperti nasabah yang ingin menabung, mengambil tabungan dan pembayaran angsuran. Melayani antar jemput anggota untuk mendaftar ke bank syariah dan kemenag sampai selesai. -Sudah tersedia fasilitas mobile UGT 	<ul style="list-style-type: none"> -Pelayanan kantor yaitu melayani nasabah yang ingin menabung dan melakukan pembiayaan Melayani antar jemput bola tetapi jika ada permintaan dari anggota untuk menyuruh angsurannya diambil 	<ul style="list-style-type: none"> -Pelayanan kantor yaitu melayani nasabah yang ingin menabung dan melakukan pembiayaan Melayani antar jemput bola tetapi jika ada permintaan dari anggota untuk menyuruh angsurannya diambil

Kualitas Produk	8 produk simpanan dengan akad <i>mudharabah musytarakah</i> dan 9 Produk pembiayaan	4 produk simpanan dengan akad <i>wadi'ah</i> dan <i>mudhorobah</i> , 4 produk pembiayaan dan 1 produk baitul maal	2 produk simpanan dengan akad <i>wadi'ah</i> dan 2 produk pembiayaan
Emosi	Karyawan selalu menjaga hubungan baik dengan nasabahnya	Karyawan selalu menjaga hubungan baik dengan nasabahnya	Karyawan selalu menjaga hubungan baik drngan nasabahnya
Harga	- Setoran awal minimal Rp. 10.000,- setoran berikutnya minimal Rp. 1000,- - Setoran awal Rp. 900.000,- dan mendapatkan porsi haji Rp. 25.000.000,-	Membuka rekening simpanan minimal Rp. 25.000,- setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000,-	Saldo minimal Rp. 10.000,-
Biaya	Administrasi pembukaan tabungan Rp. 5000,-	Membayar simpanan poko pendaftaran sebagai anggota sebesar Rp. 20.000,-	Membayar setoran awal pembukaan tabungan sebesar Rp 20.000,-

Sumber: Observasi 22 Juli 2020

Berdasarkan tabel tersebut bisa di pahami bahwa diantara ketiga BMT tersebut BMT UGT Sidogiri Mojo memiliki beberapa keunggulan, diantaranya dalam kualitas pelayanan dan kualitas produk. Dalam pelayanan di BMT UGT Sidogiri Mojo terdapat beberapa pelayanan yaitu pelayanan kantor dengan melayani anggota yang ingin menabung atau melakukan pembiayaan, melayani antar jemput bola setiap hari datang ke pasar-pasar atau ke rumah-rumah dengan sistem nabung seperti nasabah yang ingin menabung, mengambil tabungan dan pembayaran angsuran. Selain itu, terdapat kelebihan yang lainnya yaitu sudah di fasilitasi dengan aplikasi mobile UGT serta ada beberapa produk di BMT

UGT Sidogiri Mojo yaitu ada 8 produk simpanan dan 9 produk pembiayaan.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti memperoleh data jumlah anggota yang melakukan pembiayaan di BMT UGT Sidogiri Mojo pada periode Januari - Desember 2020 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data produk pembiayaan BMT UGT Sidogiri Mojo Periode Januari – Desember 2020

No	Jenis pembiayaan	Jumlah nasabah
1	Pembiayaan Murabahah	544
2	Pembiayaan Ijarah	157
3	Pembiayaan Kafalah	98
4	Pembiayaan Bi'ul Wafa	38
5	Pembiayaan Rahn	29
6	Pembiayaan Qord	0
Jumlah		866

Sumber: Data BMT Sidogiri Mojo

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa pembiayaan yang banyak dipilih anggota adalah pembiayaan murabahah, ijarah dan kafalah. Peneliti lebih memilih melakukan penelitian tentang kafalah karena dari ketiga BMT tersebut produk kafalah hanya ada di BMT UGT Sidogiri Mojo. Produk kafalah ialah fasilitas pembiayaan kepada anggota untuk mencukupi keperluan setoran biaya haji (BPIH) yang ditentukan oleh kementerian agama, guna memperoleh porsi haji. Peneliti juga melakukan observasi terkait tentang kepuasan anggota untuk mengetahui tingkat kepuasan anggota diperoleh hasil:

Tabel 1.3
Tingkat kepuasan anggota pembiayaan kafalah di BMT Sidogiri Mojo

Keterangan	Jumlah
Puas	32
Tidak puas	3
Jumlah	35

Sumber: Observasi di BMT Sidogiri Mojo

Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui respon anggota terhadap tingkat kepuasan sebanyak 35 anggota. Anggota yang merasa puas ada 32 anggota sedangkan yang tidak puas ada 3 anggota. Dari data tersebut bisa disimpulkan bahwa tingkat kepuasan yang dirasakan lebih tinggi dari pada yang tidak puas.

Selain observasi terhadap tingkat kepuasan para anggota peneliti juga observasi terkait tentang alasan anggota memilih pembiayaan kafalah di BMT UGT Sidogiri Mojo:

Tabel 1.4
Alasan anggota memilih pembiayaan kafalah di BMT UGT Sidogiri Mojo

Alasan memilih pembiayaan kafalah	Jumlah
Kualitas pelayanan	21
Harga	0
Kualitas produk	8
Emosi	6
Biaya	0
JUMLAH	35

Sumber: Observasi di BMT Sidogiri Mojo

Berdasarkan tabel tersebut, bisa diketahui bahwa alasan anggota memilih pembiayaan kafalah yang paling tinggi adalah karena kualitas pelayanan dan kualitas produk. Peneliti tertarik untuk melakukan riset di BMT UGT Sidogiri Mojo dengan judul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keuasan Anggota Pembiayaan Kafalah (Studi kasus di BMT UGT Sidogiri Mojo).”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan di BMT Sidogiri Mojo ?
2. Bagaimana kualitas produk di BMT Sidogiri Mojo ?
3. Bagaimana kepuasan anggota pembiayaan kafalah di BMT Sidogiri Mojo?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pembiayaan kafalah di BMT Sidogiri Mojo ?
5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan kafalah di BMT Sidogiri Mojo?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan kafalah di BMT Sidogiri Mojo ?

C. Tujuan Riset

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di BMT Sidogiri Mojo.
2. Untuk mengetahui kualitas produk di BMT Sidogiri Mojo.
3. Untuk mengetahui kepuasan anggota pembiayaan kafalah di BMT Sidogiri Mojo.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pembiayaan kafalah di BMT Sidogiri Mojo.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan kafalah di BMT Sidogiri Mojo.

6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan anggota pembiayaan kafalah di BMT Sidogiri Mojo.

D. Telaah Pustaka

1. Riset terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Syairozi (2016).⁷ Dalam riset ini diperoleh hasil kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah ditunjukkan dengan besar nilai 0,476 lebih besar dari 5% atau 0,05 dan nilai t test menunjukkan angka 0,716. Persamaan dari riset ini yaitu memakai variabel yang sama, dan memakai metode Kuantitatif. Sedangkan perbedaan yaitu terletak pada subjek risetnya.
2. Riset terdahulu yang dilakukant oleh Faridah Ilmiah (2017).⁸ Adapun hasil dari riset ini bahwa antara variabel x serta variabel y mempunyai ikatan yang baik. Hasil t_{hitung} 28,957 dan nilai sig 0,000 yaitu 0,000 kurang dari 0,05. Persamaan dalam riset ini merupakan sama-sama mengulas tentang kualitas pelayanan (X_1). Perbedaan riset ini tidak ada variabel X_2 , dan pada variabel (Y) peneliti terdahulu membahas kepuasan jamaah sedangkan peneliti saat ini membahas tentang kepuasan anggota kafalah.

⁷ Muhammad Syarozi, “pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dalam menabung di LKMS Hubbul Wathon Sumowo Semarang” (Skripsi, IAIN Salatiga, Salatiga, 2016) xi.

⁸ Faridah Ilmiah “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuassan Jamaah Umrah Wanita Di Rameyza Tour Dan Travel Kediri” (Skripsi: STAIN Kediri, Kediri, 2017).

3. Riset terdahulu yang dilakukan oleh Vioni Dwi Afriana (2018).⁹
Adapun hasil riset adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh sebesar 76,5% terhadap kepuasan nasabah sedangkan 33,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk riset ini. Persamaan riset ini merupakan sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan riset ini peneliti sebelumnya responden diambil secara keseluruhan, sedangkan dalam riset sekarang responden dikhususkan pada anggota kafalah.

⁹ Vioni Dwi Afriana “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syari’ah Mandiri Cabang Ciputat Tangerang Selatan” (Skripsi: UM Jakarta, Jakarta, 2018).