

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang di ilhami oleh nilai-nilai Islam. Dengan demikian, ekonomi Islam mengatur perilaku manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dan mengatur bagaimana mendapatkan dana serta membelanjakannya.¹ Agama Islam yang bersumber pada wahyu Ilahi dan Sunnaterrasul mengajarkan kepada umatnya untuk berusaha mendapatkan kehidupan yang baik di dunia dan akhirat.

Sementara Islam menganggap kegiatan-kegiatan ekonomi manusia sebagai salah satu aspek dari pelaksanaan tanggung jawabnya di bumi (dunia) ini. Harta itu sendiri baik dan keinginan untuk memperolehnya merupakan tujuan yang sah dari perilaku manusia. Karena pekerjaan yang secara ekonomi produktif pada dasarnya mempunyai nilai keagamaan, di samping nilai-nilai lainnya.²

Dalam dunia ekonomi peran lembaga keuangan baik bank maupun non bank menjadi sangat penting. Tidak bisa di pungkiri bahwa masyarakat baik individu maupun golongan memiliki kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi, baik kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Dari persoalan tersebut, mendorong munculnya keuangan syariah alternatif, yakni sebuah lembaga yang tidak saja berorientasi bisnis tetapi juga sosial. Lembaga yang tidak melakukan

¹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil* (Yogyakarta : UII Press, 2004), 75.

² Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Yogyakarta :Pustaka Pelajar, 2010), 387.

pemusatan kekayaan pada sebagian kecil orang pemilik modal (pendiri), tetapi lembaga yang kekayaannya terdistribusi secara merata dan adil, lembaga yang terlahir dari kesadaran umat dan untuk menolong kelompok mayoritas yakni pengusaha kecil atau mikro. Lembaga yang tidak terjebak pada permainan bisnis untuk keuntungan pribadi, tetapi membangun kebersamaan untuk mencapai kemakmuran bersama yang memiliki konsep idealis serta istiqomah. Lembaga tersebut adalah lembaga Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) yang berbadan hukum koperasi.³

BMT menjadi lembaga solidaritas sekaligus lembaga ekonomi rakyat kecil untuk bersaing di pasar bebas. BMT berupaya untuk mengkombinasikan unsur-unsur iman, taqwa dan materi secara optimum sehingga diperoleh efisien dan produktif. Dengan demikian dapat membantu para anggotanya untuk dapat bersaing secara efektif dengan tidak hanya fokus pada perolehan keuntungan semata tanpa memperhatikan unsur halal atau haram cara memperolehnya tetapi juga dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah dalam pelaksanaan usaha.⁴

Oleh karena itu diperlukan suatu strategi bisnis dalam usaha untuk meningkatkan nasabah yaitu dengan mengukur kemampuan bank dalam memberikan produk jasa dan pelayanan pada nasabah, sebagai cara untuk mengetahui penilaian nasabah terhadap perkembangan bank. Kenyataan pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, serta akan mampu pula untuk menarik *image* perusahaan sehingga

³ Ibid., 73.

⁴ Muhamad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 41

citra perusahaan dimata pelanggan atau nasabah terus meningkat pula.⁵ Bank yang mempunyai kualitas pelayanan (*service quality*) prima, dapat membangun reputasi dan kepuasan nasabah pada bank tersebut. Peningkatan reputasi dan kepuasan nasabah dapat digunakan sebagai indikator keberhasilan perkembangan perbankan syariah.

Prinsip utama setiap perusahaan ketika menjual produk-produknya akan menerapkan berbagai strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga produk yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan merupakan kinerja terpenting yang diberikan oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen atau pelanggan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan.

Kepuasan konsumen mencakup perbedaan tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.⁶ Hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi dengan alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan kinerja yang dirasakan sesuai dengan

⁵ Kasmir, *Etika Costumer Service* (Jakarta: Rajawali Press, 2005), 2.

⁶ FreddyRangkuti, *Measuring Customer Satiffaction* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000), 23.

harapan maka niscaya konsumen merasa puas. Jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.⁷

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai, dan etika atau tata krama. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang selama ini mempengaruhi kepuasan konsumen secara umum, dan menjadi faktor utama dalam kepuasan konsumen sebuah perusahaan jasa. Peningkatan kualitas pelayanan sebagai salah satu motivator pengikat loyalitas konsumen adalah inti dari usaha di bidang jasa.⁸

BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang adalah lembaga keuangan yang merupakan salah satu BMT yang ada di kota Jombang yang keberadaannya masih awal yaitu berdiri pada tanggal 22 November 2012. Meskipun cabang baru BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang tidak bisa dipandang sebelah mata karena, terbukti dengan jumlah nasabah yang mencapai 553 orang dalam kurun waktu 6 bulan. Seperti dalam tabel berikut ini:

⁷ Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 8.

⁸ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta 2006), 237.

Tabel 1
Jumlah Nasabah
Per-November 2012 sampai dengan April 2013

Bulan	Jumlah Nasabah	% Peningkatan
November	47	-
Desember	51	8,5%
Januari	55	7,2%
Februari	106	92,7%
Maret	117	10,3%
April	177	51,2%
Jumlah	553	-

Sumber: data BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang

Dengan peningkatan jumlah nasabah tiap bulannya tersebut, menjadi salah satu alasan peneliti untuk memilih BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang sebagai tempat penelitian. Peningkatan jumlah nasabah dapat terjadi karena banyak hal diantaranya adalah lokasi yang strategis, keragaman produk, fasilitas kantor yang memadai, serta pelayanan karyawan yang memuaskan. Salah satu yang menjadi daya tarik pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang adalah kualitas pelayanan karyawan, hal ini merupakan peranan penting dalam peningkatan jumlah nasabah. Karena kualitas pelayanan dari waktu ke waktu akan berubah tergantung bagaimana konsumen atau nasabah yang memandangnya, bisa jadi kualitas pelayanan hari ini baik belum tentu untuk besok harinya baik dan begitu juga sebaliknya. Kualitas pelayanan mempunyai peranan penting untuk menentukan

puas dan tidaknya seorang atau kelompok konsumen atau pelanggan, dan dari waktu ke waktu kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa harus semakin baik demi menjaga loyalitas nasabah atau pelanggan.

Dalam perspektif Islam kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam. Tentunya hal tersebut dilakukan tidaklah hanya berorientasi pada komitmen materi semata, namun sebagai bagian dari nilai ibadah.

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Di dalam Islam tidak mengenal kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk Islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka baginya wajib untuk terikat dengan seluruh syariah Islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah Swt sesuai dengan cara yang sudah ditetapkan. Dalam hal ini ada lima dimensi kualitas pelayanan yang diteliti, yakni *Reliability* (keandalan), *Assurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti nyata), *Empathy* (empati) dan *Responsiveness* (ketanggapan).

Hal tersebut akan menunjukkan tingkat kesadaran masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syari'ah (terutama di BMT-UGT Sidogiri

Cabang Jombang) dalam transaksi keuangan mereka semakin meningkat seiring dengan usaha dari pihak manajemen sendiri yang dapat menanamkan kepercayaan kepada masyarakat. Oleh karena itu, sangat diperlukan penerapan pelayanan yang baik dalam memasarkan produknya, agar para nasabah mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan oleh BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang)”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk-bentuk pelayanan karyawan dalam perspektif Islam?
2. Bagaimana kualitas pelayanan karyawan pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam perspektif Islam pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk-bentuk pelayanan karyawan dalam perspektif Islam.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan karyawan pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam perspektif Islam pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik dalam segi teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan di bidang ekonomi syariah, terutama tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Lembaga Keuangan (BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang)

Sebagai bahan evaluasi kinerja dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah dalam Islam.

- b. Bagi Lembaga Pendidikan

Sebagai bahan pertimbangan bagi akademik dalam pengembangan ekonomi syariah mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di perusahaan jasa.

c. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat meningkatkan kemampuan peneliti dalam melakukan sebuah penelitian ilmiah serta menambah ilmu pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

d. Bagi Nasabah

Sebagai bahan pertimbangan dalam memilih atau menggunakan jasa di BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang supaya dapat menopang usahanya sehingga menjadi maju dan kompetitif.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris.⁹ Hipotesis merupakan dugaan tentang kebenaran mengenai hubungan dua variabel atau lebih.¹⁰ Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ha : Diduga adanya pengaruh antara kualitas pelayanan karyawan terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam perspektif Islam pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang.

⁹ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2002), 69.

¹⁰ Suharsimin Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 1995), 58.

2. Ho : Diduga tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan karyawan terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam perspektif Islam pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang.

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian atau anggapan dasar adalah sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh penyelidik.¹¹

Adapun asumsi dasar pada penelitian ini adalah dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan pada nasabah dengan tepat dan selalu di perhatikan oleh karyawan BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang diharapkan dapat memberikan kepuasan pada nasabah yang nantinya juga akan berdampak pada loyalitas nasabah terhadap BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang. Begitu juga sebaliknya jika kualitas pelayanan tidak dijalankan dengan tepat maka kemungkinan nasabah pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang akan merasa tidak puas dengan sistem pelayanan yang ada, sehingga berdampak pula pada ketidaksetiaan nasabah itu sendiri pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang.

G. Kajian Pustaka

Dalam beberapa kajian empiris dan teoritis mengenai kualitas pelayanan terdapat beberapa penelitian diantaranya:

Karya Ana Khoirun Nisak dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di BMT Rahmat Semen Kediri”. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap

¹¹Suharsimin Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 66.

loyalitas nasabah BMT Rahmat Semen Kediri. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling*. Hasil penelitian ini, menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Rahayuningrum “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pegadaian Syari’ah Cabang Kediri”. Adapun penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. Variable-variabel dalam penelitian ini meliputi variabel kualitas pelayanan (X), yang terdiri dari lima dimensi yaitu: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* sebagai variabel independent dan kepuasan nasabah (Y) sebagai dependent. Hasil penelitian ini, menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Koefisien regresi sebesar 0,548 menyatakan bahwa jika nilai *tangible* (X1) naik 1%, maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 54,8%, dengan asumsi variabel lain tetap.

Skripsi di atas berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan, adapun penelitian di atas masih global tentang kualitas pelayanan yaitu berdasarkan kualitas pelayanan dari pihak lembaganya dan juga kualitas pelayanan dari karyawan itu sendiri. Sedangkan penulis akan mengkaji lebih dalam tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Jombang)”. Di mana variabel yang diteliti berfokus pada kualitas pelayanan karyawan dan kepuasan nasabah.