

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan ekonomi syariah mampu mengembalikan nilai-nilai Islam ditengah kehidupan perekonomian masyarakat. Dalam dunia bisnis telah muncul kesadaran akan pentingnya etika, kejujuran dan prinsip-prinsip Islam lainnya. Rasulullah SAW sendiri telah memberikan contoh kepada manusia tentang cara-cara berbisnis yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, sikap amanah, serta tetap memperoleh keuntungan. Nilai-nilai inilah yang menjadi landasan hukum dalam menjalankan bisnis. Rasulullah adalah *prototipe* sukses dalam melakukan spiritualisasi *marketing*. Oleh karena itu, mencontoh cara Rasulullah SAW dengan mengutamakan nilai-nilai Islam adalah tindakan yang sangat terpuji. Sebagai faktor penting untuk melahirkan ide-ide cemerlang, kreatif dan inovatif dalam membangun gagasan-gagasan baru di dunia bisnis diperlukan hati yang bersih dan sehat. Jika hatinya bening, maka bisnis yang dijalankannya akan bermutu tinggi, memiliki nilai layanan yang berkualitas, dicintai oleh pelanggannya dan ini akan mendorong terjadinya loyalitas pelanggan (konsumen, nasabah, mitra lainnya) yang berefek positif terhadap interaksi bisnis dalam jangka panjang.¹

Kepercayaan dalam sebuah interaksi dan hubungan dapat diciptakan dari kejujuran. Kejujuran adalah satu kualitas yang paling sulit dari

¹Ali Hasan. *Marketing Bank Syariah*. (Bogor : Ghalia Indonesia, 2002) 8

karakter untuk dicapai didalam bisnis, keluarga atau orang-orang yang berminat untuk melakukan persaingan dengan pihak-pihak lain. Para pemberi kerja tergantung pada karyawan, para pelanggan tergantung pada penyalur, bank-bank tergantung pada nasabah dan peminjam. Oleh karena itu, untuk menemukan bahwa bisnis yang berhasil dalam masa yang panjang akan cenderung untuk membangun semua hubungan atas mutu, kejujuran dan kepercayaan. Penerimaan masyarakat terhadap produk perbankan yang beroperasi dengan prinsip Islam (bank syariah) dari tahun ke tahun semakin membaik, hal ini ditandai oleh terus meningkatnya jumlah total deposito, total pinjaman maupun produk lainnya yang digunakan baik oleh pelanggan muslim maupun pelanggan non-muslim di bank syariah.

BPR Syariah berdiri berdasarkan UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Pada pasal 1 ayat 4 UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan, disebutkan bahwa Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.² Saat ini kehadiran BPRS telah mulai dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, khususnya masyarakat pedesaan terutama bagi pengusaha kecil dan mikro dalam rangka membangun pengembangan usaha dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pengusaha kecil dan mikro yang selama ini

²Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid. *Lembaga Keuangan Syariah*. (Jakarta: Zikrul Hakim, 200)39

terbiasa memperoleh pinjaman modal kerja dari perorangan maupun lembaga simpan pinjam lainnya, sekarang mulai melirik BPRS sebagai salah satu lembaga keuangan yang dapat membantu usaha mereka dan diharapkan sesuai dengan harapan masyarakat.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Karena fokus kualitas adalah kepuasan pelanggan, perlu dipahami komponen-komponen yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana, yaitu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.³

Account Officer (AO) adalah karyawan bank yang bertugas memproses calon debitur atau permohonan pembiayaan sehingga menjadi debitur.⁴ Selain tugas utamanya sebagai pengelola pembiayaan nasabahnya, AO juga berperan sebagai *marketing* atau *sales promotion* yaitu

³Drs. M.N, Nasution. *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta:Ghalia Indonesi, 2001) 45

⁴Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta:UII Press. 2000)53

mempromosikan sekaligus mencari nasabah. Pemasaran produk merupakan kegiatan yang paling penting untuk pengembangan usaha. Strategi jemput bola adalah strategi yang efektif untuk menyaring nasabah sebanyak-banyaknya, yaitu dengan menerjunkan karyawan bank untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat. Informasi sangat dibutuhkan oleh masyarakat karena saat ini mayoritas masyarakat belum begitu mengerti akan keberadaan dan peran Bank Umum Syariah.

Pelayanan AO yang baik diharapkan untuk bisa menarik minat nasabah pada produk-produk yang dihasilkan oleh perbankan. Apabila pelayanan yang diberikan AO kurang memuaskan, maka nasabah yang ingin menggunakan produk-produk yang dihasilkan oleh perbankan juga akan berkurang. Pengambil keputusan oleh konsumen untuk membeli produk dari sebuah lembaga didasarkan pada informasi yang mereka peroleh. Kualitas pelayanan AO dengan minat nasabah menyimpan dana memiliki hubungan yang sangat erat, jika kualitas pelayanan AO baik maka minat nasabah menyimpan dana meningkat, begitu juga sebaliknya jika kualitas pelayanan AO buruk maka minat nasabah akan berkurang. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Tanmiya Artha berdiri tanggal 27 Juli 2008 sampai sekarang sudah 4 tahun beroperasi dan telah memiliki nasabah cukup banyak. Hal ini menunjukkan bahwa BPRS Tanmiya Artha mampu bersaing ditengah persaingan yang sangat ketat didunia perbankan. BPRS Tanmiya Artha dalam hal menarik minat nasabah untuk menyimpan dana memiliki strategi tersendiri yakni memberikan pelayanan yang memudahkan nasabah untuk bertransaksi

dan memberikan keuntungan nisbah bagi hasil yang sesuai dengan bentuk simpanan. Alasan penulis memilih lokasi penelitian di BPRS Tanmiya Artha Kediri karena lembaga keuangan tersebut mempunyai prospek dan lingkup kegiatan yang strategis, BPRS Tanmiya Artha terletak di daerah perkotaan, banyak toko-toko sehingga dapat memberikan peluang besar dalam hal menarik minat nasabah untuk menyimpan dana di BPRS Tanmiya Artha. Oleh karena itu, untuk mengetahui kualitas pelayanan AO dalam menarik minat nasabah untuk menyimpan dana di BPR Syariah, peneliti melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan *Account Officer* terhadap Minat Nasabah Menyimpan dana di BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri” .

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan *Account Officer* di BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri?
2. Bagaimana minat nasabah menyimpan dana di BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *Account Officer* terhadap minat nasabah menyimpan dana di BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *Account Officer* di BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri.
2. Untuk mengetahui minat nasabah menyimpan dana di BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *Account Officer* terhadap minat nasabah menyimpan dana di BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan secara Teoritis

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan untuk penelitian yang akan datang terutama mengenai kualitas pelayanan AO sekaligus bagaimana minat nasabah menyimpan dana pada suatu lembaga keuangan.

2. Kegunaan secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan antara teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan prakteknya dilapangan, serta dapat menambah wawasan dan daya analisis yang dapat dijadikan sebagai bekal bila terjun di masyarakat.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan memberikan masukan yang berharga bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dibidang manajemen sumber daya manusia, serta menambah ilmu bacaan ilmiah.

c. Bagi Publik

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa dengan penelitian ini.

E. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesa adalah pernyataan sementara yang menghubungkan dua variabel atau lebih. Kesimpulan yang tarafnya rendah karena masih membutuhkan pengujian secara empiris⁵. Adapun hipotesa yang penulis kemukakan adalah :

1. Hipotesa Kerja (Ha)

Ada pengaruh antara kualitas pelayanan AO terhadap minat nasabah untuk menyimpan dana di BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri. Semakin tinggi kualitas pelayanan AO maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menyimpan dana. Begitu juga sebaliknya, bila kualitas pelayanan AO rendah maka minat nasabah untuk menyimpan dana berkurang.

⁵Tatang Amrin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1986), 32.

2. Hipotesa Nol (Ho)

Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan AO terhadap minat nasabah menyimpan dana di BPR Syariah Tanmiya Artha Kediri.

F. ASUMSI PENELITIAN

Menurut Suharsimi Arikunto, asumsi penelitian atau anggapan dasar adalah sebuah titik tolak pikiran yang kebenarannya diterima oleh penyelidik.⁶ Dalam hal ini tidak perlu membuktikan kebenaran hal yang diasumsikan itu, akan tetapi dapat langsung memanfaatkan hasil pengukuran sikap yang diperoleh. Peneliti mengasumsikan adanya kualitas pelayanan AO yang bagus dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menyimpan dana di BPRS Tanmiya Artha Kediri. Oleh karena itu, dapat diasumsikan dengan semakin baiknya kualitas pelayanan AO maka dapat meningkatkan minat nasabah untuk menyimpan dana, demikian pula sebaliknya, semakin buruknya kualitas pelayanan AO maka minat nasabah menyimpan dana juga akan ikut menurun.

Sebagai pendukung atas asumsi yang peneliti ajukan di atas, peneliti menggunakan acuan skripsi dari Ana Khoirun Nissak dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di BMT Rahmat Semen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan indikator-indikator yang merupakan aspek penting

⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 66.

dalam kualitas pelayanan yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Teknik pengambilan sampel menggunakan sample random sampling dengan 125 responden. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana dan analisis korelasi. Hasil penelitian R sebesar 0,953 yang menunjukkan bahwa hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah sangat kuat. Dengan R square sebesar 0.909 yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh 90,9% terhadap loyalitas nasabah. Hasil dari persamaan regresi yaitu $y = -5,517 + 1,121x$ menunjukkan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

G. PENEGASAN ISTILAH

1. Variabel independen (X)

Variabel Independen adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan

2. Variabel dependent (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya atau variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah minat nasabah.

Istilah-istilah yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Kualitas adalah meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kualitas mencakup produk (barang dan jasa), tenaga kerja, proses dan lingkungan kerja, kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.⁷
- b. Pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan.⁸
- c. Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu atau keinginan.⁹
- d. Nasabah Penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara Bank Syariah dengan nasabah yang bersangkutan.¹⁰
- e. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) sebagai salah satu lembaga keuangan perbankan syariah yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun muamalah Islam.¹¹

⁷M. N, Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia,2001)26

⁸Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*.(Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2005)3

⁹Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta : Balai Pustaka, 1997) 656

¹⁰Ahmad Ilham Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*.(Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010)3

¹¹Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah*. (Jakarta: Zikrul Hakim,2008) 38