

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis perbankan kepuasan nasabah adalah menjadi salah satu yang diutamakan, karena hal itu yang menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha perbankan. Nasabah yang tidak puas tentu tidak akan diulangi lagi memilih jasa perbankan yang sama, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan jasa perbankan lain (pesaing), sehingga membuat nasabah memiliki banyak perbandingan untuk memilih lembaga keuangan mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya.¹

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan pelayanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi lembaga keuangan. Untuk kepuasan nasabah terhadap pelayanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan (*perceived quality*). Nasabah selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Memiliki nasabah yang puas adalah tujuan akhir dari semua perusahaan. Tetapi kebanyakan dari perusahaan tidak mengetahui bahwa kepuasan nasabah dapat dibentuk melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari calon pelanggan potensial sampai dengan pelanggan dengan tingkatan tertinggi yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan. Setiap

¹ Abdul Warits, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah*, Skripsi S1, Semarang : IAIN WSS, 2009

perusahaan memiliki kualitas pelayanan dan kualitas produknya masing-masing, hal ini menjadikan nasabah lebih menyeleksi terhadap produk mana yang akan mereka pilih dan lembaga keuangan mana yang dipercaya oleh nasabah. Konsumen yang merasa puas merupakan asset yang tidak ternilai bagi perusahaan selain mendatangkan keuntungan dan biaya komunikasi dari mulut kemulut yang positif, juga dapat memperluas pangsa pasar serta menekan biaya pemasaran.²

Pengaturan yang digunakan BMT mengacu pada berbagai peraturan antara lain UU No. 25 Tahun 1992 tentang Koperasi dan UKM, serta UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dan diperbarui menjadi Undang-Undang Perkoperasian Nomor 17 tahun 2012 dan secara spesifik diatur dalam Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UKM RI Nomor 91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS).³ BMT Agritama berdiri pada tahun 2001 pada awalnya merupakan kelompok Swadaya Masyarakat yang bergerak pada peningkatan usaha kecil mikro (UKM) dan sering disebut Baitul Maal Wattamwil yang selanjutnya disingkat dengan BMT, adalah lembaga ekonomi (keuangan) yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai dengan Syariat Islam. Berdasarkan observasi yang sudah dilakukan sebagaimana table dibawah ini.

² Tjiptono, F., *Total Quality Service.*, (Yogyakarta: Penerbit Andi. 2002)

³ Euis Amalia, *Keadilan Distribusi dalam Ekonomi Islam Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali, 2009)., 24.

Tabel 1.1
Rincian Rekening Pembiayaan Tahun 2016 dan 2017
BMT AGRITAMA SRENGAT BLITAR

No	Keterangan	2016	2017
1	Pembiayaan Mudharabah	0	0
2	Pembiayaan Murabahah	Rp. 613.750.000	Rp. 2.350.292.000
3	Pembiayaan BBA	Rp. 1.330.800.000	Rp. 780.150.000
4	Qordul Hasan	0	0

Sumber: BMT AGRITAMA Srengat-Blitar, 2017

Jumlah Pembiayaan terbesar pada tahun 2016 ada pada pembiayaan BBA dengan jumlah pembiayaan sebesar Rp. 1.330.800.00 sedangkan pada pembiayaan Murabahah hanya sebesar Rp. 613.750.000. Kemudian pada tahun 2017 pembiayaan BBA turun dan Pembiayaan Murabahah semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwasanya pada pembiayaan murabahah lebih dipilih oleh nasabah, karena pembiayaan tersebut sesuai apa yang diinginkan atau yang dibutuhkan oleh nasabah tersebut.

Tabel 1.2
Jumlah Nasabah Tahun 2016 dan 2017
BMT AGRITAMA SRENGAT BLITAR

No	Keterangan	2016	2017
1	Pembiayaan Mudharabah	0	0
2	Pembiayaan Murabahah	119	344
3	Pembiayaan BBA	204	187
4	Qordul Hasan	0	0
	Jumlah Nasabah	323	531

Sumber: BMT AGRITAMA Srengat-Blitar, 2017

Jumlah Nasabah paling besar pada tahun 2016 adalah pembiayaan *BBA* dan ditahun 2017 pembiayaan *BBA* mengalami penurunan sebanyak 17 nasabah, sedangkan pada pembiayaan Murabahah dari tahun 2016 sampai 2017 mengalami kenaikan sebanyak 225 nasabah. Hal ini menunjukkan

bahwasanya Pembiayaan Murabahah yang paling banyak dipilih oleh nasabah atau produk tersebut sesuai apa yang diharapkan nasabah saat ini. Dengan demikian, sudah diketahui kepuasan nasabah terhadap pembiayaan murabahah dengan merekomendasikan produk tersebut kepada saudara atau teman dekat untuk memilih produk tersebut.

Berdasarkan kondisi diatas peneliti tertarik meneliti di BMT Agritama Srengat Blitar mengenai kepuasan nasabah *Murabahah*. Dibawah ini hasil dari observasi peneliti terhadap nasabah *Murabahah* dengan memberikan pilihan dari faktor-faktor kepuasan konsumen seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, biaya, dan harga.

Tabel 1.3
Observasi Nasabah Murabahah terhadap
BMT Agritama Srengat

No	Keterangan	Nasabah Murabahah
1	Kualitas Produk	8
2	Kualitas Pelayanan	6
3	Emosional	2
4	Harga	0
5	Biaya	4
	Jumlah Nasabah	20

Sumber: BMT Agritama Srengat-Blitar, 2017

Hasil observasi pada tabel diatas, menjelaskan bahwasanya observasi dari 20 nasabah *murabahah* lebih memilih kualitas produk dan kualitas pelayanan. Nasabah sudah merasa puas dan sesuai dengan harapan nasabah terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang sudah diberikan.

Kualitas produk merupakan suatu keadaan yang berhubungan dengan sesuatu yang dapat ditawarkan dalam hal ini berupa barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dan bertujuan untuk memuaskan. Hubungan dari kualitas produk dengan kepuasan nasabah Murabahah, semakin produk tersebut sesuai dengan yang diharapkan dan dibutuhkan nasabah, maka nasabah akan merasa puas dan kembali untuk memakai produk tersebut.

Seperti halnya, produk pembiayaan Murabahah di BMT Agritama ini ditujukan kepada nasabah yang memiliki perekonomian menengah kebawah. Di BMT Agritama memberikan jatuh tempo pembiayaan selama 4 bulan dan selanjutnya direalisasi. Dan pembayaran angsuran tiap bulan hanya diangsur marginnya saja, kemudian pembayaran pokok pinjaman pada tanggal jatuh tempo yang telah ditentukan saat pembacaan akad.

Kualitas Pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan atau sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan nasabah.⁴ BMT Agritama memberikan pelayanan seperti: syarat pengajuan pembiayaan yang sangat mudah dan proses yang cepat. BMT Agritama juga bekerja sama dengan *showroom* di wilayah BMT tersebut, sehingga pengajuan pembiayaan tidak harus di kantor BMT, tetapi bisa di *showroom-showroom*, yang sudah bekerja sama dengan BMT Agritama tersebut.

⁴ Fandy Tjiptono., *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), 87.

Hubungan dari kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah Murabahah, semakin pelayanan yang diberikan kepada nasabah tersebut sesuai dengan yang diharapkan dan dibutuhkan nasabah, maka nasabah akan merasa puas dan kembali untuk memakai produk dari BMT tersebut.

Dengan kualitas pelayanan yang baik, dapat membuat nasabah menjadi puas, dan mereka tidak akan berfikir ulang untuk tidak loyal. Kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Kalau ditelusuri, perusahaanlah yang harus aktif dalam proses mempertahankan nasabah.

Sehubungan dengan hal tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Murabahah pada BMT Agitama Srengat-Blitar”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti yaitu:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan pada BMT Agritama Srengat Blitar?
2. Bagaimana Kualitas Produk pada BMT Agritama Srengat Blitar?
3. Bagaimana Kepuasan Nasabah Murabahah pada BMT Agritama Srengat Blitar?

4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Murabahah di BMT Agridama Srengat-Blitar?
5. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah Murabahah di BMT Agridama Srengat-Blitar?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Murabahah di BMT Agridama Srengat-Blitar?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada BMT Agridama Srengat Blitar.
 - b. Untuk mengetahui kualitas produk pada BMT Agridama Srengat Blitar.
 - c. Untuk mengetahui kepuasan nasabah Murabahah pada BMT Agridama Srengat Blitar.
 - d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Murabahah pada BMT Agridama Srengat-Blitar.
 - e. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Murabahah pada BMT Agridama Srengat-Blitar.
 - f. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Murabahah pada BMT Agridama Srengat-Blitar.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu member kontribusi manfaat antara lain :

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan dibidang koperasi jasa keuangan syariah khususnya berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Murabahah Pada BMT Agritama Srengat-Blitar.

b. Secara Praktis

1) Bagi Penulis

Memberikan wawasan pengetahuan dan menjadi pembanding antara ilmu yang diperoleh dibangku kuliah. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi media penerapan ilmu yang didapatkan penulis dibangku kuliah dalam kehidupan yang praktis.

2) Bagi Lembaga (BMT)

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi BMT Agritama Srengat-Blitar untuk meningkatkan mutu dan pelayanan, sehingga nasabah memperoleh kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan serta sebagai pertimbangan untuk menetapkan kebijakan selanjutnya.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.⁵

Adapun hipotesis yang dapat dibentuk dalam penelitian ini adalah:

1. Ha: hipotesis alternative (Ha) yang menyatakan adanya pengaruh antara variable x dan variable y, atau perbedaan antara dua kelompok.⁶ Yaitu ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan nasabah Murabahah pada BMT Agritama Srengat Blitar.
2. H0: hipotesis nol (H0) atau hipotesis yang menyatakan tidak adanya pengaruh antara variable x dan variable y.⁷ Yaitu tidak ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah *murabahah* di BMT Agritama Srengat Blitar.

E. Telaah Pustaka

Peneliti mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah Murabahah telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Diantaranya adalah penelitian oleh:

Tabel 1.4
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Musliana Ratnasari	<i>Pengaruh Kualitas pelayanan dan</i>	Kualitas Pelayanan	Sama-sama menggunakan	Menggunakan kualitas produk

⁵ Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 21.

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

⁷ *Ibid.*, 67.

(2016)	<i>Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta</i>	(X1), Citra Produk (X2), keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan (Y)	kualitas pelayanan sebagai variable independen	sebagai variable independen dan kepuasan nasabah sebagai variable dependen
Sujarwanti (2013)	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Keuntungan terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di PT. BPR Syariah Mitra Cahaya Indonesia Yogyakarta</i>	Kualitas pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Keuntungan (X3) Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah (Y)	Sama-sama menggunakan kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai variable independen	Menggunakan kepuasan nasabah Murabahah sebagai variable dependen
Ari Susanto Wibowo (2013)	<i>Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Di Kota Purwokerto</i>	Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Nilai Pelanggan (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y)	Sama –sama menggunakan Kualitas Pelayanan sebagai variable independen Sama-sama menggunakan Kepuasan nasabah sebagai variable dependen	Menggunakan kualitas produk sebagai variable independen
Lutfi Tian Febrianto (2008)	<i>Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas nasabah studi kasus pada BPRS RISALAH UMAT</i>	Kualitas pelayanan (X1), Loyalitas nasabah (Y)	Sama sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variable independen	Menggunakan kualitas produk sebagai variable independen dan loyalitas nasabah sebagai variable dependen

Piper Ronika (2017)	<i>Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah non muslim pada PT Frudential Syariah Cabang Bekasi</i>	Kualitas pelayanan (X1), Loyalitas nasabah (Y)	Sama sama menggunakan kualitas pelayanan sebagai variable independen	Menggunakan kualitas produk sebagai variable independ dan loyalitas nasabah sebagai variable dependen
Sri Wulandari (2017)	<i>Pengaruh margin dan kualitas produk terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Murabahah pada BMT Muawanah Palembang</i>	Pengaruh margin (X1), kualitas produk (X2), Minat nasabah (Y)	Sama sama menggunakan kualitas produk sebagai variable independendan loyalitas nasabah sebagai variable dependen	Menggunakan kualitas produk sebagai variable independen
Badi'u Rajab (2008)	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank DKI Syariah</i>	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Nasabah (Y)	Samasama menggunakan Kualitas Pelayanan sebagai varaibel bebas dan Kepuasan Nasabah Variabel Terikat	Variabel bebas ada 2 variabel Yaitu Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk
Longginus Passe (2011)	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada PT. Bank Papua Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta</i>	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Nasabah (Y)	Samasama menggunakan Kualitas Pelayanan sebagai varaibel bebas dan Kepuasan Nasabah Variabel Terikat	Variabel bebas ada 2 variabel Yaitu Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah didefinisikan sebagai hal

yang penting. Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pikir yang dapat menjadi pedoman dalam penulisan yang pada akhirnya dapat diketahui variable mana yang dominan untuk meningkatkan Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah *Murabahah* Pada BMT Agritama Srengat Blitar.

Gambar

Gambar Kerangka Pemikiran

