

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepercayaan nasabah terhadap suatu produk lembaga keuangan, atribut, dan manfaat produk menggambarkan persepsi nasabah. Karena itu, kepercayaan akan menjadikan nasabah menjadi loyal terhadap perusahaan dan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Loyalitas adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali dengan produk atau jasa yang diminati secara konsisten di masa yang akan datang.¹

Lembaga keuangan syariah 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.²

Berdasarkan latar belakang di atas, perlu suatu strategi bisnis dalam usaha untuk meningkatkan nasabah yaitu dengan mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan produk jasa dan pelayanan pada nasabah, sebagai cara untuk mengetahui penilaian nasabah terhadap perkembangan perusahaan. Kenyataan pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan kepada nasabah, serta akan mampu pula untuk menarik *image* perusahaan sehingga citra

¹ Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Malang: Bayu Media, 2006), 75.

² Muhammad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 41.

perusahaan dimata pelanggan atau nasabah terus meningkat pula.³ Bank yang mempunyai kualitas pelayanan (*service quality*) prima, dapat membangun reputasi dan kepuasan nasabah pada bank. Peningkatan reputasi dan kepuasan nasabah digunakan sebagai indikator keberhasilan perkembangan perbankan syariah.

Keberhasilan lembaga keuangan dalam menjalankan usahanya tidak dapat terlepas dari faktor sumber daya manusia. Apabila faktor sumber daya manusia sudah dianggap tidak mumpuni dalam suatu perusahaan maka dapat dipastikan perusahaan akan mengalami penurunan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan adalah sejauh mana tingkat keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan tertentu dalam periode tertentu. Sedangkan kinerja karyawan merupakan tingkat pencapaian masing-masing karyawan dalam suatu perusahaan. Kinerja karyawan menjadi elemen terpenting dalam mencapai kinerja perusahaan yang memuaskan.

Sumber daya manusia sebagai penggerak organisasi banyak dipengaruhi oleh perilaku para pesertanya (partisipannya) atau aktornya. Keikutsertaan sumber daya manusia dalam organisasi diatur dengan adanya pemberian wewenang dan tanggung jawab. Merumuskan wewenang dan tanggung jawab yang harus dicapai karyawan dengan standar atau tolak ukur yang telah ditetapkan dan disepakati oleh karyawan dan atasan. Karyawan bersama atasan masing-masing dapat menetapkan sasaran kerja dan standar kinerja yang harus dicapai serta menilai hasil-hasil yang sebenarnya dicapai pada akhir kurun waktu tertentu.

Kinerja bukan hanya menjelaskan tentang hasil pekerjaan, melainkan juga menjelaskam tentang proses pekerjaan berlangsung. Kinerja menjelaskan tentang

³ Kasmir, *Etika Costumer Service* (Jakarta: Rajawali Press, 2005), 2.

apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya. Hal ini menandakan bahwa perusahaan tidak hanya berkewajiban dalam menilai hasil pekerjaan karyawan tetapi juga mengawasi dalam prosesnya. Karena apabila sebuah proses berjalan dengan baik maka hasilnya akan baik pula.⁴

Ketika pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa atau layanan yang diberikan, maka konsumen akan mempunyai perasaan suka yang membuat konsumen tidak akan pindah pada produk atau lembaga lainnya. Hal ini akan mengakibatkan pelanggan menjadi loyal pada suatu lembaga keuangan yang disukainya. Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting kaitanya dengan pengembangan usaha. Nasabah yang mempunyai kepuasan yang tinggi akan senantiasa melakukan pembelian ulang secara teratur, selain itu nasabah juga akan melakukan pembelian lini produk yang lainnya dari perusahaan, serta nasabah akan memberikan referensi kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan dari tarikan atau tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing.⁵

Salah satu hal untuk mendapatkan kepuasan nasabah terhadap suatu perusahaan yaitu peningkatan kualitas kinerja sumber daya manusia (SDM) karyawan. Sumber daya manusia yang dipekerjakan hendaknya cakap, tepat dan professional dan bertanggung jawab. Kinerja karyawan yang professional dan bertanggung jawab, diharapkan mampu memberikan kontribusi positif pada peningkatan mutu pelayanan dan demi tercapainya tujuan organisasi tersebut. Di samping itu, mereka juga dituntut memiliki integritas yang kokoh serta menjunjung tinggi nilai-nilai kepantasan dan tanggung jawab sosial yang antara

⁴ Ibid, 15.

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2008), 276.

lain tercermin dari cara mereka bekerja yakni menggunakan prinsip kehati-hatian. Kemudian peningkatan kualitas sumber daya yang ditingkatkan hendaknya lebih ditekankan kepada yang biasanya sering berhubungan langsung dengan nasabah.

Perkembangan perusahaan jasa tidak dapat dipisahkan dengan perkembangan perusahaan berupa barang. Karena perkembangan perusahaan jasa diawali dengan semakin berkembangnya tingkat kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap produk. Di negara maju tingkat kebutuhan akan keberadaan perusahaan jasa semakin besar. Misalkan jasa pendidikan, keamanan, hiburan, jasa kesehatan, lembaga keuangan baik lembaga perbankan maupun non bank.⁶

Kualitas pelayanan merupakan kinerja terpenting yang diberikan oleh perusahaan bagi kepuasan nasabah. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi nasabah supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Kepuasan konsumen mencakup perbedaan tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.⁷

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 harapan maka niscaya

⁶ Nirwana, *Pemasaran Jasa* (Malang: Alta Pustaka, 2012),16.

⁷ Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000), 23.

konsumen merasa puas. Jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.⁸

Dalam menghadapi permasalahan muamalah kontemporer yang harus dilakukan hanyalah mengidentifikasi prinsip-prinsip dan filosofi dasar ajaran Islam dalam bidang ekonomi, dan kemudian mengidentifikasi semua hal yang dilarang dalam syariah Islam. Setelah kedua hal ini dilakukan, maka dapat melakukan inovasi dan kreativitas (*ijtihad*) seluas-luasnya untuk memecahkan segala persoalan muamalah kontemporer, termasuk persoalan perbankan.⁹ Penghindaran bunga (*riba*) merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dalam dunia Islam dewasa ini. Para ekonom muslim telah mencurahkan perhatian besar guna menemukan cara menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dengan sistem yang sesuai dengan etika Islam.¹⁰

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.¹¹

Untuk itu pada perkembangannya, pada sistem pemasaran lembaga keuangan syari'ah telah meningkatkan daya tarik nasabah untuk mempercayakan transaksi keuangan pada bank syari'ah. Hal ini berdasarkan pada konsep

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

⁹ Adimarwan A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 17.

¹⁰ Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta: Alvabet, 2002), 32.

¹¹ Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 387.

pemasaran yang berlandaskan sistem syari'ah. Ada empat hal yang setidaknya berkaitan dengan konsep pemasaran berorientasi Islam, seperti yang disebutkan oleh Ali Hasan, yaitu:

1. Kebutuhan dan keinginan untuk memperoleh produk (permintaan) tidak diperbolehkan dengan cara batil (bohong, tipu, curi, rampok, curi, korupsi)
2. Untuk memperolehnya harus dilakukan melalui pertukaran (barang dari marketer – uang dari konsumen) proses pertukaran unit (barang dan uang) inilah disebut transaksi yang dilakukan dengan cara suka sama suka
3. Proses jual beli atau berbisnis ini terjadi pada sejumlah kumpulan orang (pasar) sebagai tempat terjadinya pertukaran transaksi.
4. Kesesuaian harga (pengorbanan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen) dengan fisik produk.¹²

Berdasarkan konsep pemasaran tersebut menjadikan lembaga keuangan syari'ah memiliki daya tarik tersendiri bagi para nasabah yang mempercayakan transaksi keuangannya pada lembaga keuangan syari'ah, yang salah satunya yaitu Koperasi Syari'ah Muhammadiyahkota Kediri yang menerapkan prinsip syari'ah dalam setiap transaksi keuangannya.

Koperasi Syariah Muhammadiyah kota kediri didirikan pada tanggal 18 April 2007 sampai sekarang, dengan jumlah total nasabah sebanyak 580 orang. Hal ini menunjukkan bahwa Koperasi Syari'ah Muhammadiyah kota Kediri dapat menunjukkan sebagai salah satu lembaga keuangan syari'ah yang mampu mengembangkan produk keuangan dan dapat dipercaya oleh masyarakat Kediri. Dengan segmen pasar yang berorientasi pada masyarakat menengah kebawah serta pelaku usaha mikro. Koperasi syariah memiliki jargon mudah dan pelayanan prima kepada anggota dan masyarakat. Koperasi Syariah Muhammadiyah kota

¹²Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 12.

Kediri juga memiliki kantor yang layak dan suasana yang nyaman sehingga memberi kenyamanan dan kepuasan kepada nasabah yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah terhadap Koperasi Syari'ah Muhammadiyah kota Kediri.

Alasan penulis memilih lokasi penelitian di Koperasi Syari'ah Muhammadiyah kota Kediri karena lembaga keuangan tersebut mempunyai prospek dan lingkup kegiatan yang strategis, sehingga dapat memberikan peluang besar dalam hal menarik minat nasabah serta dapat mempertahankan nasabahnya dan menambahnya serta dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Syari'ah Muhammadiyah Kota Kediri”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas kinerja karyawan Koperasi Syari'ah Muhammadiyah Kota Kediri?
2. Bagaimana kepuasan nasabah Koperasi Syari'ah Muhammadiyah Kota Kediri?
3. Bagaimana pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Syari'ah Muhammadiyah Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kinerja karyawan Koperasi Syari'ah Muhammadiyah Kota Kediri
2. Untuk mengetahui kepuasan nasabah Koperasi Syari'ah Muhammadiyah Kota Kediri
3. Untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Syari'ah Muhammadiyah Kota Kediri

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan untuk melakukan sebuah penelitian ilmiah lainnya serta dapat menambah pengetahuan serta wawasan tentang ekonomi Islam, khususnya masalah lembaga keuangan non bank.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam peningkatan kinerja karyawan dalam menjaga kepuasan nasabah Koperasi Syari'ah Muhammadiyah Kota Kediri ataupun instansi lainnya.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya hipotesis menjadi hipotesa. Yang dimaksud hipotesa di sini adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna. Dia ditolak jika salah satu variabelnya palsu, dan akan diterima jika fakta atau data itu membenarkannya. Secara ringkas hipotesis dalam statistik merupakan pernyataan statistik tentang parameter populasi sedangkan hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian.¹³

Dari penelitian yang akan dilakukan, dibuat hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis Nihil atau Nol (H_0)

Hipotesis nihil adalah tidak ada pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Syari'ah Muhammadiyah Kota Kediri.

2. Hipotesis Kerja (H_a)

Hipotesis kerja adalah adanya pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Syari'ah Muhammadiyah Kota Kediri.

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh penyelidik. Dari hipotesis yang ada, maka asumsi sementara yang diajukan oleh penulis adalah kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kinerja merefleksikan seberapa baik karyawan memenuhi persyaratan sebuah pekerjaan, tingkat pencapaian karyawan dalam suatu lembaga keuangan

¹³ Sugiono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011), 85.

dapat diukur dari hasil pekerjaan yang telah dilakukannya dibandingkan dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Sehingga dapat diketahui karyawan tersebut mumpuni atau tidak.

Sehingga dapat meyakinkan para nasabah yang percaya kepada lembaga keuangan syari'ah yang memiliki kualitas kinerja karyawan baik, akan menjadikan perusahaan konsisten memberikan kepuasan akan meningkatkan kepuasan para nasabah untuk terus menggunakan produknya.

G. Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan adalah:

1. Ana Khoirun Nisak tahun 2011 dengan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap loyalitas Nasabah di BMT Rahmat Kediri”. Penelitian ini meneliti tentang kualitas pelayanan secara umum atau secara keseluruhan apakah ada pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah. Kemudian hasil analisisnya adalah bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah BMT Rahmat Kediri
2. Dwi Rahayuningrum tahun 2011 dengan mengambil judul “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.

Sedangkan dalam karya tulis ini, letak perbedaannya bahwa peneliti akan mengupas tentang pengaruh kualitas kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah. Di mana variabel yang diteliti adalah kualitas kinerja karyawan. Kemudian diharapkan dari hasil analisisnya nanti dapat diketahui bahwa variabel kinerja karyawan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Koperasi Syari'ah Muhammadiyah Kota Kediri.

H. Penegasan Istilah

Penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang akan digunakan dalam judul ini agar tidak terdapat perbedaan dalam menginterpretasikan. Juga memberikan arah dan tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini dan untuk memberikan pengertian kepada pembaca mengenai apa yang hendak dicapai dalam penelitian. Judul yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Syari'ah Muhammadiyah Kota Kediri, penegasan dari istilah-istilah di atas adalah:

1. Kinerja karyawan

Kinerja merupakan suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan. Untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan seseorang sepatutnya memiliki derajat

kesediaan dan tingkat kemampuan tertentu. Kesediaan dan keterampilan seseorang tidaklah cukup efektif untuk mengerjakan sesuatu tanpa pemahaman yang jelas tentang apa yang akan dikerjakan dan bagaimana mengerjakannya. Dalam penelitian ini yang dikaji adalah kinerja individu. Kinerja individu adalah bagaimana seorang karyawan melaksanakan pekerjaannya atau untuk kerjanya. Kinerja pegawai yang meningkat akan turut mempengaruhi atau meningkatkan prestasi lembaga atau perusahaan tempat karyawan yang bersangkutan bekerja, sehingga tujuan organisasi yang telah ditentukan dapat dicapai.¹⁴

2. Kepuasan Nasabah

Kotler menyatakan bahwa perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya.¹⁵ Sebagai lembaga perantara, modal utama lembaga keuangan adalah kepercayaan, yakni kepercayaan pihak-pihak yang dihubungkannya, modal utama lembaga keuangan adalah kredibilitasnya dimata para nasabahnya atau masyarakat luas.

Kepuasan nasabah adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh nasabah dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, nasabah akan sangat puas.

¹⁴Sedarmayanti, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja* (Bandung: MandarMaju, 2009), 53.

¹⁵Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 42.