

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Kemajuan perekonomian mempengaruhi kehidupan masyarakat. Peningkatan status sosial dan ekonomi masyarakat berakibat pada perubahan perilaku dan gaya hidup mereka, terutama perilaku masyarakat Indonesia dalam menyimpan uang ataupun peminjaman kredit untuk pengembangan usaha, mengingat mayoritas penduduk Indonesia yang notabnya muslim maka tidak mengherankan apabila ada perubahan perilaku seperti perilaku menabung karena dalam Islam sendiri mengharamkan bunga bank atau riba'. Sehingga bagi masyarakat yang berkeyakinan Islam sebagai agamanya dan Al-qu'ran sebagai pedoman hidupnya, maka konsekuensinya harus mentaati aturan hukum yang telah ditetapkan dalam kitab suci Al-qu'ran, seperti mengharamkan bunga bank, judi dan lain sebagainya.

Masyarakat menginginkan produk dan pelayanan berkualitas serta halal dan juga syar'i yang sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga apabila produk dan pelayanan tersebut diberikan kepada konsumen maupun calon konsumen dengan maksimal dan sesuai Syariat Islam maka konsumen tersebut akan merasa puas terhadap produk dan pelayanan tersebut. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang perusahaan dituntut untuk mampu meberikan pelayanan yang maksimal yang dapat mempengaruhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

pinjaman yang rendah. Selain itu mahalnya biaya transaksi dan prosedur administrasi yang rumit tidak memungkinkan bagi mereka untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal seperti bank. Kehadiran BMT ditengah-tengah golongan masyarakat ini di harapkan dapat membantu mereka mengatasi permasalahan modal yang selama ini sulit didapatkan dari lembaga keuangan formal seperti bank. Dilihat dari sasaran pemasaran produk pembiayaan BMT yang ditujukan terhadap sektor usaha mikro, dapat menjadi peluang besar bagi BMT untuk terus berkembang untuk meningkatkan penyaluran pembiayaan.

Dalam konteks pembiayaan oleh BMT, praktik pembiayaan memang sering lebih kompleks, dengan alasan teknis. Kadang dipergunakan beberapa jenis akad sekaligus dalam suatu pembiayaan terhadap seorang anggota. Awalil Rizky dalam riset tentang BMT menjelaskan bahwa *fitur* produk penyaluran dana atau pembiayaan BMT tidak banyak yang ditawarkan secara spesifik disebabkan karena kompleksitas dari produk pembiayaan, yang memerlukan perundingan dan kesepakatan perundingan lebih detail dengan anggota atau nasabah. Sehingga kebanyakan BMT dalam menawarkan *fitur* produk pada *leaflet* maupun brosur penawaran produk pembiayaan secara umum tidak dijelaskan secara detail.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Kotler, 2005). Dalam mempertahankan nasabah perusahaan dituntut untuk memberikan kepuasan yang maksimal demi mempertahankan nasabahnya maupun tidak menurut kemungkinan nasabah baru akan bergabung dengan perusahaan.

nasabah bank, oleh karena itu tuntutan untuk memberikan kepuasan yang maksimal,

Produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas pelayanan pelanggan dengan sangat mudah ditinggalkan oleh pelanggannya dan akhirnya akan terjadinya *brand swiching* atau pelanggan akan beralih ke merek perusahaan lain yang kemungkinan produk dan layanannya akan memberikan kepuasan yang lebih dari pada produk perusahaan lama. Oleh karena itu untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya perusahaan akan mengutamakan perluasan produk dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kepuasan nasabah.

BMT Bina Ihanul Fikri sebagai salah satu jasa lembaga keuangan syariah yang berada di wilayah Yogyakarta tidak akan menghindari dari realita persaingan industri jasa perbankan syariah yang lambat tahun semakin meningkat. Hal ini bisa dilihat dari perkembangan sumberdana tabungan *mudharabah* secara nasional, dengan pertumbuhan yang positif dari tahun ke tahun. Peningkatan terbesar terjadi pada tahun 1998 dimana nilai pertumbuhan pada tahun itu adalah sebesar 53,4 persen atau nilai nominal tabungan *mudharabah* untuk data nasional meningkat dari Rp 14,9 milyar pada tahun 1997 meningkat menjadi Rp 22,9 milyar pada tahun 1998. Adapun nilai rata-rata pertumbuhan pertahun untuk jenis produk tabungan *mudharabah* secara nasional ini adalah sebesar 26,7 persen (Lembaga penelitian IPB, 2003). Maka kemungkinan besar penyahuran pembiayaan kepada usaha dari tahun ketahun akan semakin meningkat.

Sehubungan dengan konteks kepuasan nasabah pada BMT Bina Ihanul Fikri dalam mempertahankan nasabahnya, maka sekiranya perlu adanya riset untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan untuk memenuhi kepuasan nasabah dengan mengacu pada teori yang ada yaitu metode *SERVQUAL* yang dijelaskan Parasuraman dkk. Metode penilaian tersebut menggunakan survei konsumen (nasabah) dengan cara menemui nasabah secara langsung untuk menanyakan tentang kualitas jasa dan membandingkan dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Parasuraman, dkk menjelaskan lima hal dalam penilaian kualitas jasa, yaitu (Yamit, 2005).

1. *Reliability*

Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan dapat diartikan sebagai kehandalan suatu pelayanan.

2. *Responsiveness*

Kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap.

3. *Assurance*

Jaminan yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staff, karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.

4. *Empaty*

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah

5. *Tangibles*

Bukti langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik meneliti salah satu lembaga keuangan Islam mikro yang berada di Yogyakarta, dengan judul penelitian **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BMT BINA IHANUL FIKRI YOGYAKARTA"**

B. BATASAN MASALAH PENELITIAN

Dalam penelitian ini agar masalah tidak terlalu luas maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut :

1. Sampel yang dijadikan obyek penelitian adalah nasabah BMT Bina Ihanul Fikri Yogyakarta yang melakukan aktivitas transaksi pembiayaan (kredit).
2. Dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah pembiayaan perorangan dan nasabah pembiayaan kelompok yang meliputi : *Tangibles* (bukti langsung), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empaty* (Empati).

C. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

1. Apakah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles* (bukti langsung), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empaty* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan?
2. Apakah variabel bukti langsung (*tangible*), jaminan (*assurance*), keterandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empaty*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan?
3. Apakah terdapat perbedaan tingkat kepuasan akan kualitas pelayanan jasa lembaga keuangan syariah antara pembiayaan perorangan dan kelompok?

D. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini, adalah :

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles* (bukti langsung), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tangkap), *Assurance* (jaminan), *Empaty* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan..
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel *Tangibles* (bukti langsung), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empaty* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan.

3. Untuk mengidentifikasi perbedaan tingkat kepuasan layanan antara pelayanan nasabah pembiayaan perorangan dan pembiayaan kelompok.

E. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan memberikan banyak manfaat dari beberapa pihak lain, di antaranya :

1. **Dibidang Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai masukan dan mampu memberikan pemahaman baru mengenai kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pada BMT Bina Ihanul Fikri Yogyakarta. Tidak hanya itu saja tetapi diharapkan dengan penelitian ini dapat menguji teori-teori kualitas pelayanan yang ada.

2. **Dibidang Praktik**

Sebagai bahan pertimbangan dan tambahan referensi yang mungkin akan membantu dan dibutuhkan oleh beberapa perusahaan atau organisasi yang bergerak di bidang jasa terutama pada perusahaan jasa lembaga keuangan syariah, sebagai dasar untuk mengambil keputusan dalam rangka mencari solusi tentang permasalahan organisasi dalam mengembangkan produk maupun kepuasan nasabah sehingga perusahaan dapat menjalankan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan perkembangan zaman budaya