

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Penelitian

Lembaga keuangan syariah sejak adanya dasar hukum perbankan syariah di Indonesia semakin kuat. Berevolusi mulai dari Undang-undang Perbankan No.7 Tahun 1992, dan dikuatkan PP No. 72 Tahun 1992 dan UU No. 10 Tahun 1998<sup>1</sup>, serta Undang-undang Republik Indonesia No. 21 tahun 2008<sup>2</sup>, tentang perbankan syariah seperti mendapatkan jalannya untuk membuka usaha di Indonesia. Melalui surat keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 aturan ditetapkan pula oleh pemerintah<sup>3</sup>. Hasilnya, perkembangan lembaga keuangan ini setiap tahun mengalami peningkatan, baik dari segi kuantitasnya maupun aset yang dimilikinya.

Dalam era globalisasi, persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan setiap organisasi atau penyedia jasa harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen atau para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para konsumen atau nasabahnya. Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan pelanggan menjadi sangat besar. Persaingan yang sangat ketat dimana semakin banyak organisasi atau penyedia jasa terlibat dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta menempatkannya sebagai tujuan utama. Dengan

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Yogyakarta: Ekonisia, 2004) hlm. 4-8.

<sup>2</sup> [http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/248300B46CF94DF5A6740073B0A6168A/14396/UU\\_21\\_08\\_Syariah.pdf](http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/248300B46CF94DF5A6740073B0A6168A/14396/UU_21_08_Syariah.pdf). Diakses pada tanggal 21 November 2009.

<sup>3</sup> M. Syafi'i Antonio, dkk., *Bank Syariah Analisis kekuatan, Kelemahan, peluang dan Ancaman*, cet.3 (Yogyakarta: Ekonisia,2004), hlm. 61.

demikian, diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada para pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan tetap memperhatikan kebutuhan dan keinginan para konsumen atau nasabah.

Perusahaan jasa harus berusaha mewujudkan kepuasan pelanggannya, sebab jika kepuasan tidak dicapai maka pelanggan akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan berakibat pada menurunnya laba dan bahkan bisa menyebabkan kerugian. Membangun kepuasan nasabah merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Kepuasan nasabah merupakan perbedaan antara harapan nasabah dan jasa yang senyatanya diterima. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan atau nasabah dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja di bawah harapan, maka pelanggan atau nasabah kecewa. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas dan ketika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang atau gembira. Harapan nasabah dibentuk oleh pengalaman, komentar teman dan kenalannya serta janji dan informasi pemasar dan nasabah yang loyal terhadap pihak penyedia jasa, apabila kepuasan nasabah tercapai karena jasa yang diterima sesuai dengan harapannya.

Saat ini lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting. Semua kegiatan ekonomi hampir tidak mungkin terhindar dari peran lembaga keuangan.

Lembaga keuangan merupakan salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi suatu Negara. Sedang lembaga keuangan yang saat ini ada dominan dengan sistem bunga (konvensional). Sementara bunga dalam lembaga keuangan menurut pandangan sebagian besar ulama Islam adalah identik dengan riba. *Baitul Maal Wattamwil* (BMT) merupakan suatu lembaga keuangan bukan bank dengan sistem syariah (prinsip bagi hasil) dalam istilah Indonesia dinamakan dengan Balai Usaha Mandiri Terpadu (BMT). Sedangkan bentuk badan usaha yang paling tepat untuk BMT adalah koperasi.

Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) 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 oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya konsumen merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Kualitas pelayanan sangat penting kaitannya dengan eksistensi dan perkembangan keberhasilan perusahaan jasa. Kualitas pelayanan akan

berpengaruh pada kepuasan nasabah. yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas nasabah pada penyedia jasa tersebut. Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu : *Responsivness, Reliability, Assurance, Emphaty* dan *Tangibles*.

*Responsivness* (daya tanggap atau kesigapan) adalah suatu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. *Reliability* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen atau pelanggan terhadap perusahaan. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan atau konsumen. *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.

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. Sedangkan

tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. BMT Bina Ummah Yogyakarta merupakan sebuah perusahaan jasa keuangan yang sedang berkembang sehingga memerlukan langkah-langkah guna meningkatkan kepuasan nasabahnya.

Oleh karena itu, penulis memilih BMT Bina Ummah Yogyakarta sebagai tempat penelitian dengan harapan mampu memberikan manfaat bagi kemajuan BMT Bina Ummah dari hasil penelitian yang dilakukan. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Bina Ummah Yogyakarta*".

## **B. Batasan Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas, penulis membatasi masalah dalam penelitian ini agar tidak terjadi perluasan dalam pembahasan. Batasan masalah tersebut antara lain:

1. Objek yang diteliti hanya pada BMT Bina Ummah di wilayah Yogyakarta.
2. Variabel Penelitian yang diteliti adalah *Responsivness, Reliability, Assurance, Emphaty, dan Tangibles*, serta tentang kepuasan nasabah terhadap kualitas

### **C. Rumusan Masalah**

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

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BMT Bina Ummah Yogyakarta?
2. Faktor layanan apa yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT Bina Ummah Yogyakarta?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah :

1. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh variabel dari kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BMT Bina Ummah Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh dari dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BMT Bina Ummah Yogyakarta.

### **E. Manfaat Penelitian**

Mengenai manfaat dari penelitian ini adalah :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Untuk memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan bidang pendidikan dan bidang manajemen koperasi serta pengembangan ekonomi syariah mengenai kualitas pelayanan di koperasi.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi lembaga, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan kualitas pelayanan yang memberikan kepuasan bagi nasabah. Dan dijadikan sebagai penambah referensi kepustakaan bagi Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini memberikan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk memilih dan menggunakan lembaga keuangan sebagai wujud partisipasi aktif dalam membangun perekonomian negara terutama sektor riil .
- c. Bagi penulis, penelitian ini sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang diterima di bangku kuliah sekaligus menambah wawasan dan pengetahuan yang berhubungan dengan hasil penelitian. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta