

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis menyebabkan misi dasar suatu bisnis tidak lagi berupa laba, melainkan penciptaan dan penambahan nilai bagi pelanggan. Selain itu dengan makin ketatnya persaingan, akan semakin sulit pula bagi seorang pemasar untuk bersaing dalam inovasi produk. Perkembangan teknologi yang semakin cepat menyebabkan sesuatu hal baru dengan mudah akan dapat ditiru oleh orang lain. Demikian juga bisnis di sektor lembaga keuangan syariah, dimana sejak pertengahan tahun 1997 sampai dengan sekarang perekonomian Indonesia masih terus diwarnai oleh gejolak fluktuasi nilai mata uang Rupiah terhadap dolar, sehingga berakibat pada keresahan sebagian masyarakat dan perbankan yang disebut sebagai andalan sumber pembiayaan dalam masa krisis ini.

BMT (Baitul Maal Wat Tamwil) adalah suatu lembaga keuangan yaitu untuk amal dan menerapkan suatu usaha yang menghimpun dana maupun menyalurkan dana *non profit*, dan dana dari *zakat, infak, shodaqoh*. BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang mempunyai falsafah mencari keridhoan Allah untuk memperoleh kebajikan di dunia dan akhirat dan jangan sampai menyimpang dari ajaran agama seperti, menjauhkan diri dari unsur riba

Secara kelembagaan BMT didampingi atau didukung Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK). PINBUK sebagai lembaga primer, karena mengemban misi yang lebih luas yakni menetaskan usaha kecil. Dalam prakteknya PINBUK menetaskan usaha kecil. Keberadaan BMT merupakan representasi dari kehidupan masyarakat dimana BMT itu berada, dengan jalan ini BMT mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat.

Peran umum BMT yang dilakukan adalah melakukan pendanaan yang berdasarkan sistem syariah dalam ekonomi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syariah yang bersentuhan langsung dengan masyarakat kecil yang serba cukup, maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat.

Adanya kebutuhan manusia yang beraneka ragam dan semakin kompleks, orang mulai menginginkan suatu bentuk lembaga keuangan yang lebih sesuai dengan perkembangan zaman, sebagai contohnya adalah memiliki suatu lembaga keuangan yang sesuai dengan apa yang diinginkannya, diantaranya keandalan mengenai mutu dan kualitas dari lembaga keuangan tersebut.

Pelayanan merupakan faktor yang harus diperhatikan oleh pihak lembaga keuangan karena dengan pelayanan yang baik dan memuaskan dapat menarik

minat masyarakat untuk menyimpan maupun meminjam uang dari lembaga

Pelayanan kepada konsumen cukup menjadi peranan penting dalam menggalang pengumpulan dana maupun penyaluran dana ke masyarakat sehingga untuk itu tidak sedikit biaya yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan untuk mendidik karyawannya di bidang komunikasi.

Memilih lembaga keuangan saat ini tuntutan anggota terhadap lembaga keuangan cenderung semakin krisis, baik dalam memilih lembaga keuangan maupun produk-produk dana, kualitas pelayanan, kemudahan bertransaksi dan kecepatan anggota dalam memilih suatu lembaga keuangan meskipun suku bunga menjadi salah satu bentuk pertimbangan akan tetapi tidak lagi faktor yang dominan *Tangible* (keberwujudan) juga merupakan hal yang penting yang harus diperhatikan oleh pihak lembaga keuangan agar anggota merasa puas dengan pilihannya untuk menyimpan uang, selain memperhatikan *faktor reliability, responsiveness, empathy, assurance* juga menentukan untuk memilih suatu lembaga keuangan.

Pengetahuan dan keterampilan yang baik dan memuaskan untuk melayani pelanggan akan menimbulkan *assurance* (kepastian kepada anggota). *Assurance* yang diberikan sangat memuaskan. Kepuasan konsumen akan putus apabila orang yang berhadapan langsung dengan konsumen tidak

... .. dan keterampilan yang memadai:

*Assurance* dari suatu lembaga keuangan akan jaminan keamanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi serta pengetahuan karyawan maupun kemudahan lain yang mendorong minat dari para anggota untuk memilih dan menentukan lembaga keuangan.

Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini mengambil judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Anggota Di BMT Arrohmah Bandongan Magelang”**

## **B. Batasan Masalah**

Variabel yang mempengaruhi kepuasan terhadap anggota begitu kompleks dan mengingat keterbatasan waktu, perlu adanya batasan masalah sehubungan dengan hal tersebut batasan masalah dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini terbatas pada anggota lembaga keuangan BMT Arrohmah Bandongan dari tahun 2000-2005.
2. Atribut kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah

### C. Perumusan Masalah

Pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh secara parsial *reliability* terhadap kepuasan anggota?
2. Apakah ada pengaruh secara parsial *assurance* terhadap kepuasan anggota?
3. Apakah ada pengaruh secara parsial *tangible* terhadap kepuasan anggota?
4. Apakah ada pengaruh secara parsial *empathy* terhadap kepuasan anggota?
5. Apakah ada pengaruh secara parsial *responsiveness* terhadap kepuasan anggota?
6. Apakah secara bersama terdapat pengaruh antara *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, *responsiveness* terhadap kepuasan anggota?

### D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh *reliability* terhadap kepuasan anggota?
2. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh *assurance* terhadap kepuasan anggota?
3. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh *tangible* terhadap kepuasan anggota?
4. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh *empathy* terhadap kepuasan anggota?

5. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan anggota?
6. Untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh *reliability, assurance, tangible, empathy, responsiveness* terhadap kepuasan anggota?

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

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

Penelitian ini merupakan kesempatan untuk memperdalam pengetahuan melalui praktek di lapangan dalam studi kasus.

##### **2. Manfaat Praktek**

Penelitian ini diharapkan menjaddi bahan masukan dan sumbangan pemikiran bagi perusahaan. Selain itu juga menjadi bahan acuan dalam menentukan kebijaksanaan perusahaan dimasa mendatang terutama dalam bidang pemasaran, hubungan kepastian operasional perusahaan dan