

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah

Dalam membuat keputusan dalam memilih produk, nasabah akan memilih produk yang dirasakan perlu serta bermanfaat baginya. Untuk memutuskan bahwa produk itu memberikan manfaat maka nasabah akan melihat pertama kali pada kualitas produk yang ada pada produk tersebut.

Nasabah memiliki sikap yang berbeda-beda pada umumnya dalam hal memandang indikator dari kualitas produk yang dianggap penting. Mereka memberikan perhatian paling besar pada indikator yang memberikan manfaat sesuai dengan keinginannya. Indikator dari kualitas produk ini sangat mempengaruhi reaksi nasabah terhadap produk yang ditawarkan lainnya di pasar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan *muḥārabah*. Hal yang menjadi penyebab sedikitnya jumlah nasabah tabungan *muḥārabah* karena adanya faktor-faktor lain .

Adapun faktor-faktor yang menjadi penyebab sedikitnya jumlah nasabah tabungan *muḥārabah* antara lain :¹

¹ Ainun, *wawancara*, BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya, 21 Desember 2013

1. Masalah penarikan, sebagian besar nasabah tidak menyukai tabungan *muḥārabah* karena penarikannya hanya minimal 1 kali dalam sebulan, sedangkan mayoritas nasabah khususnya para pedagang kecil hanya menginginkan penarikannya lebih dari 1 dalam sebulan.
2. Masalah setoran, para nasabah keberatan jika setoran awal minimal harus Rp 20.000,00, sebagaimana yang diterapkan dalam tabungan *mudharabah*, dan para nasabah hanya mampu membayar setoran awal Rp 10.000,00 meskipun itu dilakukan rutin setiap hari.
3. Awam, sebagian nasabah kurang mengetahui perbedaan antara bagi hasil dengan bonus, dan mereka hanya berprinsip “pokoknya tabungannya tidak bisa berkurang”. Jadi mereka mencari yang mudahnya aja / gampang.

B. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan *mudharabah* di BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya, maka hipotesis yang berbunyi “ada pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap keputusan nasabah di BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya” diterima.

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Hadi Irawan dalam bukunya 10 Prinsip kepuasan pelanggan yang mengatakan bahwa

Banyak studi dalam bidang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan telah memberikan kesimpulan yang jelas. Kegagalan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, 70% adalah karena faktor human, sedangkan faktor teknologi dan sistem hanya memberikan kontribusi sekitar 30%. Oleh karena itu, perusahaan yang berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan hanya memfokuskan kepada perubahan teknologi, akan kecewa pada akhirnya apabila tidak mempersiapkan infrastruktur lain yang lebih penting, yaitu attitude karyawan.²

Kualitas layanan sendiri dikembangkan tahun 1985 oleh A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard. Lewat serangkaian diskusi kelompok terfokus yang mereka adakan sebelumnya, mereka mengajukan 10 kategori kualitas layanan. Ke-10 kategori ini mereka sebut “*Service Quality Determinants*”. Ke-10 kategori tersebut – menurut mereka – bisa saja bersifat *overlapping* karena mereka membangunnya lewat studi eksploratoris yang notabane menggunakan pendekatan kualitatif. Ke-10 kategori tersebut adalah *Reliability, Responsiveness, Competence, Acces, Courtesy, Communication, Credibility, Security, Understanding/Knowing the Customer*, dan *Tangibles*.³

Setelah melakukan serangkaian Uji Validitas dan Reliabilitas, Parasuraman, Zeithaml dan Berry sampai pada suatu kondisi di mana dari

² Hadi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2009), 8.

³ Seta Basri, “*Metode Analisis Kualitas Pelayanan Parasuraman Zeithaml Berry*”, dalam setabasri01.blogspot.com/2011/04/service-quality—akronimnya-servqual.html?m=1 (09 Januari 2014).

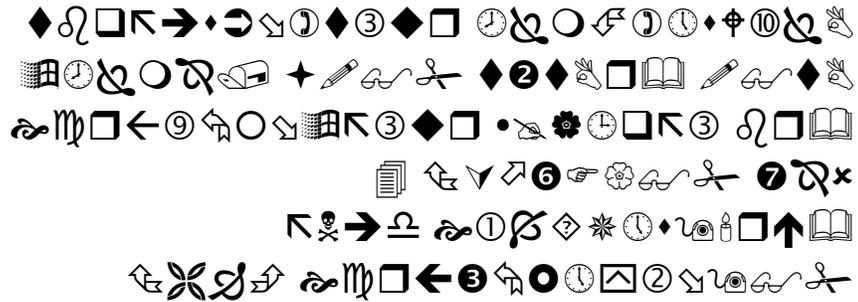
10 determinan berkurang menjadi 5 determinan, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Secara keseluruhan hasil penelitian ini, pelayanan yang dilakukan oleh BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya telah dilaksanakan dengan baik. Ini dibuktikan dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya yaitu ketika ada nasabah kesulitan dalam melakukan transaksi, karyawan akan membantu dengan baik, bahasa yang digunakan karyawan mudah dipahami oleh nasabah, karyawan tanggap jika nasabah yang melakukan complain, dan lain-lain.

Indikator yang ada dalam kualitas layanan mencakup 5 aspek penting sebagaimana teori yang telah peneliti sajikan di bab-bab sebelumnya.

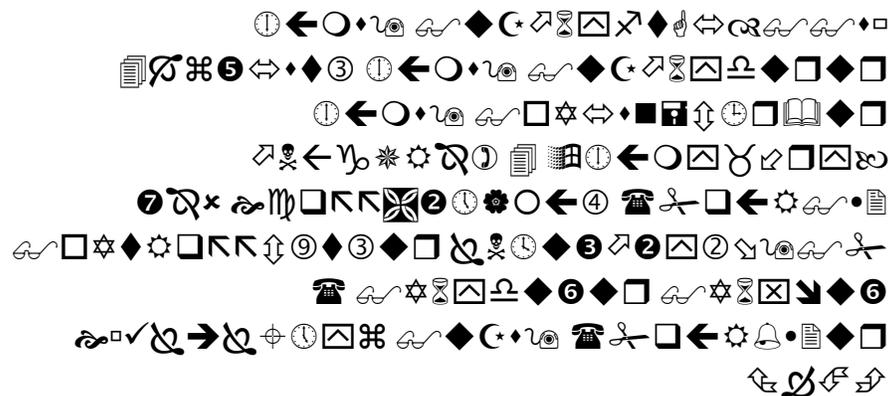
Kualitas layanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh pihak BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya dalam rangka meningkatkan nasabah *muḥārabah*. Kualitas layanan yang diberikan BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya memperlihatkan bukti fisik yang memenuhi perlengkapan dan peralatan kerja yang mendukung layanan kepada nasabahnya. Karyawan juga dituntut untuk memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan baik. *Reliability* atau keandalan menunjukkan kemampuan BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya dalam menampilkan layanan secara terpercaya dan akurat sesuai dengan yang dijanjikan. Sesuai dengan firman Allah dalam surat *al Baqarah* ayat 27 :





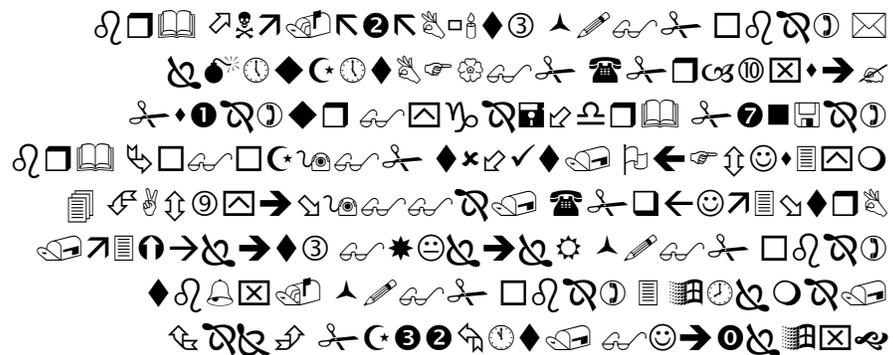
Artinya : (yaitu) orang-orang yang melanggar perjanjian Allah sesudah perjanjian itu teguh, dan memutuskan apa yang diperintahkan Allah (kepada mereka) untuk menghubungkannya dan membuat kerusakan di muka bumi. mereka Itulah orang-orang yang rugi.

Responsiveness atau daya tanggap menunjukkan ketangapan karyawan dalam memberikan layanan yang tepat dan cepat kepada nasabah. Sesuai dengan yang diungkapkan dalam *al Qur'an* surat *Al Anbiya'* ayat 90 :



Artinya : Maka kami memperkenankan doanya, dan kami anugerahkan kepada nya Yahya dan kami jadikan isterinya dapat mengandung. Sesungguhnya mereka adalah orang-orang yang selalu bersegera dalam (mengerjakan) perbuatan-perbuatan yang baik dan mereka berdoa kepada kami dengan harap dan cemas[970]. dan mereka adalah orang-orang yang khusyu' kepada kami.

Assurance atau jaminan bisa dilihat dari kemampuan dari karyawan dalam berkomunikasi dengan anggota. Jaminan yang diberikan bagi pihak karyawan dalam memberikan rasa aman bagi nasabah. Nasabah akan merasa aman jika BPRS tersebut juga dapat memberikan jaminan keamanan dana. Indikator *assurance* juga bisa diukur dari kejujuran dari karyawan yang dirasakan langsung oleh nasabah. Dalam *al Qur'an* surat *An Nisa'* ayat 58 dijelaskan bahwa nilai kepercayaan dan kejujuran adalah hal yang diutamakan :



Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.

Emphaty bisa dilihat dari pemahaman dari karyawan terhadap kebutuhan para nasabah, sikap karyawan dalam menawarkan bantuan pelayanan kepada para nasabah, serta kemudahan dalam melakukan hubungan antara karyawan dengan nasabah. Dalam *al Qur'an* tertera dalam surat *An nisa' ayat 8*



Artinya : Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat[270], anak yatim dan orang miskin, Maka berilah mereka dari harta itu [271] (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.

Dalam penelitian ini untuk mengukur kualitas layanan, peneliti menggunakan persepsi nasabah terhadap BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya. Hasil kuesioner dengan nasabah menunjukkan bahwa para nasabah berusaha untuk selalu menjawab dengan hal-hal yang positif mengenai BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya.

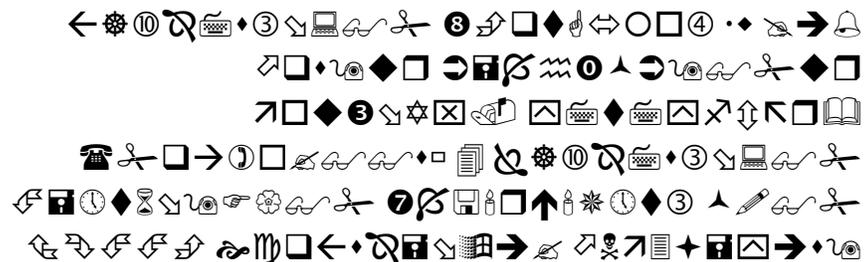
C. Keputusan Nasabah

Besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan mudharabah, menjadikan jumlah nasabah BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya menjadi lebih banyak dari sebelumnya.

Kemudian hasil penelitian yang lain memberikan informasi bahwa produk-produk yang ada di BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya adalah

sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah karena sudah melalui pengamatan dari Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Keputusan masyarakat (konsumen) terbentuk dari berbagai variabel yang mempengaruhi. Menurut pandangan islam mengenai perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan dapat dilihat pada surat *Al maidah* ayat 100, yaitu :



Artinya : Katakanlah: "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan."

Perilaku konsumen dibagi menjadi 2 yaitu perilaku konsumen konvensional dan Islam. Dalam perilaku konsumen Islam memiliki dasar rujukan syariah yang diambil dari Kitab suci Al Qur'an dan Al Hadist dan tujuan konsumsi dalam ekonomi islam adalah memaksimalkan masalah. Masalah merupakan integrasi dari manfaat fisik dan keberkahan (keberkahan diperoleh dari produk / jasa halal, mengkonsumsi dengan niat / motif ibadah, konsumsi yang dibeli dari harta / rezeki yang halal dan lain sebagainya). Sedangkan perilaku konsumen konvensional berdasarkan rujukan logika manusia dan menganut paham kebebasan, hak pilih mutlak pada keinginan logika manusia. dan tujuan dalam konsumsi dalam ekonomi

konvensional adalah memaksimalkan kepuasan, tanpa memperhatikan halal haram atau menerapkan perilaku bebas nilai. Jikapun ada nilai yang dipakai tidak bersifat mengikat dan melekat, tujuan akhirnya tetap saja memaksimalkan kepuasan.⁴

Perilaku konsumen sekarang pun mengalami perubahan yang layak mendapatkan perhatian yaitu adanya apresiasi terhadap ajaran-ajaran agama. Pada mulanya, apresiasi terhadap ajaran-ajaran agama lebih terkait pada aspek ritual. Selanjutnya, pelan tapi pasti, hal tersebut berkembang ke kegiatan duniawi atau kemasyarakatan yang berlandaskan pada ajaran agama. Misalnya, kesadaran akan berbusana muslim di kalangan muslimah dan perlunya mengonsumsi makanan yang halal. Perkembangan semacam ini yang kemudian mendorong kebutuhan akan Bank Pengkreditan Rakyat yang berlandaskan syariah islam.

Nasabah BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya cenderung memiliki karakteristik perilaku konsumen yang sesuai dengan teori ekonomi konvensional. Nasabah BPRS cenderung memilih produk-produk hanya dikarenakan keuntungan yang didapat dari Bank tersebut.

Dalam penelitian ini untuk mengukur keputusan nasabah, peneliti menggunakan persepsi nasabah terhadap BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya. Hasil kuesioner dengan nasabah menunjukkan bahwa para

⁴ Deni Priyana, “*Teori Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*”, dalam ipm.universitassahra.ac.id/teori-perilaku-konsumen-dalam-perspektif-ilmu-ekonomi-islam/ (20 Desember 2013).

nasabah berusaha untuk selalu menjawab dengan hal-hal yang positif mengenai BPRS Karya Mugi Sentosa Surabaya.