

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi merupakan salah satu hal yang dibahas dan mempunyai aturan, termasuk di dalamnya ekonomi syariah. Semua sistem dan aturan dalam ekonomi syariah ini mengacu pada al-quran dan hadis. Inti dari sistem ekonomi syariah adalah perekonomian yang dilakukan berdasarkan dengan prinsip hukum Islam. Islam sebagai pedoman hidup tidak hanya mengatur ibadah ritual, tetapi merupakan aturan yang lengkap yang mencakup aturan ekonomi. Ekonomi tidak lepas dari kehidupan manusia, sehingga tidak mungkin Allah SWT tidak mengatur yang sedemikian penting.¹

Ekonomi syariah mulai banyak dilirik oleh masyarakat Indonesia karena sistem perekonomian ini dianggap menguntungkan dan adil bagi berbagai pihak dalam kegiatan ekonomi. Bila dalam sistem ekonomi konvensional pemilik modal yang lebih dominan diuntungkan, lain halnya dalam sistem ekonomi syariah semua pihak akan sama-sama diuntungkan.

Perkembangan ekonomi syariah beberapa tahun belakangan ini bisa dikatakan semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya

¹Hertonto Widodo, *Panduan Praktis Operasional Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)* (Jakarta: Mizan, 1999), 43.

bank dan lembaga keuangan lainnya bermunculan yang berbasis syariah. Sejak awal tahun 2000, perkembangan ekonomi syariah di Indonesia semakin subur. Karena pada tahun itu terjadi krisis ekonomi di Amerika Serikat yang berdampak pada perekonomian dunia, akan tetapi kejadian tersebut semakin membuat nama ekonomi syariah semakin melejit, bahkan ekonomi syariah dapat dipandang sebagai salah satu alternatif untuk menyelesaikan permasalahan ekonomi dunia.²

Lembaga keuangan syariah (LKS) saat ini berkembang sangat pesat. Adanya lembaga keuangan syariah banyak memberi manfaat bagi bangsa Indonesia, terutama lembaga jasa keuangan mikro syariah, salah satunya adalah BMT yang mampu melayani usaha kecil dan mikro di masyarakat dengan baik. Kemanfaatan ini sangat dirasakan oleh pedagang mikro untuk berkembang dan maju, karena tidak adanya riba yang dilarang syariah. Sehingga dapat mengoptimalkan kesejahteraan dalam kehidupan sehari-hari.

Perkembangan lembaga keuangan syariah yang sangat pesat tersebut menimbulkan banyaknya bermunculan lembaga keuangan syariah sehingga persaingan untuk mempertahankan eksistensi dari lembaga tersebut harus benar-benar dijaga. Salah satu untuk mempertahankan lembaga keuangan syariah adalah dengan memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat sehingga

²Ely Puji Setianingsih, Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia, dalam "[Http://ekonomisyariah.blog.ac.id](http://ekonomisyariah.blog.ac.id)", diakses pada 24 Maret 2013

tujuan dari adanya lembaga keuangan syariah dapat terwujud yakni kemaslahatan umat serta tingkat pengangguran dan kemiskinan dapat teratasi.

Kondisi perusahaan saat ini menghadapi persaingan paling ketat dalam dunia perekonomian, sehingga banyak perubahan dalam dunia bisnis yang mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan tersebut. Permasalahan pokok yang dihadapi perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan dapat menarik pelanggan dan mempertahankannya, sehingga perusahaan tersebut dapat berkembang dengan baik, terutama jika industri atau bidang kerja tersebut menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan masalah pelayanan atau jasa.

Salah satu cara penjualan jasa suatu lembaga keuangan syariah lebih unggul dengan pesaingnya adalah dengan memberikan layanan jasa yang baik dan bermutu yang dapat memenuhi tingkat kepentingan pelanggan terhadap jasa yang mereka terima, dengan terpenuhinya kepentingan pelanggan, maka pelanggan cenderung untuk membandingkan apa yang diharapkan oleh pelanggan setelah menikmati layanan tersebut.

Menurut Kotler jika layanan jasa yang mereka nikmati berada jauh di bawah dengan apa yang diharapkan, maka pelanggan cenderung untuk tidak memakai layanan jasa tersebut. Sebaliknya, jika layanan jasa yang telah mereka

nikmati melebihi dengan apa yang diharapkan, maka pelanggan cenderung untuk memakai kembali layanan jasa tersebut.³

Perkembangan lembaga keuangan syariah di luar sektor perbankan yang layak dicatat adalah *Baitul Māl wat Tamwil* (BMT) yang di berbagai daerah menjadi penggerak lapisan bawah. *Baitul Māl wat Tamwil* (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bait al-māl wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.⁴

Pada dasarnya BMT merupakan pengembangan dari konsep ekonomi dalam Islam, terutama dalam bidang keuangan (*muamalah maliyyah*). Istilah BMT berasal dari kata *bait al māl dan bait at-tamwil*. Istilah pertama diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatannya mengelola dana yang sifatnya nirlaba (sosial), sedangkan yang kedua disebut lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menyimpan dan menyalurkan dana masyarakat yang bersifat profit motif.⁵

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Indonesia: PT. Macana Jaya Cemerlang, 2009), 177.

⁴ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: Jakarta, 2009), 448.

⁵ Hartono, dkk, *Panduan Praktis Operasional BMT*, cet. I (Bandung: Mizan, 1999), 81.

Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) merupakan lembaga keuangan syariah yang perkembangannya sangat drastis dari tahun ke tahun. Fungsi dari Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) adalah sebagai sistem intermediasi keuangan di bidang mikro yang berbadan hukum koperasi yang didalamnya terdapat *baitul māl* dan *baitut tamwil* yang dalam operasionalnya dijalankan dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah.⁶

KJKS BMT Amanah Ummah mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Dari tahun ke tahun selalu mempunyai inovasi pemasaran, baik itu dari segi produk maupun pelayanan terhadap nasabah. Inovasi pemasaran dalam pelayanan nasabah adalah KJKS BMT Amanah Ummah memberikan pelayanan jasa berupa *pick up service*, yakni layanan jemput dana tunai kepada nasabah, sehingga nasabah tidak perlu untuk datang ke kantor, cukup dengan salah satu pihak marketing untuk mendatangi rumah nasabah sesuai dengan jadwal yang disepakati antara nasabah dengan KJKS BMT Amanah Ummah. Hal itu bertujuan untuk memotivasi nasabah atau calon nasabah untuk gemar menabung.

Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah merupakan Lembaga Keuangan non bank berbasis syariah yang berada di Surabaya. Pada dasarnya BMT fokus untuk menangani usaha mikro dan kecil (UMK). Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan karena paling banyak pelaku UMK

⁶Admin, "Pengertian KJKS BMT, " dalam <http://ussisulsel.com>, diakses pada minggu, 14 Oktober 2012

yang menggunakan layanan jasa *pick up service*. Penggunaan layanan jasa *pick up service* ini kebanyakan mereka yang bekerja sebagai karyawan swasta di berbagai *home industry* yang terletak di daerah Jambangan, Kebonsari, dan Ngingas. Alasan mereka menggunakan layanan ini dikarenakan mereka tidak ada waktu untuk datang ke kantor guna menyetorkan dana tunainya, sehingga layanan tersebut sangat membantu nasabah mampermudah transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Selain itu di Surabaya bahkan di dekat lokasi BMT Amanah Ummah banyak berdiri lembaga keuangan bank atau non bank. Hal tersebut tentunya akan menciptakan persaingan diantara lembaga keuangan yang ada, sehingga BMT Amanah Ummah memberikan layanan tersebut guna untuk mempertahankan nasabah yang ada dan berkembang dengan baik.

Meskipun layanan jasa *pick up service* merupakan kemudahan yang diberikan kepada nasabah BMT Amanah Ummah, akan tetapi tidak semua nasabah merasakan layanan tersebut melebihi apa yang diharapkan, sehingga tidak semua nasabah yang menggunakan layanan tersebut dapat terpuaskan.

Sebagai usaha untuk mempertahankan nasabahnya, lembaga keuangan harus bisa memilih mana bentuk kebijakan atau teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kecepatan dan kemampuan lembaga keuangan dalam memberikan pelayanan terhadap nasabahnya. Pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya akan mencerminkan baik atau tidaknya lembaga

keuangan tersebut di kalangan nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor yang mendorong pangsa pasar suatu lembaga keuangan dan perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah kualitas pelayanan.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry mengemukakan dimensi kualitas jasa yang dibagi dalam lima dimensi⁷:

1. *Tangibels*, meliputi kondisi fisik fasilitas, peralatan serta penampilan pekerja
2. *Reliability*, yaitu merefleksikan konsistensi dan keandalan dari kinerja perusahaan
3. *Responsiveness*, yaitu keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat
4. *Assurance*, mencakup keterampilan dan pengetahuan; kesopanan, rasa hormat, perhatian, dan keramahan pelayan; kepercayaan dan kejujuran dari si pemberi jasa; bahay,risiko, atau keragu-raguan.
5. *Emphaty*, meliputi kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian apakah layanan jasa *pick up service* dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabah yang menggunakan layanan tersebut, atau juga sebaliknya dengan layanan tersebut nasabah cenderung untuk tidak memakai layanan jasa tersebut.

⁷Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2004), 273.

Dalam hal ini penulis memilih judul “ *Pengaruh Layanan Jasa Pick Up Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya*”.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Adapun identifikasi masalah yang diteliti berdasarkan latar belakang penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi faktor layanan jasa yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah
2. Deskripsi layanan jasa *pick up service*
3. Pengaruh layanan jasa *pick up service* terhadap tingkat kepuasan nasabah

Dengan adanya suatu permasalahan diatas, maka untuk memberikan arah yang jelas dalam penelitian ini penulis membatasi pada masalah-masalah berikut ini:

1. Implementasi layanan jasa *pick up servis* terhadap tingkat kepuasan nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya
2. Pengaruh layanan jasa *pick up service* terhadap tingkat kepuasan nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis kemukakan di atas, maka masalah-masalah yang akan dibahas dalam penyusunan proposal ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari variabel layanan jasa *pick up service* terhadap kepuasan nasabah di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya?
- b. Apakah terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari variabel layanan jasa *pick up service* terhadap kepuasan nasabah di KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya?

D. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan pembahasan yang ingin dicapai oleh penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel layanan jasa *pick up service* secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel layanan jasa *pick up service* secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Sebagai wahana untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama studi di Perguruan Tinggi dengan kasus-kasus nyata di dunia pelayanan jasa keuangan.

2. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan strategis.

3. Bagi Konsentrasi Manajemen Keuangan Islam

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pembanding untuk penelitian selanjutnya dalam tema yang sama dan sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya serta memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen keuangan Islam.

4. Bagi Praktisi dan Pihak Lain yang Terkait

Hasil penelitian dapat menunjukkan gambaran mengenai pertimbangan sejauh mana layanan yang telah diterapkan sesuai dengan apa yang dipersepsikan nasabah Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT

Amanah Ummah Surabaya, serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk dilaksanakannya penelitian selanjutnya.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami istilah dalam proposal penelitian ini, maka akan diberikan beberapa penjelasan terhadap kata-kata penting yang terdapat pada judul dalam penelitian ini. Adapun istilah-istilah yang perlu ditegaskan adalah sebagai berikut :

Pick up service adalah layanan pengambilan dana tunai yang dilakukan oleh pihak KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya. Layanan tersebut diberikan oleh pihak BMT kepada nasabah dimana nasabah tidak perlu repot-repot datang ke kantor untuk menyetorkan dana tunai, cukup dengan salah satu pihak dari marketing yang mengambil ke rumah nasabah dengan kesepakatan yang telah ditentukan sebelumnya.⁸

Adapun dimensi kualitas jasa menurut Tjiptono adalah *Reliability* (keandalan), *Responsivness* (daya tanggap), *Assurance* (dapat dipertanggung jawabkan), *Empathy* (perhatian secara individual), *Tangible* (berwujud).⁹

⁸Wawancara dengan salah satu divisi marketing Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya Syifa'ani Wiladah, tanggal 17 Oktober 2012

⁹Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, 313.

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.¹⁰

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dipaparkan dengan tujuan untuk memudahkan pembahasan masalah-masalah dalam penelitian ini, dan agar dapat dipahami permasalahannya lebih sistematis dan kronologis, maka pembahasan ini akan disusun penulis sebagai berikut:

Bab pertama adalah berisi pendahuluan untuk mengantarkan skripsi secara keseluruhan. Bab initerdiri dari sub bab yaitu latarbelakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah Menguraikan tentang pokok-pokok landasan penulisan skripsi, yang merupakan materi-materi yang dikumpulkan dan dipilih dari berbagai sumber tertulis yang dipakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topik, yang meliputi tinjauan tentanglayanan jasa *pick up service*, tinjauan tentang teori kepuasan nasabah, dan juga peneletian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini.

Bab ketiga adalah menjelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini untuk pengolahan data menggunakan uji

¹⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 177.

validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik, sedangkan untuk menganalisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F, dan Uji T.

Bab keempat adalah gambaran umum obyek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil dari penelitian.

Bab kelima adalah merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Dalam bab ini pula akan disimpulkan hasil pembahasan untuk menjelaskan sekaligus menjawab persoalan yang telah diuraikan.