

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan di dunia bisnis di masa sekarang ini sangat ketat. Untuk meraih kesuksesan dalam persaingan, perusahaan harus mampu memberikan tingkat kualitas pelayanan yang baik agar nasabah merasa puas dengan produk yang ditawarkan. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan satu kesatuan yang sulit dipisahkan, karena kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah.

Nasabah secara langsung atau tidak langsung akan memberikan penilaian terhadap jasa yang akan dibeli atau yang pernah dikonsumsinya. Penilaian kinerja ini ternyata sangat erat hubungannya dengan penilaian kualitas produk. Konsumen membandingkan persepsi mereka atas kualitas produk setelah menggunakan produk tersebut sesuai dengan ekspektasi kinerja produk sebelum mereka membelinya. Tergantung pada bagaimana kinerja aktual dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan, mereka akan mengalami emosi yang positif, negatif atau netral. Tanggapan emosional ini bertindak sebagai masukan atau input dalam persepsi kepuasan/ketidakpuasan menyeluruh mereka.

Tingkat kepuasan/ketidakpuasan ini juga akan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas ekuitas pertukaran, serta oleh atribusi mereka terhadap kinerja

produk.<sup>1</sup> Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan yang diharapkan.<sup>2</sup> Pada dasarnya kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan nasabah.<sup>3</sup>

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka nasabah merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya nasabah merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka nasabah akan merasa sangat puas.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pihak perusahaan. Apabila sudah terjalin ikatan,

---

<sup>1</sup>Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2002), 89.

<sup>2</sup>Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 118.

<sup>3</sup>Freddy Rangkuti, *Pengukuran Kepuasan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000), 23.

maka nasabah akan memilih perusahaan tersebut dan ketika mereka datang di perusahaan itu, mereka sudah mempunyai harapan tentang layanan macam apa yang akan diperoleh (diterima) berdasarkan pengalamannya, komunikasi dari mulut ke mulut yang pernah didengarnya, informasi lain yang pernah diterima serta dipengaruhi oleh kebutuhannya. Sehingga layanan yang pernah dialami ini akan menjadi standar perbandingan layanan yang diterima sekarang.<sup>4</sup>

Pelayanan suatu perusahaan jasa bisa dikatakan berkualitas, biasa-biasa saja atau cukup atau bahkan tidak bermutu semuanya tergantung pada penilaian nasabah. Sekalipun pihak perusahaan menilai bermutu, namun jika nasabah menilai tidak bermutu, maka kualitas layanan yang diberikan perusahaan jasa tersebut tetap dinilai tidak bermutu. Terdapat lima dimensi kualitas jasa yang digunakan nasabah dalam mengevaluasi kualitas pelayanan jasa didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh nasabah antara lain: berwujud, reliabilitas, tanggapan, jaminan, dan empati.

Berwujud termasuk fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan perorangan. Reliabilitas adalah kemampuan personil untuk melaksanakan secara bebas dan akurat. Tanggapan adalah konsumen diberikan pelayanan dengan segera. Jaminan adalah pengetahuan dan etika pegawai, serta kemampuan mereka untuk

---

<sup>4</sup>*Ibid.*, 120.

membangkitkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Empati adalah kepedulian akan kemampuan pegawai dan perhatian individu.<sup>5</sup>

Mengingat kualitas pelayanan kepada nasabah semakin menduduki peran utama dan memegang peranan kunci keberhasilan pada perusahaan, hal ini memaksa pihak perusahaan untuk lebih berorientasi eksternal dengan cara memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik dengan nasabah, dimana tingkat kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh pada kepuasan nasabah. Perusahaan yang hanya menyajikan produk berupa pelayanan dan jasa, parameter untuk mengukur kualitas produknya sangat sukar dievaluasi dari pada kualitas barang. Sebab produk jasa tidak melalui proses dalam pabrik yang kemudian diterima masyarakat dalam bentuk barang.<sup>6</sup>

Baitul Maal wal Tamwil (BMT) UGT Sidogiri Capem Waru merupakan sebuah perusahaan jasa keuangan yang sedang berkembang. Dalam pelayanannya BMT dituntut harus mengedepankan kualitas dan kuantitas serta kepuasan para nasabahnya, sehingga akan terjadi kemajuan dalam kualitas pelayanan terhadap nasabah dan akan memberikan dampak yang positif terhadap kelangsungan BMT. Karena dengan terciptanya kualitas yang bagus serta ditunjang dengan kuantitas

---

<sup>5</sup>Minor, *Perilaku*, 91.

<sup>6</sup> Newnue, Bmt di Tengah Masyarakat dan Kualitas Pelayanannya, dalam <http://id.shvoong.com/business-management/management/2099896-bmt-di-tengah-masyarakat-dan/ixzz28PYYZrzJ>, (12 Oktober 2012).

yang baik, maka BMT akan dapat diperhitungkan di level nasional sebagai lembaga keuangan yang mandiri dan dapat mengangkat perekonomian masyarakat.<sup>7</sup>

Pada tabel 1.1. di bawah ini dapat ditunjukkan data jumlah nasabah yang telah percaya kepada pelayanan BMT UGT Sidogiri Capem Waru, yaitu:

**Tabel 1.1: Data Jumlah Nasabah per Tahun BMT UGT Sidogiri Capem Waru Tahun 2009-2012**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah Keseluruhan	Jumlah Nasabah Aktif
1	Mei – Desember 2009	358	105
2	2010	674	168
3	2011	949	208
4	2012	1.332	268

Sumber: BMT UGT Sidogiri Capem Waru, 2012 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 1.1. di atas menunjukkan bahwa rata-rata jumlah nasabah keseluruhan pertahun cenderung mengalami kenaikan yang sangat pesat. Namun, pertumbuhan pada jumlah rata-rata nasabah yang aktif jauh lebih sedikit daripada

---

<sup>7</sup> Muhammad Riva'i Fatullah, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan BMT Kube Karanganyar Terhadap Kepuasan Nasabah" (Skripsi Sarjana Ekonomi, Fakultas Ekonomi universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2009).

jumlah nasabah keseluruhan, meskipun pertahunnya mengalami kenaikan. Hal tersebut terjadi karena adanya persaingan antar BMT dan koperasi yang mulai banyak bermunculan di tengah-tengah masyarakat. Namun, BMT UGT Sidogiri Capem Waru mampu bersaing dalam menghadapi kebijakan-kebijakan pesaingnya. Hal ini disebabkan karena BMT tersebut sudah memiliki standar nasional dan persepsi masyarakat tentang BMT dapat dikatakan positif. Sehingga menjadi salah satu faktor yang membuat kemajuan BMT UGT Sidogiri Capem Waru dapat bersaing di tengah kompetisi dari lembaga keuangan lain.

Oleh karena itu, penulis memilih BMT UGT Sidogiri Capem Waru sebagai tempat penelitian dengan harapan mampu memberikan manfaat bagi kemajuan BMT UGT Sidogiri Capem Waru dari hasil penelitian yang dilakukan. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *“Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru”*.

## **1. Rumusan Masalah**

Berangkat dari latar belakang masalah di atas, ada beberapa pokok permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai rumusan masalah diantaranya adalah:

1. Apakah indikator-indikator kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru?

2. Apakah indikator-indikator kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru?
3. Indikator apa saja yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru?

## **2. Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan diantaranya untuk:

1. Menganalisis kualitas pelayanan yang berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru.
2. Menganalisis dan membuktikan indikator-indikator kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru.
3. Menganalisis dan mengetahui indikator apa saja yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru.

## **3. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan ini, diharapkan bermanfaat dan berguna untuk hal-hal berikut:

1. Dari segi teoritis

1. Sebagai rujukan/penambah referensi kepustakaan bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti ataupun menganalisa penelitian tentang kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan nasabah.
2. Sebagai sarana bagi penulis untuk mempraktekkan teori-teori yang didapatkan selama perkuliahan dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) di Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

2. Dari segi praktis

1. Diharapkan berguna sebagai bahan penelitian dan informai bagi BMT UGT Sidogiri Capem Waru dalam mengambil keputusan dan kebijakan dengan memberikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabahnya.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber inspirasi bagi yang membutuhkan, terutama bagi yang sedang menganalisis dalam mempermudah dan melancarkan analisisnya.

**4. Batasan Masalah**

Untuk lebih fokus, peneliti membatasi penelitian pada tiga hal yaitu: kualitas pelayanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru. Indikator-indikator kualitas pelayanan yang secara



bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru. Indikator apa saja yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru.

## 5. Definisi Operasional

Agar lebih terarah dan tidak salah pengertian pada judul skripsi “**Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di BMT UGT Sidogiri Capem Waru**”, maka perlu dijelaskan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan adalah keunggulan-keunggulan atas pelayanan yang diberikan kepada nasabah dengan harapan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan. Kualitas pelayanan meliputi: berwujud, reliabilitas, tanggapan, jaminan, dan empati.

a. Berwujud adalah kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang memadai serta penampilan karyawan yang menarik merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan.

b. Reliabilitas adalah kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Kinerja para karyawan harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu.

- c. Tanggapan adalah kemampuan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas.
  - d. Jaminan adalah kesopan santunan dari karyawan dan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada pelayanan yang dimiliki perusahaan.
  - e. Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu yang diberikan kepada nasabah dengan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah serta memiliki waktu pengoperasian pelayanan yang nyaman bagi nasabah.
2. Kepuasan nasabah adalah tanggapan atau respon yang diberikan nasabah setelah mendapatkan pelayanan dari perusahaan.

## **6. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan memuat uraian dalam bentuk essay yang menggambarkan alur logis mengenai bahasan skripsi.<sup>8</sup> Sistematika pembahasan ini bertujuan agar penyusunan skripsi ini terarah sesuai dengan bidang kajian dan untuk mempermudah pembahasan dalam skripsi ini dibagi ke dalam lima bab, dari masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-bab, dimana antara satu dengan yang lainnya

---

<sup>8</sup>Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi, cet. IV*, (Surabaya: Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Ampel, 2012), 11.

saling berhubungan sebagai pembahasan yang utuh. Adapun sistematika pembahasan adalah sebagai berikut:

#### Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

#### Bab II Landasan teoritis

Dalam bab ini dijelaskan mengenai beberapa teori-teori yang akan diteliti, memuat teori-teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang terkait, model penelitian dan merupakan penjabaran dari kerangka teoritis yang terdapat pada usulan penelitian dan memuat materi-materi yang dikumpulkan dan dipilih dari berbagai sumber tertulis yang dipakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas sebuah topik permasalahan yang dikumpulkan.

#### Bab III Metode penelitian

Dalam bab ini menguraikan secara eksplisit semua hal yang berkaitan dengan elemen-elemen yang ada atau boleh ada sesuai dengan jenis penelitian yang dipilih.

#### Bab IV Hasil dan pembahasan

Menyajikan hasil dari penelitian yang berupa data-data yang telah diperoleh selama penelitian, baik data primer maupun data sekunder. Bab ini memuat,

pertama gambaran umum/profil BMT UGT Sidogiri Capem Waru meliputi: sejarah, status hukum, Visi-Misi, struktur organisasi, dan layanan/produk di BMT UGT Sidogiri Capem Waru. Kedua, indikator/variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah, meliputi: berwujud, reliabilitas, tanggapan, jaminan, dan empati.

#### Bab V Penutup

Menyajikan yang didalamnya berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang merupakan upaya memahami jawaban-jawaban atas rumusan masalah.