

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dari pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati dan Wahyuddin,2007:2).

Tujuan bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan agar merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat seperti (Atmawati dan Wahyuddin,2007: 2) : hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan dan laba yang diperoleh dapat meningkat.

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler,2005:70). Kepuasan nasabah dipandang sebagai konsep multi dimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana,

aspek teknis dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan ini terjadi sebagai hasil berpengaruhnya ketrampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyedia sarana. Tingkat kepuasan juga amat subyektif dimana satu nasabah dengan nasabah lain akan berbeda. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian (Assegaff,2009:174).

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas, jasa, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati (Atmawati dan Wahyuddin,2007:3).

Bukti fisik merupakan seberapa baik penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan. Penampilan fisik pelayanan, karyawan, dan komunikasi akan memberikan warna dalam pelayanan pelanggan. Tingkat kelengkapan peralatan atau teknologi yang digunakan akan berpengaruh pada pelayanan pelanggan. Karyawan adalah sosok yang memberikan perhatian terkait dengan sikap, penampilan dan bagaimana mereka menyampaikan kesan pelayanan. Dalam hal ini sejauh mana perusahaan memfasilitasi sarana komunikasi sebagai upaya untuk memberikan kemudahan dalam pelayanan adalah hal yang tidak terpisahkan (Assegaff,2009:173).

Keandalan merupakan suatu kemampuan dalam memenuhi janji (tepat waktu, konsisten, kecepatan dalam pelayanan). Pemenuhan janji dalam pelayanan

akan terkait dan mencerminkan kredibilitas perusahaan dalam pelayanan. Tingkat kompetensi perusahaan juga dapat dilihat dari sini, sejauh mana tingkat kemampuan perusahaan dapat ditunjukkan. Keandalan berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu dengan demikian keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan atau probabilitas tingkat keberhasilan (Assegaff,2009:172).

Daya tanggap merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan. Pada pelayanan, kemampuan untuk segera mengatasi kegagalan secara profesional dapat memberikan persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan. Adapun bentuk kepedulian tersebut dapat dilakukan baik melalui pencapaian informasi atau penjelasan-penjelasan ataupun melalui tindakan yang dapat dirasakan manfaatnya oleh pelanggan (Assegaff,2009:172).

Jaminan merupakan pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kerja yang baik, sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Tingkat pengetahuan mereka akan menunjukkan tingkat kepercayaan bagi pelanggan, sikap ramah, sopan bersahabat adalah menunjukkan adanya perhatian pada pelanggan (Assegaff, 2009:173).

Empati adalah memberikan jaminan yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan pelanggan. Tingkat kepedulian dan perhatian perusahaan pada pelanggannya secara individual akan

sangat didambakan oleh pelanggan. Persoalan dan masalah dapat muncul dan sejauh mana tingkat kepedulian untuk menyelesaikan masalah, mengerti kemauan dan kebutuhan pelanggan dapat diaktualisasikan. Kepedulian terhadap masalah yang dihadapi pelanggan, mendengarkan serta berkomunikasi secara individual, kesemuanya itu akan menunjukkan sejauh mana tingkat pelayanan yang diberikan (Assegaff,2009:173).

Salah satu organisasi yang bergerak dalam bidang pelayanan kepada nasabah adalah Baitul Maal Wattamwil (BMT) yang posisinya berada dibawah naungan Disperindagkop dan UMKM. Dari sekian banyak banyak usaha jasa Baitul Maal Wattamwil (BMT), dipilih Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made, Jl. Raya Karanganyar Km 19, Demak. Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made merupakan salah satu usaha dibidang keuangan dan simpan pinjam di kota Demak berdiri tanggal 15 Juni 2003 dan dipimpin oleh Bapak Hanan Effendi, Amd. Baitul Maal Wattamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan (koperasi) yang mempunyai atribut agama tertentu, sehingga hal ini menjadi tantangan untuk mendapatkan pangsa pasar. Produk yang dikeluarkan Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made, Demak diantaranya Simpanan Ummat (SU), Simpanan Pembiayaan (SP), Simpanan Mudharabah Berjangka (SMB) dan Pembiayaan.

Alasan mengambil obyek pada Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made karena merupakan salah lembaga keuangan swasta di Kabupaten Demak yang belum lama didirikan, tempatnya strategis, namun demikian jumlahnya nasabahnya tidak meningkat, tetapi cenderung turun. Di samping itu, saat ini

belum banyak yang melakukan penelitian pada Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Kabupaten Demak.

Dalam memberikan pelayanan terhadap nasabahnya, Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Kabupaten Demak sudah memberikan yang terbaik. Namun demikian, kualitas pelayanan tersebut belum tentu dirasakan sama oleh setiap nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Kabupaten Demak berdampak pada kepuasan maupun ketidakpuasan nasabah, sehingga dapat mempengaruhi perkembangan bank di masa datang. Kepuasan atau ketidakpuasan nasabah dapat dilihat dalam suatu parameter, salah satunya adalah jumlah nasabah. Bila nasabah puas, maka jumlah nasabah meningkat, namun bila nasabah tidak puas, jumlah nasabah menurun. Berikut adalah hasil pra survey terhadap perkembangan jumlah nasabah Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made pada enam bulan terakhir, yaitu bulan Oktober 2010 – Maret 2011 dapat dilihat pada tabel 1.1. dibawah ini :

Tabel 1.1.
Rekapitulasi Jumlah Nasabah
Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Kabupaten Demak
Bulan Oktober 2010 – Maret 2011

Bulan	Jumlah Nasabah	Penurunan
Oktober 2010	1.687	-
November 2010	1.622	- 65
Desember 2010	1.578	- 44
Januari 2011	1.545	- 33
Februari 2011	1.505	- 40
Maret 2011	1.475	- 30
Rata-Rata	1.569	- 42

Sumber : Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Demak, 2011

Tabel 1.1. menunjukkan bahwa pada setiap bulan rata-rata terjadi penurunan jumlah nasabah baru yaitu 42 orang. Penurunan jumlah nasabah

tersebut dapat disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah tidak adanya LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) seperti di bank konvensional. Oleh karena itu, hal ini menarik untuk diteliti lebih lanjut. Dana BMT MADE masih terbilang kecil dibandingkan dengan bank konvensional dan pelayanan relatif lama saat pencairan pinjaman.

Penelitian ini bertujuan untuk mereplikasi penelitian Atmawati dan Wahyuddin (2007) dan Assegaff (2009) yang membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitian tersebut, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun hasil penelitian Jonathan (2005) berbeda dibandingkan penelitian Atmawati dan Wahyuddin (2007) dan Assegaff (2009) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, maka judul yang dipilih adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Di Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made di Demak”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Demak ?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Demak ?

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas di Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Demak ?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas di Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Demak ?
5. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas di Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Demak ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Demak.
2. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah di Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Demak.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas di Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Demak.
4. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas di Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Demak.
5. Menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas di Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Demak.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan sebagai wahana untuk mempraktekkan ilmu yang didapat dan untuk memperluas cakrawala pengetahuan di bidang manajemen pemasaran jasa.

2. Bagi Akademik

a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan, sehingga dapat meningkatkan persepsi serta pengetahuan mengenai jasa pelayanan pada nasabah Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made Di Demak.

b. Penelitian ini dimaksudkan untuk membuktikan bahwa kinerja merupakan ukuran yang tepat bagi kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

3. Bagi Baitul Maal Wattamwil (BMT) Made di Demak

a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

b. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan yang berguna terutama dalam hal pengembangan kualitas pelayanan terhadap nasabah oleh perusahaan