

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini, bisnis keuangan terutama lembaga keuangan syari'ah banyak diminati oleh masyarakat. Masyarakat beranggapan bahwa lembaga keuangan yang berlandaskan azas syari'ah akan lebih aman dan nyaman karena menggunakan sistem bagi hasil dan menggunakan akad-akad yang sesuai dengan syari'at Islam. Dengan landasan ini masyarakat semakin mempercayai keuangannya dengan lembaga keuangan syari'ah. Namun yang harus diperhatikan masyarakat juga memperhatikan kualitas dari lembaga keuangan syari'ah tersebut apakah sudah seperti yang mereka inginkan.

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPR-Syariah) adalah salah satu lembaga keuangan perbankan syariah, yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun muamalah Islam. BPRS berdiri berdasarkan UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Pada pasal 1 (butir 4) UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, disebutkan bahwa BPRS adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPR yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah selanjutnya diatur menurut Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia No.

32/36/KEP/DIR/1999 tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat Berdasarkan Prinsip Syariah. Dalam hal ini, secara teknis BPR Syariah bisa diartikan sebagai lembaga keuangan sebagaimana BPR konvensional yang operasinya menggunakan prinsip-prinsip syariah terutama bagi hasil.

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah 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).

Meskipun udara persaingan bank perkreditan rakyat syariah semakin sesak, namun dengan kejelian yang tinggi, bank perkreditan rakyat syariah dapat memanfaatkan celah-celah peluang yang masih bisa diraih. Karena selain tantangan, kompetisi juga akan banyak menciptakan peluang, akan tetapi untuk meraihnya harus lebih cepat dibandingkan dengan pesaing. Untuk meraih peluang tersebut, bank perkreditan rakyat syariah perlu mengarahkan tujuannya bagaimana mengembangkan strategi pelayanan dan kinerja yang unggul terhadap pesaing.

Dilihat dari sudut pandang pelanggan, situasi persaingan sebenarnya akan memberikan suatu keuntungan tersendiri. Dengan tingginya tingkat persaingan bank perkreditan rakyat syariah berarti akan memberikan keleluasaan kepada pelanggan untuk menentukan pilihan, sehingga pihak

bank harus bersedia memberikan pelayanan yang paling sesuai dengan keinginan-keinginan pelanggannya. Apalagi dewasa ini tuntutan pelanggan juga semakin beragam, dimana dengan didukung oleh tingkat pendidikan yang semakin tinggi dan kemudahan memperoleh informasi, maka tuntutan dan fleksibilitas mereka pun semakin tinggi. Kecepatan, keamanan, kemudahan dan keramahan pelayanan semakin dipersyaratkan pelanggan dalam menentukan pilihan layanan perbankan disamping tingkat harga (bunga dan biaya jasa) yang memadai.

Perbedaan utama antara perusahaan penghasil produk berupa barang dengan perusahaan penghasil jasa adalah pada pemasarannya, dimana jasa lebih dituntut untuk memberikan kualitas layanan yang optimal dari layanan konsumennya. Konsumen dapat memiliki penilaian yang sangat subjektif terhadap suatu jasa karena mereka merasakan suatu standar kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh pada kualitas yang hendak diraih.

Kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan sebuah usaha. Tidak hanya dalam bisnis perbankan atau lembaga keuangan syari'ah saja tetapi mencakup semua bidang usaha. Lembaga keuangan syari'ah juga harus menyadari pentingnya berwawasan nasabah dan mementingkan nasabah.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami

dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Atmawati dan Wahyuddin, 2007).

Oleh karena itu salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan khususnya pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, tepatnya pada PT.BPR Syari'ah Al Mabrur di Ponorogo adalah dengan menerapkan masalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen atau nasabah serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah. Dimana dalam menunjang pengelolaan aktivitas perbankan maka perlu adanya tingkat pelayanan nasabah.

PT. BPR Syari'ah Al Mabrur merupakan salah satu instansi pelayanan jasa dalam dunia perbankan yang berdiri pada tanggal 02 Januari 2001. PT. BPR Syari'ah Al Mabrur berlokasi di Jl. Soekarno Hatta No.137 Ponorogo. Namun pada 28 Maret 2009 PT. BPR Syari'ah Al Mabrur berpindah lokasi di Jl. Mayjend Sutoyo No.23 Babadan Ponorogo. PT. BPR Syari'ah Al Mabrur akan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya guna membentuk performance/citra yang baik.

Sebelum melakukan perpindahan lokasi kantor pusat, maka pihak manajemen dari PT. BPR Syari'ah Al Mabrur sudah melakukan riset atau penelitian terlebih dahulu terhadap lokasi yang akan ditempati. Dalam upaya

mempertahankan eksistensinya, PT. BPR Syari'ah Al Maburr harus mampu menghadapi dan mengatasi kondisi persaingan di dunia perbankan, terutama harus mengetahui, memahami, serta memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah atau calon nasabah. Lokasi yang dipilih sebagai kantor pusatpun harus sesuai dengan standar perbankan agar dapat menarik calon nasabah. Pihak manajemen PT. BPR Syari'ah Al Maburr harus bekerja keras dalam berbagai hal yang berhubungan dengan kinerja karyawan yaitu salah satunya mengenai kualitas layanan PT. BPR Syari'ah Al Maburr. Segala hal yang berkaitan dengan kualitas layanan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan agar nasabah tetap melakukan transaksi di PT. BPR Syari'ah Al Maburr dan supaya calon nasabah tertarik untuk melakukan transaksi dan menjadi nasabah di PT. BPR Syari'ah Al Maburr.

Visi PT. BPR Syari'ah Al Maburr adalah "Menjadi bank syari'ah yang amanah dalam membangun ekonomi umat dengan mengutamakan kepuasan nasabah". Misi PT. BPR Syari'ah Al Maburr adalah "(1) Mendorong umat untuk melaksanakan syari'at Islam secara kaafah, khususnya dalam kegiatan perekonomian, (2) Melaksanakan kegiatan perbankan syari'ah dengan memberikan prioritas utama kepada usaha mikro dan usaha kecil, (3) Memberikan pelayanan prima kepada nasabah dengan dukungan SDM yang professional serta tata kelola perusahaan yang baik, (4) Memberikan manfaat yang maksimal kepada berbagai pihak yang terkait".

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini berusaha mengetahui besarnya perbedaan kualitas layanan BPR Syari'ah Al Maburr

sebelum dan sesudah berpindah lokasi, oleh karena itu penelitian ini mengambil judul **“Analisis Perbedaan Kualitas Layanan BPR Syari’ah Al Mabror Sebelum dan Sesudah Berpindah Lokasi”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, masalah yang dapat dikembangkan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada perbedaan kualitas layanan BPR Syari’ah Al Mabror sebelum dan sesudah berpindah lokasi ?
2. Seberapa besar perbedaan kualitas layanan BPR Syari’ah Al Mabror sebelum dan sesudah berpindah lokasi ?

1.3. Batasan Masalah

Mengingat permasalahan yang ada sangatlah luas dan supaya penelitian lebih terarah maka penulis melakukan pembatasan masalah. Batasan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Pengukuran kualitas layanan terhadap nasabah yang meminjam uang di BPR Syari’ah Al Mabror.
2. Responden yang diteliti merupakan nasabah yang meminjam uang di BPR Syari’ah Al Mabror.
3. Permasalahan yang dibahas berhubungan dengan kualitas layanan konsumen.

4. Permasalahan yang di bahas adalah tentang perbedaan lokasi kantor pusat BPR Syari'ah Al Mabrur.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui perbedaan kualitas layanan BPR Syari'ah Al Mabrur sebelum dan sesudah berpindah lokasi.
2. Untuk mengetahui seberapa besar perbedaan kualitas layanan BPR Syari'ah Al Mabrur sebelum dan sesudah berpindah lokasi.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya yang terurai sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis,
 - a. Sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian- penelitian selanjutnya mengenai masalah perbedaan kualitas layanan sebelum dan sesudah berpindah lokasi.

2. Kegunaan Praktisi,

Sebagai panduan atau rekomendasi bagi praktisi manajemen yang menjalankan bisnisnya, terutama yang berhubungan dengan objek penelitian pemasaran mengenai perbedaan kualitas layanan sebelum dan sesudah berpindah lokasi.