



**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN
PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA KJSKS BMT AL-MAKMUR
SUPANJANG**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Jurusan Perbankan Syariah*

Oleh:

**GUSTIFAL
NIM. 13 202 062**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BATUSANGKAR
2019 M / 1440 H**

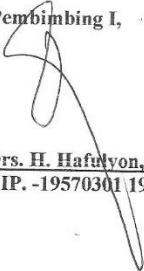
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan Skripsi atas nama **GUSTIFAL**, NIM 13 202 062 dengan judul: **"TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA KJKS BMT AL-MAKMUR SUPANJANG"** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang *munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Batusangkar, 08 Februari 2019

Pembimbing I,


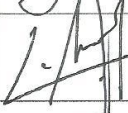



Drs. H. Hafnyon, MM
NIP. -19570301 198303 1 002

Pembimbing II,


Elfadhli, S. EL, M. Si
NIP. -19820617 200710 1 002


PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh nama GUSTIFAL, NIM: 13 202 062, dengan judul “TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA KJKS BMT AL-MAKMUR SUPANJANG” telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar pada hari Rabu tanggal 06 Februari 2019, dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu (S.1) dalam Ilmu Perbankan Syariah.

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Drs. Hafulyon, MM 19570301 198303 1 002	Ketua Sidang		20/02-2019
2	Elfadhli, S. El., M. Si 19820617 200710 1 002	Sekretaris Sidang		27/02-2019
3	Dr. H. Alimin, Lc., M. Ag 19720505 200212 1 004	Anggota		27/02-2019
4	Revi Candra, S. Pd., M.Ak 19870224 201801 1 001	Anggota		19/02-2019

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri
Batusangkar




Atsani, SH., M.Hum
NIP. 19750303 199903 1 004

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Gustifal
NIM : 13 202 062
Tempat/ Tanggal Lahir : Malintang, 07 Agustus 1993
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA KJKS BMT AL-MAKMUR SUPANJANG”**. adalah benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat, kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 08 Februari 2019

Saya yang menyatakan,



Gustifal
NIM. 13 202 062

ABSTRAK

GUSTIFAL, NIM 13 202 062, Judul Skripsi “**TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA KJKS BMT AL-MAKMUR SUPANJANG**”. Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar 2019.

Dalam penulisan skripsi ini yang menjadi permasalahan adalah seberapa besar tingkat kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan pada pembiayaan *murabahah* dan dimensi pelayanan apa yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) bersifat deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah kuesioner dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT AL-MAKMUR Supanjang sebanyak 125 orang dengan sampel 33 orang.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada KJKS BMT AL-MAKMUR Supanjang dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan pembiayaan *murabahah* diperoleh persentase sebesar 85%, hal ini berarti nasabah merasa puas.

Untuk masing-masing dimensi pelayanan yang terdiri atas 5 dimensi yaitu, *tangible* (bukti fisik), *responsivness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati). Berdasarkan hasil olahan data yang penulis lakukan diperoleh hasil bahwa dimensi yang mempunyai kontribusi yang dominan dibandingkan dimensi lain adalah dimensi *assurance* (jaminan) dengan persentase 19,98% dari persentase kepuasan yaitu 85%. Dimensi *tangible* (bukti fisik) dengan persentase sebesar 10,09%, dimensi *responsivness* (daya tanggap) dengan persentase 19,58%, dimensi *reability* (kehandalan) dengan persentase 16,75% dan dimensi *emphaty* (empati) dengan persentase 18,17%.

Kata Kunci: *Kepuasan, tangible, responsivness, reability, assurance dan emphathy*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....V

DAFTAR ISI..... VIII

DAFTAR TABEL.....XI

DAFTAR GAMBAR..... XII

BAB I

PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah 1
- B. Identifikasi Masalah..... 6
- C. Batasan Masalah 7
- D. Rumusan Masalah..... 7
- E. Tujuan Penelitian 7
- F. Manfaat dan Luaran Penelitian 8
- G. Definisi Operasional 9

BAB II

KAJIAN TEORI

- A. Landasan Teori 10
 - 1. Pembiayaan 10
 - a. Pengertian Pembiayaan 10
 - b. Prinsip Analisis Pembiayaan 10
 - c. Tujuan Pembiayaan 12
 - d. Fungsi Pembiayaan 15
 - e. Jenis-jenis Pembiayaan yang Disalurkan pada Bank Syariah 16
 - f. Penggolongan Pembiayaan 19
 - g. Pelaksanaan Pembiayaan-Pembiayaan.....20

2. Murabahah	20
a. Pengertian Murabahah	20
b. Dasar/Landasan Hukum Murabahah	22
c. Prinsip-Prinsip Pembiayaan Islam Dalam Murabahah	23
d. Rukun Akad Murabahah	24
e. Syarat Murabahah	25
f. Hal Penting Mengenai Murabahah	25
g. Ciri-ciri Murabahah	26
h. Tujuan Murabahah Kepada Pemesan Pembelian.....	26
i. Praktik Murabahah.....	27
j. Teknis Murabahah	27
k. Skema Murabahah	28
1. Pembiayaan Kontrak Al-Murabahah	28
3. Faktor-Faktor Yang Meningkatkan Jumlah Nasabah.....	29
4. Konsep Kualitas Pelayanan	30
5. Dimensi Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam	33
6. Kepuasan Pelanggan/Nasabah	36
7. Konsep Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam.....	43
B. Kajian Penelitian yang Relevan.....	45
C. Kerangka Berfikir	48
BAB III	
METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	49
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	49
C. Populasi dan Sampel.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data	51
E. Instrumen Penelitian	51
F. Teknik Analisis Data	53

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum KJKS Al-Makmur Supanjang	55
1. Sejarah Singkat	55
2. Struktur Organisasi	57
3. Hasil Operasional	58
B. Analisis Kepuasan Nasabah Pengaruh terhadap Pelayanan Pembiayaan <i>Murabahah</i> pada KJKS BMT Al-Makmur	61
C. Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian	65

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan	80
B. Saran	80

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pembiayaan <i>Murabahah</i> pada KJKS BMT Al-Makmur	5
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	49
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Angket.....	52
Tabel 3.3 Kriteria Pemberian Skor	54
Tabel 4.1 Persentase Kenaikan Jumlah Nasabah Pembiayaan <i>Murabahah</i> pada KJKS BMT Al-Makmur	61
Tabel 4.2 Jawaban Kuesioner	62
Tabel 4.3 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner	64
Tabel 4.4 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Tangible</i>	66
Tabel 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Responsivness</i>	69
Tabel 4.6 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Reliability</i>	71
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Assurance</i>	74
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Emphaty</i>	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema <i>Ba'i Al-Murabahah</i>	28
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	48
Gambar 4.1 Struktur Organisasi KJKS BMT Al-Makmur	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan suatu sistem dan jalan hidup yang utuh dan terpadu, Islam memberikan panduan yang dinamis terhadap semua aspek kehidupan termasuk sektor bisnis dan transaksi ekonomi. Hal ini terlihat dengan menggunakan prinsip syariah, karena diharapkan dengan menggunakan prinsip syariah Islam dapat memberikan maslahat bagi umat manusia dan salah satu kelebihan dari lembaga keuangan syariah adalah tidak boleh meminta kelebihan dari pokok pinjaman, karena hal yang demikian termasuk riba (Arifin, 2002: 8).

Lembaga keuangan adalah suatu perusahaan yang kegiatannya selalu berkaitan dengan bidang keuangan, apakah kegiatannya hanya menghimpun dana atau menyalurkan dana atau kedua-keduanya menghimpun dan menyalurkan dana. Salah satu fungsi utama dalam lembaga keuangan syariah adalah untuk memenuhi berbagai keperluan komersial, investasi dan memberikan pelayanan yang luas kepada nasabah, sebagaimana fungsi lembaga keuangan pada umumnya (Muhammad, 2007: 8).

Lembaga keuangan syariah terdiri dari lembaga bank dan lembaga non bank. Kedua lembaga ini dalam operasionalnya sama-sama menggunakan syariat Islam. Namun produk dan manajemen lembaga keuangan non bank syariah sedikit berbeda dengan lembaga keuangan bank syariah. Lembaga keuangan non bank antara lain adalah Asuransi *Takaful* (AT), *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT), Unit Simpan Pinjam Syariah (UPS), Koperasi Syariah (Muhammad, 2008: 45).

Sistem keuangan Islam yang berpihak pada kepentingan kelompok mikro sangatlah penting. Pusat Inkubasi Usaha Kecil melakukan pengkajian yang panjang dan mendalam maka dirumuskan sistem keuangan yang sesuai dengan kondisi usaha mikro dan sesuai dengan syari'ah adalah BMT (Baitul Maal Wa Tamwil).

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-maal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya (Soemitra, 2010: 452). Berdirinya lembaga keuangan syariah sejenis *Baitul Mal Wa Tamwil* di Indonesia merupakan jawaban terhadap tuntutan dan kebutuhan kalangan umat Islam mengharapkan adanya lembaga keuangan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dan bebas dari unsur riba yang diasumsikan haram (Ridwan, 2004: 47). Sebagaimana dijelaskan dalam ayat Al-baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ
 مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ
 النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: *Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*

Keberadaan BMT di Indonesia cukup banyak maka memerlukan strategi yang tepat untuk bersaing. Strategi bersaing yang efektif dapat dilakukan oleh BMT dengan cara mengenali dan menilai pesaing utama, menilai tujuan, strategi, kekuatan dan kelemahan mereka serta pola reaksinya. Kemudian BMT harus memilih pesaing utama yang akan diserang atau dihindari. Untuk meningkatkan daya saing yang lebih kompetitif maka produk-produk yang ditawarkan oleh LKS pada umumnya dan khususnya BMT harus lebih kreatif, dinamis, variatif dan yang pasti lebih aman dan lebih menguntungkan. Sehingga memberikan daya tarik dan daya jual bagi pelanggan secara luas (Ridwan, 2004: 92). Dana-dana yang dihimpun dari masyarakat (Dana Pihak Ketiga) merupakan sumber dana terbesar yang paling diandalkan oleh bank. Dana-dana yang diperoleh akan disalurkan pada pembiayaan kepada nasabah pembiayaan.

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Pembiayaan merupakan urat nadi kehidupan dari *live circlenya* sebuah industri perbankan syariah. Akan tetapi penyaluran pembiayaan yang dilakukan harus memenuhi prinsip kehati-hatian syariah. Menurut Undang-Undang perbankan No. 21 Tahun 2008 pasal 37 ayat 1 menjelaskan tentang prinsip kehati-hatian sebagai berikut :

“Bank Indonesia menetapkan ketentuan mengenai batas maksimum penyaluran dana berdasarkan prinsip syariah, pemberian jaminan, penempatan investasi surat berharga yang berbasis syariah atau hal ini yang serupa, yang dapat dilakukan oleh bank syariah dan UUS kepada nasabah penerima fasilitas atau sekelompok nasabah penerima fasilitas yang terkait, termaksud kepada perusahaan dalam kelompok yang sama dengan bank syariah dan UUS yang bersangkutan.”

Pada perbankan syariah terdapat beberapa bentuk akad pembiayaan yang salah satunya akad *murabahah*. Murabahah adalah akad jual beli dimana

transaksi penjualan barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Pembayaran atas akad jual beli dapat dilakukan secara tunai maupun kredit. Hal yang membedakan dengan jual beli lainnya adalah penjual harus memberitahukan kepada pembeli harga barang pokok yang dijualnya serta jumlah keuntungan yang diperolehnya (Wassilah, 2008: 176).

Pembiayaan *Murabahah* merupakan salah satu dari bentuk akad jual beli yang telah banyak dikembangkan sebagai sandaran pokok dalam pembiayaan modal kerja dan investasi dalam perbankan syariah yang memiliki prospek keuntungan yang cukup menjanjikan. Karena keuntungan yang menjanjikan itulah sehingga hampir semua lembaga keuangan syariah menjadikannya sebagai produk *financing* dalam pengembangan modal mereka.

Pembiayaan *Murabahah* selalu menjadi primadona dibandingkan dengan produk perbankan syariah lainnya. Hal ini dapat dilihat dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tentang perkembangan pembiayaan *Murabahah* yang cenderung mengalami peningkatan setiap bulannya. Pada bulan April 2016, pembiayaan *Murabahah* berkisar sebesar Rp. 117.375 miliar atau sebesar 58.13% dari total pembiayaan perbankan syariah di Indonesia sebesar 203 miliar. Gambaran ini memberikan indikasi bahwa akad *Murabahah* lebih mendominasi diperbankan syariah dibandingkan dengan akad-akad lainnya (Afrida, 2016: 1).

Dominasi pembiayaan *murabahah* menunjukkan bahwa pembiayaan tersebut mempunyai banyak keuntungan bagi bank syariah. Pertama, kepastian pembeli, dimana bank syariah tidak akan membelikan suatu barang kecuali sudah ada pembelinya. Kedua, kepastian keuntungan, dimana bank syariah dapat memastikan keuntungan atas suatu barang yang dijualnya. Ketiga, pembiayaan *murabahah* lebih mudah diaplikasikan pada saat sekarang ini.

Hal itu juga terjadi pada KJKS BMT Al-Makmur. KJKS BMT Al-Makmur merupakan salah satu BMT yang menyalurkan pembiayaan kepada

masyarakat. Berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan diperoleh informasi bahwa pembiayaan *murabahah* lebih dominan dibandingkan dengan pembiayaan *mudharabah*.

Disetiap perbankan harus memiliki 5 standar dalam mengukur kepuasan nasabah yaitu, 1) Keandalan, 2)Daya Tanggap, 3) Jaminan, 4) Bukti Langsung, 5)Empati, dan dapat diketahui kepuasan nasabah juga dari beberapa produk yang dikonsumsi oleh nasabah tersebut. Kepuasan nasabah dapat ditemukan jikalau produk yang ditawarkan memiliki karakteristik barang yang dapat memuaskan nasabah terhadap produk tersebut. Maka dari itu faktor yang menjadikan suatu produk dapat memuaskan nasabahnya dari karakteristik barang yang baik dan pelayanan yang baik dari para karyawan di perbankan tersebut (Rohman, 2017: 3).

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah BMT Al-Makmur Supanjang

No.	Tahun	Jumlah nasabah	Nominal pembiayaan
1.	2012	77 orang	Rp. 295,000,000
2.	2013	97 orang	Rp. 305,300,000
3.	2014	108 orang	Rp. 444,400,000
4.	2015	120 orang	Rp. 529,700,000
5.	2016	125 orang	Rp. 736,600,000

Sumber: Data Pembiayaan KJKS BMT Al-Makmur Supanjang

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah pembiayaan murabahah dari tahun 2012 sampai tahun 2016 mengalami peningkatan cukup baik. Pada tahun 2012 jumlah nasabah pembiayaan adalah 77 orang dan pada tahun 2013 jumlah nasabah pembiayaan meningkat hingga 97 orang. Pada tahun 2014 jumlah nasabah pembiayaan adalah 108 orang dan pada tahun 2015 jumlah nasabah pembiayaan meningkat hingga 120 orang dan pada tahun 2016 jumlah nasabah pembiayaan menjadi 125 orang. Tiap

tahunnya jumlah nasabah mengalami peningkatan yang cukup baik begitu juga dengan nominal pembiayaannya. Nominal pembiayaan meningkat dengan sangat baik. Pada tahun 2012 nominal pembiayaan adalah Rp.295.000.000 dan tahun 2013 nominal pembiayaan menjadi Rp.305.300.000. sedangkan pada tahun-tahun berikutnya tahun 2014 nominal pembiayaan adalah Rp.444.400.000, tahun 2015 nominal pembiayaan adalah Rp.529.700.000 dan pada tahun 2016 nominal pembiayaan mencapai Rp.736.600.000. Jadi dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah pembiayaan dan nominal pembiayaan dari tahun 2012 hingga 2016 mengalami peningkatan yang cukup baik.

Secara teorinya dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk, margin yang ditetapkan, strategi pemasaran yang dilakukan, persyaratan dan prosedur yang diajukan dan pelayanan yang diberikan. Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan salah seorang nasabah (Fauziah Rahmi, wawancara pra riset, 21 November 2017). Hal utama yang menyebabkan nasabah melakukan pembiayaan pada BMT Al-Makmur Supanjang adalah dari segi pelayanan yang diberikan oleh pihak Al-Makmur Supanjang. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membahas dan melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul **“TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA KJKS BMT AL-MAKMUR SUPANJANG”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah di KJKS BMT Al-Makmur Supanjang.
2. Pelayanan pembiayaan *murabahah* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah di KJKS BMT Al-Makmur Supanjang.

3. Faktor dimensi kualitas pelayanan *murabahah* yang meliputi *tangible, assurance, reliability, emphaty, responsivness* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah di KJKS BMT Al-Makmur Supanjang.
4. Faktor dimensi yang paling berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah di KJKS BMT Al-Makmur.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Tingkat kepuasan nasabah terhadap faktor dimensi kualitas pelayanan pembiayaan *murabahah* yang meliputi *tangible, assurance, reliability, emphaty, responsivness*.
2. Faktor yang paling dominan dari dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *tangible, assurance, reliability, emphaty* dan *responsiveness* terhadap tingkat kepuasan nasabah.

D. Rumusan Masalah

Dari batasan masalah diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah Seberapa Besar Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Pembiayaan *Murabahah* di KJKS BMT Al-Makmur Supanjang?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan pembiayaan *murabahah* di KJKS BMT Al-Makmur Supanjang.
2. Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan mana yang paling berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah di KJKS BMT Al-Makmur Supanjang

F. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis
 - 1) Sebagai tambahan ilmu pengetahuan khususnya mengenai seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah.
 - 2) Sebagai referensi dan bahan pembandingan bagi peneliti selanjutnya.
 - 3) Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar.

- b. Bagi BMT

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat digunakan sebagai masukan kepada pihak BMT untuk dapat lebih mengembangkan dan meningkatkan pelayanan lagi agar nasabah lebih tertarik dan mempercayai untuk menggunakan setiap jasa dan produk di KJKS BMT AL-MAKMUR.

2. Luaran Penelitian

Luaran yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebuah karya ilmiah yang dapat dipatenkan dan bersifat informatif serta inovatif dalam dunia pengetahuan dan dunia perbankan. Dan selanjutnya diharapkan adanya penelitian lanjutan yang lebih baik dari penelitian ini.

G. Definisi Operasional

Pengaruh adalah daya yang timbul dari sesuatu (orang atau benda) atau peristiwa (perbuatan) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. Dalam penelitian ini, pengaruh yang dilihat adalah pengaruh pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah di KJKS BMT AL-MAKMUR.

Pelayanan adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain dalam penelitian ini, pelayanan

yang dimaksud adalah pelayanan yang diberikan oleh KJKS BMT AL-MAKMUR. Pelayanan yang diberikan oleh KJKS BMT Al-Makmur Supanjang mencakup 5 dimensi pelayanan yaitu: *tangible*, *responsivness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty*.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk atau hasil-hasilnya. Kepuasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan nasabah atas pelayanan pemberian pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Al-Makmur Supanjang.

Nasabah adalah seseorang atau badan usaha (korporasi) yang memiliki rekening simpanan dan pinjaman serta melakukan transaksi simpan pinjam pada sebuah lembaga keuangan. Nasabah yang dimaksud penulis disini adalah nasabah pembiayaan *murabahah* di KJKS BMT AL-Makmur Supanjang.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan adalah suatu fasilitas yang diberikan bank syariah kepada masyarakat yang membutuhkan untuk menggunakan dana yang telah dikumpulkan oleh bank syariah dari masyarakat yang surplus dana (Muhammad, 2004: 7). Kegiatan pembiayaan (*financing*) merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit* unit, menurut sifatnya penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi dalam:

1) Memenuhi kebutuhan konsumsi

Bank syariah memberikan pembiayaan konsumsi ini kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan akan habis dipakai untuk memenuhi kebutuhan. Seperti rumah untuk dihuni, dan kendaraan untuk dipakai. Pihak bank menyediakan pembiayaan konsumsi dengan menggunakan skema jual beli dengan angsuran (*bai' bi tsaman ajil*) atau sewa beli (*ijarah muntahia bi tamlik*), atau melalui kemitraan dengan partisipasi menurun (*musyarakah mutanaqisah*)

2) Produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi (Arifin, 2002: 200).

b. Prinsip Analisis Pembiayaan

Prinsip analisis pembiayaan didasarkan pada rumus 5C, yaitu:

1) *Character* (Watak/ kepribadian)

Character atau watak dari calon peminjam merupakan salah satu pertimbangan yang terpenting dalam memberikan kredit. Bank sebagai pemberi kredit harus yakin bahwa calon peminjam termasuk orang yang bertingkah laku baik, dalam arti selalu

memegang teguh janjinya, selalu berusah dan berusaha melunasi utang-utangnya pada waktu yang telah ditetapkan.

2) *Capacity* (Kemampuan)

Pihak bank harus mengetahui dengan pasti sampai dimana kemampuan menjalankan usaha calon peminjam. kemampuan ini sangat penting artinya mengingat bahwa kemampuan inilah yang menentukan besar kecilnya pendapatan atau penghasilan suatu perusahaan dimasa yang akan datang. andaikata perusahaan tersebut akan meningkat sehingga pembayaran kredit pun akan meningkat.

3) *Capital* (Modal)

Capital atau modal ini menyangkut berapa banyak dan bagaimana struktur modal yang telah dimiliki oleh calon peminjam. jumlah capital yang dimiliki ini penting untuk diketahui oleh bank untuk menilai tingkat *debt to equity ratio* (DER) yang selanjutnya berkaitan dengan tingkat rentabilitas dan solvabilitas serta jangka waktu pembayaran kembali kredit yang akan diterima. Untuk mengetahui data tentang permodalan tersebut, bisa dipelajari dari laporan keuangan (neraca dan laporan laba rugi), catatan-catatan lainnya dan bila perlu dengan jalan pengamatan langsung kelokasi perusahaan calon debitur.

4) *Condition of economy* (kondisi perekonomian)

Asas kondisi dan situasi ekonomi perlu pula diperhatikan dalam pertimbangan pemberian kredit terutama dalam hutangnya dengan sector usaha calon peminjam. Bank harus mengetahui keadaan ekonomi pada saat tersebut yang berpengaruh dan berkaitan langsung dengan usaha calon debitur dan bagaimana prospeknya dimasa yang akan datang. Sebagai contoh adakah peraturan pemerintah yang menghambat atau mendukung marketing (pemasaran) produknya, misalnya larangan atau dorongan ekspor.

5) *Collateral* (jaminan atau agunan)

Yang dimaksud dengan *collateral* adalah jaminan atau agunan harta benda milik debitur atau pihak ke 3 yang diikat sebagai agunan andai kata terjadi ketidakmampuan debitur tersebut untuk menyelesaikan utangnya sesuai dengan perjanjian kredit. Dalam hal ini jaminan tersebut mempunyai 2 fungsi yaitu: pertama untuk membayar utang seandainya debitur tidak mampu membayar dengan jalan menguangkan/menjual jaminan tersebut.

Sedangkan fungsi kedua, sebagai akibat dari fungsi pertama ialah merupakan salah satu faktor penentu jumlah kredit yang dapat diberikan, biasanya bank tidak akan memberikan kredit yang lebih besar dari jumlah nilai jaminan yang diberikan tersebut, kecuali dalam hal khusus dan atau program-program kredit khusus. Yang dimaksud dengan hal-hal khusus, misalnya karena kepercayaan bank terhadap seorang debitur telah sedemikian rupa besarnya berdasarkan pengalaman yang lalu yang telah berjalan lama dan sering menunjukkan hal-hal selalu baik.

c. Tujuan Pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok besar yaitu tujuan pembiayaan untuk tingkat makro, dan tujuan untuk tingkat mikro (Rahman, 2003: 380). Secara makro pembiayaan bertujuan untuk

- 1) Peningkatan ekonomi umat, artinya masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi. Dengan demikian dapat meningkatkan taraf ekonominya.
- 2) Tersedianya dana bagi peningkatan usaha, artinya untuk pengembangan dana membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh dengan melakukan aktivitas pembiayaan. Pihak surplus dana menyalurkan kepada pihak minus dana, sehingga dapat tergulirkan.

- 3) Meningkatkan produktivitas, artinya adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat usaha agar mampu meningkatkan daya produksinya. Sebab upaya produksi tidak akan dapat jalan tanpa adanya dana.
- 4) Membuka lapangan kerja baru, artinya dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja. Hal ini berarti menambah atau membuka lapangan kerja baru.
- 5) Terjadi distribusi pendapatan, artinya masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya. Penghasilan merupakan bagian dari pendapatan masyarakat. Jika ini terjadi maka akan terdistribusi pendapatan.

Adapun secara mikro, pembiayaan diberikan dalam rangka untuk:

- 1) Upaya mengoptimalkan laba, artinya setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mampu mencapai laba maksimal. Untuk mencapai laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.
- 2) Upaya meminimalkan resiko artinya usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan resiko yang mungkin timbul. Resiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.
- 3) Pendayagunaan sumber ekonomi, artinya sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan percampuran antara sumber daya alam dan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Jika sumber daya alam dan manusianya ada dan sumber daya modal tidak ada. Maka dipastikan diperlukan pembiayaan.

Dengan demikian pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.

- 4) Penyaluran kelebihan dana, artinya dalam kehidupan masyarakat ini ada pihak yang memiliki kelebihan sementara ada yang kekurangan. Dalam kaitanya dengan masalah dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (surplus) kepada pihak yang kekurangan (minus) dana.

Secara garis besar, kegiatan operasional bank syariah ditentukan oleh hubungan akad yang terdiri dari lima konsep dasar akad. Bersumber dari lima akad inilah dapat ditentukan produk beserta keuntungan atau profit yang diperoleh oleh bank syariah. Kelima prinsip akad tersebut adalah sistem simpanan, bagi hasil, margin keuntungan, sewa dan jasa atau *fee* (Muhammad, 2002: 86).

Pooling fund ini kemudian digunakan dalam penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, jual beli, dan sewa. Dari pembiayaan dengan prinsip bagi hasil diperoleh bagian dari bagi hasil laba sesuai dengan kesepakatan awal (nisbah bagi hasil) dengan masing-masing nasabah atau mitra usaha. Dari pembiayaan dengan prinsip jual beli diperoleh margin keuntungan. Sedangkan dari prinsip pembiayaan dengan prinsip sewa diperoleh pendapatan sewa. Keseluruhan pendapatan dari *pooling fund* ini kemudian dibagikan antara bank dengan semua nasabah yang menitipkan, menabung, atau menginvestasikan uangnya sesuai dengan kesepakatan awal. Bagian nasabah atau pihak ketiga akan didistribusikan kepada nasabah, sedangkan bagian bank akan dimasukkan kedalam laporan laba rugi sebagai pendapatan operasi utama (Rivai, 2010: 211).

d. Fungsi Pembiayaan

Secara umum ada beberapa fungsi suatu pembiayaan tersebut disalurkan, diantaranya adalah (Muhammad, 2014: 184-185):

1) Meningkatkan Daya Guna Uang

Uang yang telah disimpan oleh nasabah kepada bank, dimana uang tersebut dalam persentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh bank untuk membantu suatu usaha dalam rangka peningkatan produktivitas.

2) Meningkatkan Daya Guna Barang

Dalam hal ini dicontohkan seorang produsen mendapatkan pembiayaan dari bank untuk memproduksi bahan mentah menjadi barang jadi sehingga *utility* dari bahan tersebut bisa meningkat.

3) Meningkatkan Peredaran Uang

Melalui pembiayaan yang dikucurkan oleh bank maka peredaran uang kartal dan uang giral akan lebih berkembang yang akan menciptakan suatu kegairahan berusaha.

4) Menimbulkan Kegairahan Berusaha

Dengan adanya dana yang dikucurkan maka dari dana tersebut akan digunakan oleh para pengusaha untuk memperluas kegiatan usahanya dan produktifitasnya.

5) Stabilitas Ekonomi

Dalam keadaan ekonomi yang kurang sehat maka upaya pengendalian inflansi, peningkatan ekspor maka pembiayaan bank memegang peranan yang sangat penting.

6) Sebagai Jembatan untuk Meningkatkan Pendapatan Nasional

Dalam hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya peningkatan usaha yang dilakukan dari dana yang disalurkan maka secara otomatis akan meningkatkan profit.

7) Sebagai Alat Hubungan Internasional

Bank sebagai lembaga pembiayaan tidak saja bergerak di dalam negeri namun juga bergerak di luar negeri, seperti Amerika

Serikat yang melakukan pemberian pinjaman kepada negara-negara berkembang yang sedang membutuhkan, yang nantinya dapat mempererat hubungan menyangkut perekonomian dan perdagangan.

e. Jenis-jenis Pembiayaan yang Disalurkan pada Bank Syariah

Menurut Adiwarman A. Karim dalam bukunya *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* menyatakan ada beberapa jenis pembiayaan yang biasa dilakukan pada Bank Syariah, diantaranya (2010: 234-253):

1) Pembiayaan Modal Kerja Syariah

Secara umum pembiayaan modal kerja syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan yang digunakan untuk membiayai modal kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Jangka waktu pembiayaan modal kerja adalah maksimum 1 (satu) tahun dan dapat diperpanjang sesuai dengan kebutuhan.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam melakukan analisis pembiayaan modal kerja adalah:

- a) Jenis usaha
- b) Skala usaha
- c) Tingkat kesulitan usaha yang dilakukan.
- d) Karakter transaksi dalam sektor usaha yang akan dibiayai.

2) Pembiayaan Investasi Syariah

Pembiayaan investasi adalah pembiayaan jangka menengah atau jangka panjang untuk pembelian barang-barang modal yang diperlukan untuk:

- a) Pendirian proyek baru
- b) Rehabilitasi, yakni penggantian mesin atau peralatan lama yang sudah rusak.
- c) Modernisasi, yakni penggantian menyeluruh mesin atau peralatan lama dengan peralatan baru yang berkualitas tinggi.

- d) Ekspansi, yakni penambahan mesin atau peralatan dengan kualitas yang sama atau yang lebih baik.
 - e) Relokasi proyek yang sudah ada, yakni pemindahan lokasi proyek secara keseluruhan ke lokasinya lebih tepat.
- 3) Pembiayaan Konsumtif Syariah

Pembiayaan konsumtif adalah jenis pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha dan umumnya bersifat perorangan, yang terdiri dari:

- a) Pembiayaan Konsumen Akad *Murabahah*
 - b) Pembiayaan Konsumen Akad IMBT
 - c) Pembiayaan Konsumen Akad *Ijarah*
 - d) Pembiayaan Konsumen Akad *Istishna'*
 - e) Pembiayaan Konsumen Akad *Qard + Ijarah*
- 4) Pembiayaan Sindikasi

Pembiayaan sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk satu obyek pembiayaan tertentu. Pembiayaan sindikasi terbagi atas tiga, diantaranya adalah:

- a) *Lead Syndication*

Sekelompok bank yang secara bersama-sama membiayai suatu proyek dan dipimpin oleh suatu bank yang menjadi *leader*. Modal yang diberikan oleh masing-masing bank dilebur menjadi satu kesatuan sehingga keuntungan dan kerugian menjadi tanggung jawab bersama sesuai dengan proporsi modal masing-masing.

- b) *Club Deal*

Sekelompok bank yang secara bersama-sama membiayai suatu proyek, tapi antara bank yang satu dengan bank yang lain tidak memiliki hubungan kerjasama bisnis atau penyatuan modal, karena setiap bank membiayai bidang yang

berbeda dalam satu proyek tersebut. Maka setiap bank akan memperoleh keuntungan sesuai bidang yang dibiayainya.

c) *Sub Syndication*

Sindikasi yang terjadi antara suatu bank dengan salah satu bank peserta sindikasi lain dengan kerjasama bisnis yang dilakukan keduanya tidak berhubungan secara langsung dengan peserta sindikasi lainnya.

5) Pembiayaan Berdasarkan *Take Over*

Take over bisa diartikan sebagai pemindahan hutang nasabah dari bank atau lembaga keuangan konvensional ke bank atau lembaga keuangan syariah (MUI, 2014: 180). Atas permintaan nasabah, Bank Syariah melakukan pengambilalihan hutang nasabah di Bank Konvensional dengan cara memberi jasa *hiwalah* atau *qard*.

Pembiayaan yang bersifat *take over* ini, Bank Syariah mengklasifikasikan hutang nasabah kepada Bank Konvensional menjadi dua macam, yaitu:

a) Hutang pokok plus bunga

Dalam menangani hutang nasabah yang berbentuk hutang pokok plus bunga bank Syariah akan memberikan jasa *qard* karena alokasi penggunaan *qard* tidak terbatas, termasuk untuk menalangi hutang yang berbasis bunga.

b) Hutang pokok saja

Hutang nasabah yang berbentuk hutang pokok saja, maka bank syariah akan memberikan jasa *hiwalah*, karena *hiwalah* tidak bisa menalangi hutang yang berbasis bunga.

6) Pembiayaan *Letter of Credit (L/C)*

Pembiayaan *Letter of Credit (L/C)* adalah pembiayaan yang diberikan untuk memfasilitasi transaksi impor atau ekspor nasabah, dimana pembiayaan L/C dapat menggunakan beberapa akad, yaitu:

a) Pembiayaan L/C Impor

Pembiayaan ini didasarkan oleh fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 34/DSN-MUI/IX/2002(MUI, 2014, hal. 184-195).

b) Pembiayaan L/C Ekspor

Pembiayaan ini didasarkan oleh fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 35/DSN-MUI/IX/2002.

f. Penggolongan Pembiayaan

Berdasarkan surat keputusan Direksi Bank Indonesia No.31/147/Kep/DIR Tanggal 12 November 1998 tentang kualitas aktiva produktif pasal 6 ayat 1, membagi tingkat kolektibilitas kredit atau pembiayaan menjadi (Budisantoso, 2006: 118):

1) Pembiayaan *Performing*

Pembiayaan *performing* disebut juga dengan pembiayaan yang tidak bermasalah yang dibedakan menjadi dua kategori, yaitu:

a) Pembiayaan dengan Kualitas Lancar

Pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dan tidak terjadi tunggakan, baik tunggakan pokok maupun bagi hasilnya. tepat waktu sesuai dengan perjanjian pembiayaan.

b) Pembiayaan dengan Kualitas Dalam Perhatian Khusus

Ditinjau dari segi kemampuan bayar, yang tergolong dalam pembiayaan dalam perhatian khusus apabila terjadi tunggakan angsuran pokok atau bagi hasilnya sampai 90 hari, namun masih tergolong lancar karena masih dibayar.

2) Pembiayaan *Non-Performing*

Sebagai lembaga *intermediary* dan sesuai dengan situasi dan lingkungan eksternal dan internal perbankan yang mengalami perkembangan pesat maka Bank Syariah akan dihadapkan dengan berbagai macam risiko. Risiko dalam kegiatan usaha perbankan merupakan suatu kejadian yang potensial, baik itu yang dapat diperkirakan (*anticipated*) maupun yang tidak dapat diperkirakan

(*unanticipated*) yang berdampak negatif bagi pendapatan dan permodalan bank.

Sehingga dalam penyaluran dana berupa pembiayaan yang diberikan kepada nasabah selalu diikuti oleh resiko yang mungkin akan timbul. Risiko atas pembiayaan adalah tidak tertagihnya pembiayaan yang telah disalurkanannya, baik pokok pinjaman yang diberikan maupun bagi hasil yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku, oleh karena itu bank harus mampu meminimalisir resiko yang ada. Pembiayaan yang mengalami resiko ini biasa disebut dengan pembiayaan bermasalah atau *non performing financing*.

g. Pelaksanaan Pemberian Pembiayaan

Prosedur pemberian pembiayaan:

1) Surat permohonan pembiayaan

Dalam surat permohonan berisikan jenis pembiayaan yang diminta nasabah, untuk beberapa lama, berapa limit/plafon yang diminta, serta sumber pelunasan pembiayaan darimana.

2) Proses Evaluasi

Dalam penilaian suatu permohonan, bank syariah tetap berpegang pada prinsip kehati-hatian serta aspek lainnya, sehingga diharapkan dapat diperoleh hasil analisis yang cermat dan akurat. Proses penilaian dimaksud, meliputi (Muhammad, 2005: 209):

- a) Didasarkan pada surat permohonan yang lengkap.
- b) Proses penilaian.
- c) Format memo/ nota penilaian

2. Murabahah

a. Pengertian Murabahah

Dalam pembiayaan *murabahah* yang dilakukan salah satu konsep islam dalam melakukan perjanjian jual beli. Konsep ini telah banyak digunakan oleh bank-bank atau lembaga keuangan Islam untuk pembiayaan modal kerja dan pembiayaan perdagangan para nasabahnya (Muhammad, 2000: 22). Sedangkan asal katanya *al-murabahah* diambil

dari bahasa Arab *ar-ribhu* yang berarti kelebihan dan tambahan (keuntungan). Sedangkan dalam definisi para ulama terdahulu adalah jual beli dengan modal ditambah keuntungan diketahui dalam pengertian yang sederhana, *murabahah* berarti suatu penjualan yang seharga dengan barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati (Karim, 2009: 113). Berikut ini merupakan beberapa pengertian *murabahah* yaitu sebagai berikut:

- 1) *Bai' al-Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati (Antonio, 2001:101).
- 2) *Murabahah* didefinisikan oleh Fuqaha sebagai penjualan barang seharga biaya/harga pokok (*cost*) barang tersebut ditambah mark-up atau margin yang telah disepakati (Wiroso, 2005: 13).
- 3) Menurut Ibnu Qudamah mendefinisikan bahwa *murabahah* adalah menjual dengan harga asal ditambah dengan margin keuntungan yang telah disepakati (Muhammad, 2000: 23).
- 4) *Murabahah* adalah jual beli yang bersifat amanah, yang dalam produk perbankan berupa produk pembiayaan yaitu akad jual beli antara bank selaku penyedia barang dengan nasabah yang memesan yang akan dibeli (Iska, 2012: 200).
- 5) *Murabahah* dalam teknis perbankan syariah adalah jual beli antar bank syariah selaku penyedia, bank syariah dengan nasabah yang memesan untuk membeli barang (Rivai, 2007: 445)..

Wendra juga menyatakan bahwa *murabahah* adalah jasa dengan cicilan. Pada perjanjian *murabahah*, bank membiayai pembelian barang atau asset yang dibutuhkan nasabah dengan membeli dari pemasok dan kemudian menjualnya kepada nasabah. Dengan kata lain penjualan oleh bank kepada nasabah dilakukan atas dasar *cost plus profit*. Penjualan barang dilakukan dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual (bank) dan pembeli (nasabah) (Yunaldi, 2003: 35). Jadi dapat kita simpulkan dari beberapa pengertian

diatas bahwa *murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli.

b. Dasar/Landasan Hukum *Murabahah*

1) Al-qur'an

a) Q.S. An-Nisa':29

رَقَّةٌ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَطْلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَأَمْنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
 رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ تَرْضَى عَنْ تَجِدَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu.

b) Q.S Al-baqarah : 275

بِالشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا إِلَّا يَقُومُونَ لَا الرِّبَا يُأْكُلُونَ الَّذِينَ
 الرِّبَا أَوْ حَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ الرِّبَا مِثْلَ الْبَيْعِ إِنَّمَا قَالُوا يَا نَبِيَّكُمْ ذَلِكَ الْمَسْئُومُ
 لَتَبِكْ عَادُونَ مِنَ اللَّهِ إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفَ مَا فَلَهُ دَفَأْتَهُ رَبِّيهِ مِنْ مَوْعِظَةٍ جَاءَهُ دَفَمٌ
 خَلِدُونَ فِيهَا هُمْ النَّارِ أَصْحَابُ فَاوُ

Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

2) Al- Hadits

- a) Barang siapa menghilangkan salah satu kesulitan dunia dari saudaranya maka Allah menghilangkan dirinya salah satu kesulitan pada hari kiamat (H.R. Muslim dari Abu Hurairah: 4867) (Qoshim, 2008: 115).
- b) Dari Syuaib ar-Rumi ra bahwa Rasulullah saw bersabda, “Tiga hal yang di dalam terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (*mudharabah*) dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual” (Hr. Ibnu Majah) (Sudarsono, 2003: 47).

3) *Ijma'*

Seluruh kaum muslimin sepakat atas diperbolehkannya jual beli. Selain itu, terdapat hikmah yang menuntut kebolehnya karena kebutuhan manusia berhubungan dengan apa yang ada ditangan saudaranya, dan saudaranya tidak memberikan tanpa barang lain yang ditukarkan. Sehingga melalui persyari'atan jual beli, terdapat sarana untuk merealisasikan kebutuhan setiap individu (Wiroso, 2005: 16).

c. Prinsip-prinsip Pembiayaan Islam Dalam *Murabahah*

Bank Syariah tidak mengenal Sistem bunga dalam seluruh aktifitasnya. Transaksi yang dikembangkan adalah jual beli serta kemitraan yang diimplementasikan dalam bentuk bagi hasil. Walaupun pola bagi hasil ini merupakan produk unggulan bank syariah, namun jika meneliti pola bagi hasil ini merupakan produk unggulan bank syariah, namun jika meneliti kembali pokok-pokok syariah dimana akidah yang berlaku untuk urusan muamalah (interaksi sosial) adalah semuanya diperbolehkan, kecuali yang dilarang. Semua jenis transaksi pada umumnya diperbolehkan, sepanjang tidak mengandung unsur bunga (riba), spekulasi (*maysir*), tipumenipu/menyembunyikan sesuatu (*gharar*) dan bathil (Sutedi, 2006: 123).

d. Rukun Akad *Murabahah*

- 1) Adanya penjual atau pihak yang memiliki barang atau penjual dianalogikan sebagai bank (*ba'i*)
- 2) Adanya pembeli atau pihak yang membeli barang yang dianalogikan sebagai nasabah (*musytari*).

Ulama sepakat bahwa orang yang melakukan akad *murabahah* ini adalah berakal. Adapun anak kecil yang sudah *muamaiyyi*, menurut ulama Hannafiah apabila akad yang dilakukan membawa keuntungan bagi dirinya maka akadnya sah dan sebaliknya apabila akad ini membawa kerugian kepada dirinya maka tindakan hukum tidak dapat dilakukan. Selain itu orangnya tidak dapat melakukan akad dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual atau pembeli (Haroen, 2002: 28).

- 3) Objek atau barang yang diperjualbelikan (*mabi'*). Ketentuannya adalah sebagai berikut:
 - a) Barang tersebut ada ditempat dan bank dapat memastikan barang itu ada.
 - b) Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia.
 - c) Milik seseorang, bukan milik siapa-siapa tidak oleh diperjual belikan.
 - d) Boleh diserahkan pada saat akad disepakati bersama saat transaksi berlangsung.
- 4) Harga/nilai jual barang berdasarkan mata uang atau plafon pembiayaan (*tsunami*).

Harga jual dan keuntungan akan ditentukan bank dari waktu ke waktu atau pada saat setiap kali mencairkan dana pembiayaan. Penerimaan potongan harga juga harus jelas tertuang dalam perhitungan harga perolehan barang.

- 5) Ijab qabul

Yaitu pernyataan timbang terima atau pernyataan kesepakatan yang diungkapkan dalam akad. Akad merupakan suatu

sebab ditetapkan syarat-syarat yang kerennanya timbullah beberapa hokum. Dengan kata lain, akad adalah suatu perbuatan yang sengaja dibuat oleh dua orang atau lebih berdasarkan kerelaan masing-masing.

e. Syarat *Murabahah*

- 1) Penjual memberitahu biaya modal kepada nasabah.
- 2) Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- 3) Kontrak harus bebas riba.
- 4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- 5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang. Jadi, disini terlihat adanya unsur keterbukaan (Antonio, 2001: 102).

f. Hal Penting Mengenai *Murabahah*

- 1) Pembelian barang konsumtif (mobil dan rumah) harus dengan perhitungan yang matang tentang ketentuan pembayarannya.
- 2) Pembelian barang produktif (mesin jahit untuk usaha, pabrik sesuatu barang usaha, atau kapal motor untuk usaha) memerlukan perhitungan yang matang dari kelayakan usaha itu.
- 3) Apabila bank menguasai untuk membeli barang yang diinginkan seseorang (pelaku usaha), pelaku usaha harus berlaku jujur dalam pembelian itu, mengingat sangat tidak baik barang yang dihasilkan diperoleh dengan cara yang tidak halal.
- 4) Usahakan utang itu dilunasi pada waktunya sesuai dengan yang diperjanjikan.
- 5) Ketahuilah bahwa orang lain sedang menunggu kesempatan untuk memperoleh jasa bank Islam, sebagaimana yang telah kamu peroleh. Jadi, kesempatan orang lain itu sangat bergantung pada kedisiplinan kamu dalam melunasi penjaminan tersebut.
- 6) Ingat sekali berbuat lancang, seumur hidup sulit mendapat kepercayaan (Qoshim, 2008: 116).

g. Ciri-ciri *Murabahah*

- 1) Janji nasabah untuk membeli barang yang dipesan. Nasabah tidak boleh dibebani dengan tanggungjawab apa-apa, kecuali menyempurnakan janjinya setelah memiliki barang pesanan tersebut.
- 2) Barang pesanan itu dimiliki dan ia telah ada atau akan ada dalam pesaran.
- 3) Kontrak jual beli antara bank dengan penjual pertama (pemilik barang) mestilah sah.
- 4) Kontrak jual beli secara *murabahah* antara bank dengan nasabah dibuat setelah barang itu benar-benar menjadi milik bank. Karena hal ini menjadi dasar bagi bank untuk menaikkan harga barang dan pembayarannya secara bertanggung.
- 5) Perlu dibedakan antara waktu perjanjian dengan pelaksanaan jual beli *bay' murabahah* karena ia melibatkan resiko atau jaminan yang perlu ditanggung oleh bank sebelum penyerahan barang kepada nasabah (Hulwati, 2000: 81).

h. Tujuan *Murabahah* Kepada Pemesan Pembelian

- 1) Mencari pengalaman. Satu pihak yang berkontrak (pemesan pembelian) meminta pihak lain (pembeli) untuk membeli sebuah aset. Pemesan berjanji untuk ganti membeli aset tersebut dan memberinya keuntungan. Pemesan memilih sistem pembelian ini, yang biasanya dilakukan secara kredit, lebih karena ingin mencari informasi dibanding alasan kebutuhan yang mendesak terhadap aset tersebut.
- 2) Mencari pembiayaan. Dalam operasi perbankan syariah, motif pemenuhan pengadaan aset atau modal kerja merupakan alasan utama yang mendorong datang ke bank. Pada gilirannya, pembiayaan yang diberikan akan membantu memperlancar arus kas yang bersangkutan (Antonio, 2001: 103).

i. Praktik *Murabahah*

Berikut ini adalah contoh *murabahah* dalam praktek yaitu sebagai berikut:

Pak Amir bermaksud membeli sebuah mobil untuk memperlancar usaha dagangnya, yakni menjadi agen elpiji, bengkel sepeda motor, dan bengkel mobil. Akan tetapi, Pak Amir tidak mempunyai dana untuk membelinya. Pak Amir meminta pada sebuah Bank Islam agar bersedia membeli mobil yang dimaksudkannya pada tanggal 1 Juni 2008 dengan harga Rp.150.000.000,00.

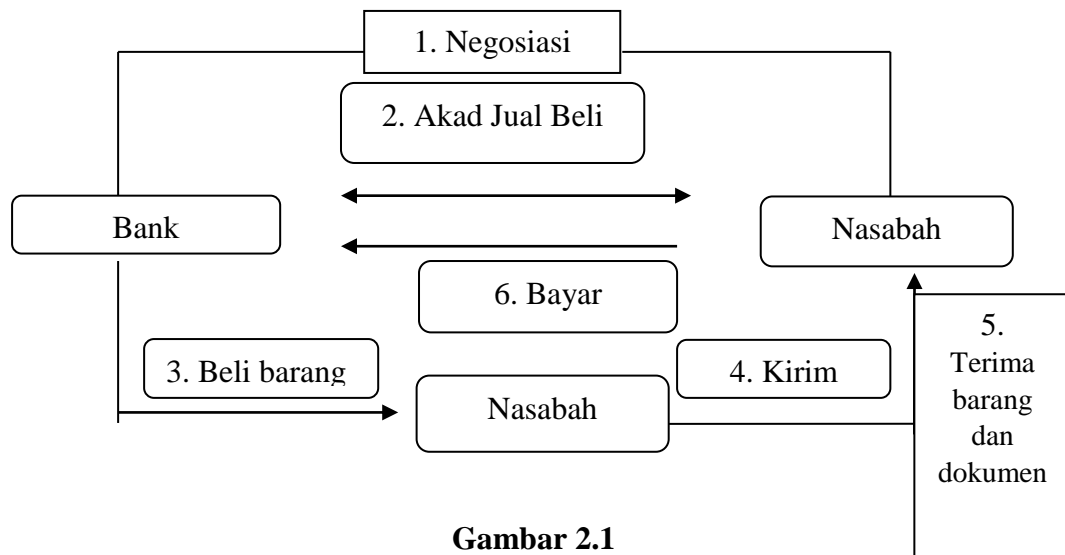
Atas keinginan Pak Amir tersebut, Bank Islam merespon positif. Selanjutnya, pihak bank Islam dan Pak Amir membuat perjanjian, yakni Pak Amir menerima mobil tersebut dengan harga Rp.152.000.000,00 dan akan dilunasi pembayarannya pada tanggal 1 Juni 2010. Setelah surat perjanjian tersebut ditandatangani, pihak bank Islam membelikan mobil tersebut untuk Pak Amir.

j. Teknis *Murabahah*

- 1) Bank bertindak sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari produsen (pabrik/toko) ditambah keuntungan (*mark up*). Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran.
- 2) Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan, *murabahah* lazimnya dilakukan dengan cara pemabayaran cicilan (*bitsaman ajil*).
- 3) Dalam transaksi ini, bila sudah ada barang diserahkan segera kepada nasabah, sedangkan pembayaran dilakukan secara tangguh.

k. Skema *Murabahah*

Berikut ini merupakan gambaran pada transaksi *murabahah* (Sudarsono, 2003: 48).



Gambar 2.1
Skema *Ba'i Al-Murabahah*

l. Pembiayaan Kontrak *Al-Murabahah*

- 1) Nasabah menyiapkan rincian biaya dari kontrak yang telah diberikan kepadanya termasuk biaya bahan, tenaga kerja, overhead.
- 2) Bank Islam membeli kontrak dimaksud senilai biayanya, dan mencairkan dana pembiayaan sesuai dengan prestasi penyelesaian kontrak.
- 3) Bank dapat mengawasi atau menggunakan pihak ketiga, yaitu konsultan atau profesional untuk mengawasi pekerjaan nasabah dengan persetujuan nasabah.
- 4) Pada saat selesainya kontrak, bank syariah menjual kepada nasabahnya dengan harga yang telah disepakati bersama, yaitu harga beli ditambah margin keuntungan bank. Hasil pembayaran kontrak dibayarkan kepada Bank dan digunakan untuk melunasi kepada Bank. Jika ada kelebihan, Bank mengembalikannya kepada nasabah (Sobirin, 2000: 27).

3. Faktor-Faktor Yang Meningkatkan Jumlah Nasabah

Menurut Kasmir yang menyebabkan peningkatan jumlah nasabah adalah (2011: 341):

- a. Karyawan harus menarik, baik dari segi penampilannya, gaya bicaranya maupun gerak geriknya sehingga tidak bosan berhadapan dengan nasabah.
- b. Cepat tanggap terhadap keinginan nasabah dan cepat mengerjakan serta melayani nasabah, dengan pelayanan yang diberikan harus benar dan tepat.
- c. Ruang tunggu yang tenang dan nyaman sehingga begitu nasabah dapat merasakannya, seperti ruangan yang lebar dan dekorasi yang indah.
- d. Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan segala sesuatu sehingga sesuai dengan keinginan nasabah.
- e. Keragaman dan kelengkapan produk yang membuat nasabah tertarik berhubungan dengan perusahaan. Dalam suatu lokasi hendaknya produk yang dijual selengkap mungkin sehingga nasabah memiliki banyak pilihan.
- f. Lokasi usaha yang memberikan keamanan, serta untuk usaha tertentu tersedia lahan parkir yang memadai.

Sedangkan menurut Murti Sumarni yang menyebabkan peningkatan jumlah nasabah adalah (2002: 227):

- a. Nilai produk

Dapat dievaluasi oleh nasabah melalui manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk tersebut dibandingkan dari produk bank lain.

- b. Nilai pelayanan

Nasabah sangat penting mengingat jasa bank, seperti jasa profesionalisme dan sistem online.

- c. Nilai personil

Personil karyawan bank merupakan asset tersembunyi yang pemanfaatnya harus dimaksimalkan oleh bank.

d. Nilai citra

Nasabah akan memilih dan menilai konsisi pasar, nasabah akan semakin cermat mencari informasi untuk memilih lembaga keuangan yang reputasinya baik.

e. Biaya moneter

Nasabah akan melihat melalui tarif-tarif bunga yang ditetapkan, biaya atau harga administrasi.

f. Biaya waktu

Nasabah akan melihat lamanya proses transaksi produk dan jasa yang dibelinya.

Selanjutnya, menurut Sentot Iman Wahjono faktor yang menyebabkan meningkatkan jumlah nasabah yaitu (2010: 19):

- a. Faktor produk dan jasa
- b. Emosi pelanggan
- c. Persepsi terhadap kewajaran dan keadilan
- d. Pelanggan lain seperti keluarga dan rekan kerja

4. Konsep Kualitas Pelayanan

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman Berry dan Zenthaml (Lupiyoadi, 2001: 140).

Menurut *American Society For Quality Control* dalam bukunya Philip Kotler, kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang mempengaruhi pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler, 2003:

94). Sedangkan Menurut Sentot, Jasa yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa biasanya berkaitan dengan pelayanan atau sebaliknya (Wahjono, 2010: 110).

Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Total Quality Service adalah sistem manajemen strategis dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan serta menggunakan metode-metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan atas proses-proses organisasi agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan (Tjiptono, 1997, hal. 140).

Kualitas pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh pelanggan. Interaksi strategi pelayanan, sistem pelayanan dan sumber daya manusia serta pelanggan akan sangat menentukan keberhasilan dari manajemen perusahaan. Oleh karena itu perlu menerapkan strategi untuk membentuk kualitas pelayanan yang terbaik, strategi kualitas pelayanan sebagai berikut (Tjiptono, 1997, hal. 141):

- a. Atribut layanan pelanggan, yaitu bahwa penyampaian jasa harus tepat waktu, akurat dengan perhatian dan keramahan
- b. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu penerapan program dan pengaruh layanan pelanggan. Ketiga faktor ini merupakan pemahaman dan penerapan

suatu sistem yang responsif terhadap pelanggan dan organisasi guna mencapai kepuasan yang optimum.

- c. Sistem umpan balik dan kualitas layanan pelanggan, yaitu dengan memahami persepsi pelanggan terhadap perusahaan dan para pesaing. Mengukur dan memperbaiki kinerja perusahaan, mengubah bidang-bidang terkuat perusahaan menjadi faktor pembeda pasar, menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan pelanggan.
- d. Implementasi, adalah strategi yang paling penting sebagai bagian dari proses implementasi, pihak manajemen perusahaan harus menentukan cakupan-cakupan jasa dan level pelayanan.

Didalam dunia perbankan pelayanan disebut *CustomerService*. secara umum, *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang diberikan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah (Kasmir, 2004: 216). Menurut Kasmir, ada beberapa pengertian yang berkaitan dengan kualitas jasa pelayanan, yaitu (2004: 22):

- a. *Excellent*, yaitu standar kinerja yang diperoleh
- b. *Customer*, yaitu perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima atau membayar *out put* pelayanan (jasa atau sistem)
- c. *Service*, yaitu kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk tetapi lebih menentukan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
- d. *Quality*, yaitu sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat raba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
- e. *Consistens*, yaitu tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan dengan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
- f. *Levels*, yaitu suatu pernyataan atau sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.
- g. *Delivery*, yaitu memberikan pelayanan yang benar dengan cara dan waktu yang tepat.

Berdasarkan pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatannya untuk menggimbangi harapan pelanggan.

5. Dimensi Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam. Tentunya hal tersebut dilakukan tidaklah hanya berorientasi pada komitmen materi semata, namun sebagai bagian dari nilai ibadah. Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolok ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Didalam Islam tidak mengenal kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka baginya wajib untuk terikat dengan seluruh syariah Islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah SWT sesuai dengan cara yang sudah ditetapkan.

Oleh karena itu, variabel-variabel yang diuji tidaklah murni menggunakan teori konvensional saja. Namun menjadikan syariah sebagai standar penilaian atas teori tersebut. Variabel yang diuji yaitu:

- a. *Responsivness* (daya tanggap) adalah suatu respon/kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap (Wahjono, 2010: 15). Dalam Islam kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi akan

ditinggalkan oleh pelanggan. Lebih dari itu, Allah SWT telah berfirman dalam Q.S Al-Maidah ayat 1:

مُحَلِّي غَيْرِ عَلَيْكُمْ يُتَلَىٰ مَا إِلَّا لَأَنْتَعِمَ بِهِمْ لَكُمْ أَحَلَّتْ بِالْعُقُودِ أَوْ فُؤَاءِ أَمْثُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
يُرِيدُ مَا حَكَّمَ اللَّهُ إِنَّ حُرْمًا وَأَنْتُمْ الصَّيْدَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.*

Demikian juga Allah SWT telah mengingatkan kita tentang profesionalisme dalam menunaikan pekerjaan dalam Q.S Al-Insyirah ayat 7:

فَأَنْصَبْ فَرَّغْتَ فَإِذَا

Artinya: *Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain*

- b. *Reliability* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Bila ini dijalankan dengan baik maka konsumen merasa sangat dihargai (Wahjono, 2010: 15). Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan/muamalah. Allah Swt telah berfirman dalam Q.S Al-ahzab ayat 21:

كَثِيرًا اللَّهُ وَذَكَرَ الْآخِرَ وَالْيَوْمَ اللَّهُ يَرِجُوا كَانَ لِمَنْ حَسَنَةً أَسْوَةٌ اللَّهُ رَسُولٍ فِي لَكُمْ كَانَ لَقَدْ



Artinya: *Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah.*

- c. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan (Wahjono, 2010:15). Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi, supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari konsumen, dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermuamalah. Allah SWT telah mengingatkan tentang etika berdagang sebagaimana yang termaktub dalam Q.S Asy-Syu'araa' :181-182 :

﴿الْمُسْتَقِيمَ بِالْقِسْطِ وَسِوَاؤُا الْمُخْسِرِينَ مَن تَكُونُوا وَلَا الْكَيْلَ أَوْفُوا﴾

Artinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan, Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.

- d. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumennya (Wahjono, 2010:15). Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah Swt untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Allah telah berfirman dalam Q.S An-Nahl: 90

﴿غِي وَالْمُنْكَرِ الْفَحْشَاءِ عَنِ وَيَنْهَى الْقُرْبَى ذِي وَإِيتَايِ وَالْإِحْسَنِ بِالْعَدْلِ يَا مَرْءَ اللَّهِ إِنَّ تَذَكَّرُوا لَعَلَّكُمْ يَعْظُمُكُمْ وَاللَّهُ﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkar dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.

- e. *Tangibles (kemampuan fisik)* adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik. Salah satu catatan penting bagi pelaku lembaga keuangan syariah, bahwa dalam menjalankan operasional perusahaannya harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar'i (Wahjono, 2010: 15) .Hal ini sebagaimana yang telah Allah SWT firmankan dalam Q.S Al-A'raf : 26

لَكَ خَيْرٌ ذَا لِكَ التَّقْوَىٰ وَلِبَاسٍ وَرِيشًا سَوَاءٌ تَكُمُ يَوْمَ رِي لِبَاسًا عَلَيكُمْ أَنْزَلْنَا قَدْ ءَادَمَ يَبْنَىٰ

يَذَكَّرُونَ لَعَلَّهُمْ ءَاللَّهُ ءَايَتٍ مِّنْ ذَا

Artinya: *Hai anak Adam, Sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa Itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat.*

6. Kepuasan Pelanggan / Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Secara tradisional pelanggan berarti orang yang membeli dan menggunakan produk. Dalam perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, pelanggan adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Dalam dunia perbankan pelanggan diartikan nasabah. Pandangan tradisional ini menyimpulkan bahwa pelanggan adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk (Yamit,2002: 75)

Menurut Engel dkk kepuasan nasabah adalah evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Menurut Philip Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja

melebihi harapan maka pelanggan akan sangat senang atau puas (Kotler, 2007: 77).

Sedangkan Day, menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Tjiptono, 2008: 24).

Menurut Schanars, pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Apabila terciptanya rasa puas akan dapat memberikan beberapa manfaat, diantara hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli untuk dapat membeli ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari satu orang keorangnya yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2008: 25).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapan. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*Perceived Performance*) dan harapan (*Expectations*). Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melampaui harapan, maka pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia (Sumarni, 2002: 226). Dari definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan adalah anggapan pembeli terhadap kinerja produk memenuhi harapan pembeli.

b. Pentingnya Kepuasan Nasabah

Dalam era globalisasi sekarang ini yang ditandai oleh revolusi teknologi komunikasi dan teknologi informasi mengakibatkan terjadinya perubahan yang luar biasa. Dengan adanya kemudahan yang diperoleh dari teknologi informasi dan komunikasi, muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat pelanggan semakin banyak pilihan dan sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula untuk

memenuhi kebutuhan meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan (Yamit, 2002: 74).

Perubahan ini telah mendorong munculnya pemikiran baru, produk baru, pasar baru dan kompetisi baru. Sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat dari para pesaing. Kebutuhan dan keinginan pelanggan dewasa ini semakin meningkat dan beraneka ragam sehingga produsen semakin sulit untuk memuaskan kebutuhan pelanggannya.

Memperhatikan perubahan kebutuhan pelanggan dan untuk meningkatkan persaingan dari para competitor diperlukan strategi, tujuannya adalah untuk menciptakan *brand image* yang mendalam bagi pengguna produk dan jasa pelayanan. Kepuasan pelanggan menjadi sasaran strategis agar perusahaan dapat tumbuh berkembang dan tetap eksis dalam menghadapi perusahaan persaingan yang sangat ketat. Kepuasan pelanggan menjadi petunjuk arah dan mendorong motivasi untuk menciptakan langkah kreatif, inovatif yang dapat membentuk keadaan masa depan yang gemilang (Yamit, 2002: 74).

c. Memuaskan Kebutuhan Pelanggan

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar volume penjualan perusahaan (Yamit, 2002: 93). Untuk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan, perusahaan dalam melakukan dengan tahapan sebagai berikut (Yamit, 2002: 94):

1) Memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan

Mencari tahu kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat dilakukan dengan mengetahui motif pelanggan dalam membeli suatu produk

atau jasa. Perlu disadari bahwa tidak semua pelanggan mau dan mampu secara terbuka mengungkapkan motif pembelian suatu produk atau jasa. Mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggan atas suatu produk atau jasa, akan memudahkan perusahaan dalam mengkomunikasikan produk kepada sasaran pelanggannya.

2) Mengetahui proses pemilihan keputusan dalam membeli

Dengan mengetahui tipe pengambilan keputusan pelanggan dalam membeli produk, perusahaan dapat memprediksi faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan pembelian dan memilih cara pelayanan pelanggan yang tepat.

3) Membangun citra perusahaan

Perusahaan perlu memperhatikan proses informasi yang membentuk persepsi pelanggan terhadap produk perusahaan. Persepsi positif atau negatif sangat tergantung pada informasi yang diterima pelanggan atas produk yang dihasilkan perusahaan.

4) Membangun kesadaran atas pentingnya kepuasan pelanggan

Membangun kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan membangun kesadaran harus diimplementasikan dalam tingkatan nyata bahwa semua unit yang ada dalam perusahaan bertanggung jawab untuk memuaskan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan menjadi motivasi setiap unit dalam organisasi, maka pembentukan citra akan maksimal.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, yaitu (Irawan, 2004: 37):

1) Kualitas Produk

Produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat, adalah produk yang memiliki kualitas yang baik. Apabila kualitas produk tersebut baik, pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan mempergunakan produk tersebut.

2) Harga

Pelanggan yang sensitif terhadap harga suatu produk, mereka akan merasa puas apabila produk dengan harga yang murah karena mereka akan mendapatkan *Value For Money* yang tinggi. Komponen harga ini tidak begitu penting bagi mereka yang tidak sensitive terhadap harga. Kualitas produk dan harga seringkali tidak mampu menciptakan keunggulan bersaing dalam hal kepuasan pelanggan karena kedua aspek ini cenderung mudah ditiru.

3) *Service Quality*

Kualitas pelayanan sangat tergantung kepada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang peran yang sangat penting sekitar 70% perusahaan. Manusia ataupun karyawan dalam suatu perusahaan harus memiliki sikap yang baik, dalam pembentukan sikap tersebut bukanlah hal yang mudah.

4) *Emotional Factor* (Faktor Emosional)

Hal ini untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, pakaian dan kosmetik.

5) Berhubungan dengan biaya dan kemudahan mendapatkan produk atau jasa tersebut. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan.

e. Strategi Pemasaran untuk Memuaskan Nasabah

Kepuasan nasabah berhubungan erat dengan keandalan produk jasa bank yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan bank. Keandalan produk terkait dengan kualitas produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas merupakan jaminan terbaik kesetiaan nasabah. Kualitas yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan nasabah yang lebih tinggi, sekaligus mendukung harga lebih tinggi dan sering juga biaya yang lebih rendah. Oleh karena itu, program penyempurnaan kualitas (*Quality Improvement Programs*) pada umumnya meningkatkan program

fitabilitas. Strategi yang perlu dilakukan bank adalah (Sumarni, 2002: 229):

- 1) Bank harus mendengarkan suara nasabah sehingga kualitas produk atau jasa bank tepat seperti yang diinginkan nasabah. Penyempurnaan kualitas jasa bank hanya akan berarti jika disadari dan dirasakan oleh nasabah. Kualitas produk ini harus diikuti dengan kualitas promosi, pelayanan dan lain-lain.
- 2) Perbaikan kualitas memerlukan komitmen total dari para petugas bank. Karyawan harus bekerja selaku *team work* untuk memuaskan nasabah internal dan nasabah eksternal.
- 3) Melalui *bench marking* yaitu, mengukur kinerja bank dibandingkan dengan persaingan terbaik di kelaskan dan berupaya meniru bahkan melampauinya, penyempurnaan kualitas produk atau jasa bank dapat ditingkatkan. Jadi, kualitas tidak dapat diperiksa saja tetapi harus direncanakan semenjak awal.

f. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Pengukuran kepuasan pelanggan sangat diperlukan, agar perusahaan tidak membuang uang percuma atau lebih *efficient* dalam memprioritaskan produk atau jasa yang akan diberikan kepada pelanggan dan agar perusahaan dapat membangun komitmen dari semua lapisan karyawannya untuk terlibat dalam proses peningkatan kepuasan pelanggan. Ada 4 metode dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut (Sumarni, 2002: 228-229):

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap orang yang berorientasi kepada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis, kartu komentar, saluran telfon yang khusus bebas pulsa dan lain-lain. Informasi- Informasi yang diperlukan melalui metode yang dapat memberikan ide baru dan

masukan yang berharga bagi perusahaan, sehingga memungkinkan untuk bereaksi dan tanggap dan cepat mengatasi masalah-masalah yang timbul.

Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau tidak kepuasan pelanggan. Karena tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih pemasok dan tidak akan membeli produk perusahaan tersebut lagi. Upaya mendapatkan saran yang bagus dari pelanggan juga sulit diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi, bila perusahaan tidak memberi imbal balik dan tidak lanjut memadai kepada mereka yang telah bersusah payah berfikir menyampaikan ide kepada perusahaan.

2) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan bersaing. Kemudian mereka melaporkan teman-teman mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk-produk tersebut. Selain itu, para *ghost shopping* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

3) *Lost Customer Analysis*

Pelanggan seyogyanya menghubungkan para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga

penting, dimana peningkatan *customerloss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

- a) *Directly Reported Satisfaction*, yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan.
- b) *Derived Dissatisfaction*, yaitu pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan atau terima.
- c) *Problem Analysis*, yaitu pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok yaitu: masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.
- d) *Importance Performance Analysis* adalah dalam teknik ini responden diminta meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu juga, responden diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.

7. Konsep Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan

terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

a. Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut sesuai dengan sabda Rasulullah SAW :

Artinya: ” *Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya.*” (HR. Ahmad dan Thobrani).

b. Amanah

Adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah ”menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

c. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam hadits mutafaq’alaih dari hakim bin Hazm disebutkan bahwa:

Artinya: ” *Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putustransaksi, jika keduanya bersikap benar dan*

menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu”

B. Kajian Penelitian yang Relevan

Dalam penelitian atau pembuatan suatu karya tulis seperti skripsi akan terdapat penelitian lainnya yang memiliki tema yang sama dengan penelitian yang kita lakukan meskipun arah dan tujuannya berbeda, dari penelitian ini berikut penulis paparkan beberapa penelitian yang memiliki tema yang sama dengan masalah yang penulis teliti pada saat ini, diantaranya adalah:

1. Penelitian **Waliyudin Nim 09 202 048** tahun 2014 dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar, melakukan penelitian tentang “ *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Dan Kualitas Pelayanan Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu (Kcp) Padang Panjang*” berdasarkan penelitiannya terdapat hubungan antara produk (X_1) secara parsial terhadap keputusan nasabah (Y), untuk kualitas pelayanan (X_2) diperoleh $t_{hitung} = 40.867$ dengan nilai signifikan variabel kualitas pelayanan ($P. value$) = $0.000 < 0.05$ tingkat signifikannya lebih kecil dari 0.05. dengan melakukan kuesioner kepada 98 responden yang diteliti. Dari hasil penelitian dengan menggunakan metode *importance performace analysis* dan *customer sarisfaction index* menunjukkan kategori sangat puas, bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Panjang sangat puas terhadap produk dan kualitas pelayanan karyawan yang telah diberikan oleh BSM KCP Padang Panjang.

Perbedaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian Waliyudin terletak pada variabel yang diteliti dan tempat penelitian. Variabel yang penulis teliti adalah pengaruh pelayanan pembiayaan murabahah pada KJKS BMT AL-Makmur Supanjang. Sedangkan hasil penelitian yang penulis temui bahwa pelayanan yang diberikan sebesar 85% yang dikategorikan bahwa nasabah merasa puas terhadap pelayanan

yang diberikan. Berdasarkan hasil penelitian penulis, variabel pelayanan yang paling berpengaruh adalah variabel *assurance* (jaminan) dengan persentase sebesar 19,98%.

2. Penelitian yang dilakukan oleh **Idris, Nim 08 202 016** tahun 2013 dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar, melakukan penelitian tentang “*Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Pegawai PT. BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek*”. Berdasarkan penelitiannya pada tiap dimensi yang ada, dengan *Analysis Customer Satisfaction Index* selalu berada pada tingkat puas dan interval 0,66-0,80 dan kepuasan yang didapat adalah baik, dan disebabkan oleh pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek telah baik dan bagus kepada para nasabahnya dan dari hasil analisis *importance performance analysis* yang peneliti lakukan, kepuasan nasabah selalu berada di atas 90% dan ini adalah kepuasan yang tinggi yang diperoleh oleh nasabah PT. BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek.

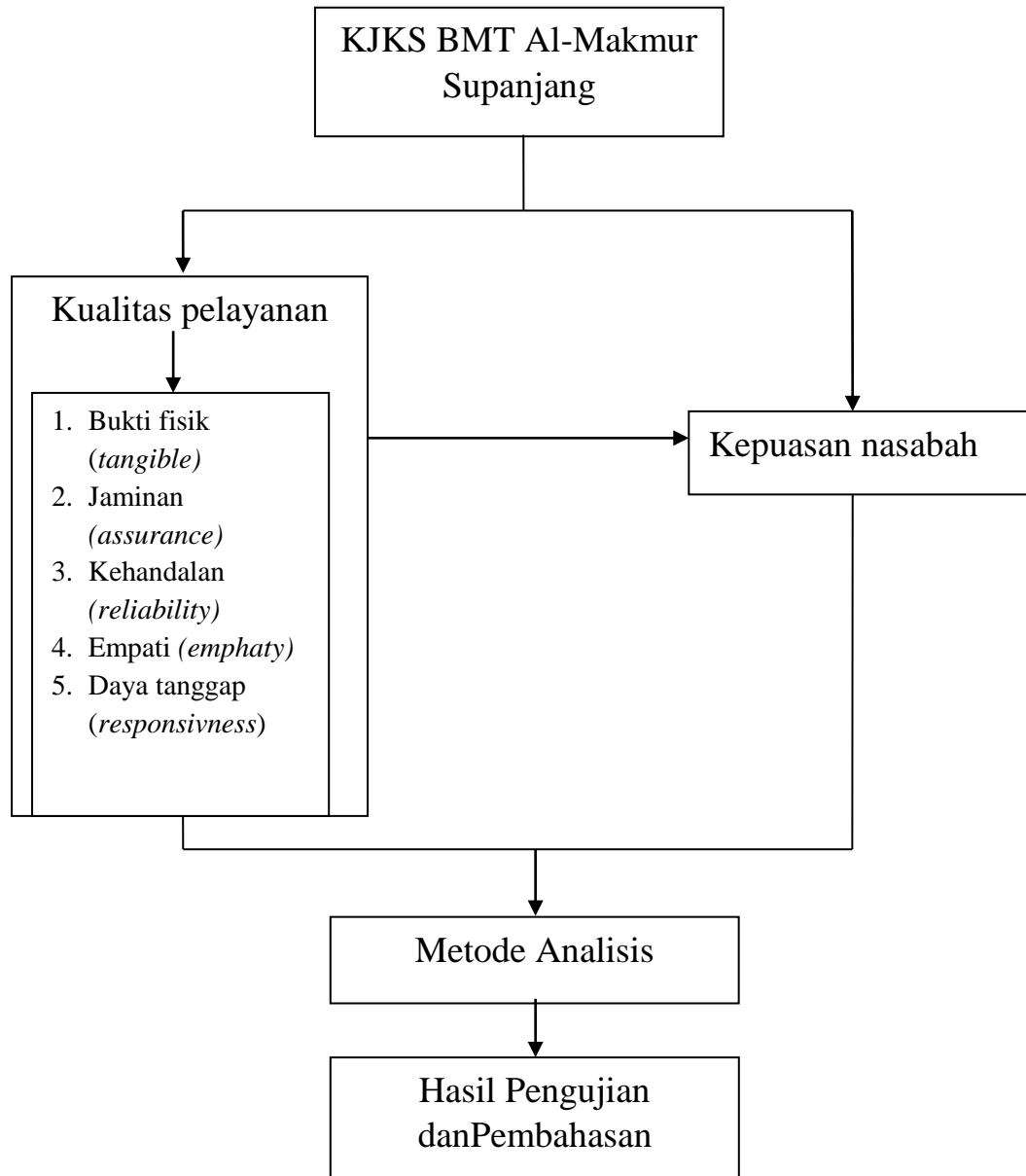
Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian Idris terletak pada variabel penelitian dan tempat penelitian. Penelitian Idris lebih memfokuskan kepada kualitas pelayanan pegawai sedangkan penulis lebih memfokuskan kepada pelayanan pembiayaan *murabahah*. Dan tempat penelitian penulis lakukan di KJKS BMT Al-Makmur Supanjang dan saudara Idris melakukan penelitian di PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek. Sedangkan hasil penelitian yang penulis temui bahwa pelayanan yang diberikan sebesar 85% yang dikategorikan bahwa nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Berdasarkan hasil penelitian penulis, variabel pelayanan yang paling berpengaruh adalah variabel *assurance* (jaminan) dengan persentase sebesar 19,98%.

3. Penelitian **Widi Nopiardo** tahun 2009 dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar, melakukan penelitian tentang “*Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan Front Office Pada PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas Kabupaten Agam*” Berdasarkan penelitiannya kinerja manajemen pada kualitas pelayanan

dalam rangka akselerasi pertumbuhan dan perkembangan PT. BPR Syariah Carana Kiat Andalas untuk mewujudkan visi dan misinya menjadi bank syariah yang unggul dan amanah. Dengan hasil penelitian berdasarkan pengelolaan SPSS 12 melalui uji *chisquare* yang telah dikorelasi maka terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dimensi kepuasan nasabah dan juga terdapat hubungan antara kualitas pelayanan total dengan kepuasan nasabah, dengan kesimpulan H_0 ditolak, berarti ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan perdimensi dengan kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan total dengan kepuasan nasabah.

Perbedaan penelitian saudara Widi dengan penulis terletak pada variabel penelitian dan tempat penelitian. Pada penelitian beliau kualitas pelayanannya lebih kepada karyawan *Front Office* yaitu karyawan yang berhadapan langsung dengan nasabah seperti karyawan *teller*, *security* dan *customer service*, sedangkan pada penelitian yang penulis lakukan kualitas pelayanan lebih kepada pembiayaan murabahah di KJKS BMTAl-Makmur Supanjang. Sedangkan hasil penelitian yang penulis temui bahwa pelayanan yang diberikan sebesar 85% yang dikategorikan bahwa nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Berdasarkan hasil penelitian penulis, variabel pelayanan yang paling berpengaruh adalah variabel *assurance* (jaminan) dengan persentase sebesar 19,98%.

C. Kerangka Berfikir



Gambar 2.2
Kerangka Berfikir

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah (*field research*) penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilokasi penelitian dengan mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena yang terjadi pada lokasi penelitian dalam keadaan ilmiah. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Dimana penulis memperoleh data yang dibutuhkan dalam pembahasan penulis dari KJKS BMT Al-Makmur Supanjang yang terkait tentang tingkat kepuasan nasabah melalui pelayanan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Al-Makmur Supanjang.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2017 sampai bulan Januari 2019 pada saat jam kerja. Penelitian ini bertempat pada KJKS BMT Al-Makmur Supanjang yang beralamat di Jorong Supanjang, Nagari Cubadak, Kecamatan Lima Kaum.

**Tabel 3.1
Jadwal Penelitian**

Keterangan	Tahun 2018 – Tahun 2019													
	Novemb er		Desember				Januari 2018				Januari 2019			Februari 2019
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1
Observasi awal														
Bimbingan Proposal														
Seminar Proposal														
Mengolah Data														
Bimbingan Penelitian														
Sidang <i>Munaqasyah</i>														

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Oleh karena itu, apabila disebutkan kata populasi, orang kebanyakan mengubungkannya dengan masalah-masalah kependudukan. Kemudian pada perkembangan selanjutnya, kata populasi menjadi populer, dan digunakan sebagai disiplin ilmu (Bugin, 2005: 118).

Dalam bahasa penelitian populasi adalah seluruh sumber data yang memungkinkan memberikan informasi yang berguna bagi masalah penelitian. Jika seluruh sumber data atau populasi diteliti informasinya, kesimpulan yang diperoleh dapat dipercaya, akan tetapi peluangnya sangat kecil mengingat keterbatasan waktu, tenaga, biaya, dan lain-lain. Oleh karena itu, tidak mungkin populasi diteliti jika tidak diketahui banyaknya (Sudjana & Ibrahim, 2001: 84)

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah jumlah jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan di KJKS BMT Al-Makmur Supanjang tahun 2016 sebanyak 125 orang

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2007: 118). Karena tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *simple random sampling* adalah teknik sampling yang paling sederhana. Sampel diambil secara acak, tanpa memperhatikan tingkatan yang ada populasi, tiap elemen populasi memiliki peluang yang sama dan diketahui untuk terpilih sebagai subjek (Noor, 2011: 151). Cara menentukan jumlah sampelnya adalah dengan menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N= Jumlah elemen/anggota populasi

e = *error* level (tingkat kesalahan)

Catatan : Umumnya *error* level yang digunakan adalah 1% atau 0.01, 5% atau 0.05 dan 10% atau 0.1, (dapat dipilih oleh peneliti).

Berdasarkan rumus diatas diperoleh jumlah sampel seperti berikut :

$$n = \frac{125}{1 + (125 \times 0.15^2)} = 32,78689$$

Dengan toleransi kesalahan 15% didapatkan ukuran sampel sebesar 32,78689 jika dibulatkan menjadi 33 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang terkait dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2007: 199). Kuesioner (angket) digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan pembiayaan di KJKS BMT Al-Makmur Supanjang.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dokumen yang berkaitan dengan pelayanan dan jumlah nasabah pembiayaan, letak geografis, sarana prasarana juga struktur organisasi di KJKS BMT Al-Makmur Supanjang.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2007: 102). Titik

tolak instrumen penelitian ini adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan oleh peneliti dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan.

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Angket

Variabel	Indikator	IndikatorUkur
PELAYANAN	Bukti Fisik	Luas bangunan
		Komputer untuk kecepatan proses
		Fasilitas parkir
	Kehandalan	Kecepatan transaksi
		Keramahan pelayanan
		Kesopanan pelayanan
	Dayatanggap	Kemudahan dihubungi lewat telepon
		Kecepatan respon
		Keterbukaan menerima saran
	Jaminan	Pengetahuan yang dimiliki karyawan BMT
		Ketelitian
		Rasa aman nasabah saat melakukan transaksi
	Empati	Kesungguhan karyawan
		Rasa kekeluargaan
		Karyawan selalu tersenyum kepada seluruh nasabah.

Sumber: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam oleh Widyarini

F. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu mengumpulkan, menyusun, mengklasifikasikan data yang diperoleh kemudian diinterpretasikan sehingga memberikan informasi yang lengkap tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan pada KJKS BMT Al-Makmur Supanjang.

Teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan Skala Guttman, skala ini mempunyai ciri penting yaitu merupakan skala komulatif dan mengukur satu dimensi saja dari satu variabel yang multi dimensi sehingga skala ini termasuk mempunyai sifat undimensional. Tujuan utama pembuatan skala Guttman pada prinsipnya untuk menentukan jika sikap yang diteliti benar-benar mencakup dimensi tunggal. Sikap dikatakan berdimensi tunggal bila sikap tersebut menghasilkan skala komulatif.

Skala Guttman yang disebut juga metode *scalogram* atau analisa skala (*scale analysis*) sangat baik untuk menyakinkan peneliti tentang kesatuan dimensi dari sikap atau sifat yang diteliti, yang sering disebut isi universal atau atribut universal. Skala pengukuran dengan tipe ini akan didapat jawaban tegas, yaitu ya-tidak. Penelitian menggunakan skala Guttman dilakukan bila ingin mendapatkan jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan (Martono, 2015: 60). Hasil yang diperoleh dari sejumlah pertanyaan diajukan kepada sejumlah responden, dipindahkan ke tabel distribusi frekuensi sehingga terlihat jumlah responden yang setuju dan tidak setuju kemudian dikonversikan ke dalam persentase sehingga terlihat persentase responden yang setuju dan tidak setuju, persentase setuju dan tidak setuju kemudian ditempatkan ke dalam rentang skala persentase, sehingga terlihat posisi hasil pengukuran. Kriteria pada setiap jenjang disesuaikan dengan pertanyaan yang diajukan. Setiap kriteria diberikan skor sesuai dengan kondisi jawaban ya atau tidak terhadap pertanyaan yang diajukan menyangkut pelaksanaan layanan pembiayaan *murabahah* dengan tingkatan sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kriteria Pemberian Skor

No	Jawaban	Skor
1	Ya	1
2	Tidak	0

Untuk mengetahui persentase jawaban kepuasan nasabah melalui layanan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT AL-MAKMUR SUPANJANG digunakan rumus sebagaiberikut:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Jumlah Jawaban "Ya" rata-rata}}{\text{Jumlah responden}} \times 100\%$$

Sesuai dengan rumus di atas, kepuasan nasabah melalui pelayanan pada pembiayaan *murabahah* KJKS BMT AL-MAKMUR SUPANJANG akan terlihat dalam persentase hasil analisis sebagai berikut (Martono, 2015: 62).

1. 0% - 59% artinya nasabah merasa Sangat Tidak Puas.
2. 60% - 69% artinya nasabah merasa Tidak Puas
3. 70% - 79% artinya nasabah merasa Cukup Puas
4. 80% - 89% artinya nasabah merasa Puas
5. 90% - 100% artinya nasabah merasa Sangat Puas

Dari penyebaran kuesioner yang penulis lakukan kepada 33 orang responden, kemudian penulis akan mengelompokan jawaban Ya/Tidak dariresponden dan selanjutnya penulis akan mencari persentase jawaban Ya/Tidak dengan rumus yang telah ditentukan sebelumnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum KJKS BMT Al-Makmur Supanjang

1. Sejarah Singkat

Pendirian KJKS BMT Al Makmur diprakarsai oleh beberapa orang calon pendiri yang memiliki satu presepsi yang sama untuk membangun perekonomian umat yang madani dibawa Ridho Allah SWT, karena Allah tidak akan mengubah keadaan ekonomi suatu bangsa hingga kita mau berusaha sekuat tenaga untuk mengubahnya. Dengan nama Allah kami mulai melangkah meskipun dengan merangkak, berjalan tertatih-tatih, jatuh bangun, itu lebih baik dari pada kita duduk bermenung menunggu perubahan yang tidak jelas.

Suatu kewajiban bagi kita untuk merubah taraf ekonomi kearah yang lebih baik dari keterpurukan, karena kemiskinan itu akan menyeret kepada kekafiran. Kita mulai hari ini dari diri kita sendiri, kalau tidak siapa lagi untuk mengubah kondisi ekonomi umat pada taraf yang lebih baik. Allah menurunkan hujan untuk kesuburan bumi agar kita berfikir dan bekerja.

Berdasarkan hal di atas kami para pendiri mencoba berusaha mewujudkannya dengan mendirikan sebuah lembaga keuangan syari'ah berbentuk dan berbadan hukum koperasi, maka berdasarkan hasil rapat pendiri beserta ninik mamak dan pemuka masyarakat yang berada di Jorong Supanjang Nagari Cubadak Kec. Lima Kaum yang juga dihadiri oleh Dinas Koperindag Kabupaten Tanah Datar beserta pimpinan BPRS Haji Miskin Padang Panjang dan Dosen STAIN Batusangkar dalam hal ini selaku motifator bagi para pendiri untuk mendirikan sebuah lembaga keuangan mikro yang berbasis syari'ah di Kabupaten Tanah Datar. Pertemuan itu dihadiri lebih kurang 40 orang yang diselenggarakan pada hari Jum'at tanggal 29 Mei 2009 yang bertempat di Masjid Baitul Makmur Supanjang, maka secara musyawarah dan mufakat diputuskan

membentuk dan mendirikan Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah- *Baitul Maal Wat Tamwil* (KJKS-BMT) dengan nama BMT Al-Makmur, yang Insya Allah menurut rencana akan dioperasikan pada tanggal 1 Juni 2009.

Anggota yang memprakarsai berdirinya BMT Al-Makmur ini semenjak awal adalah:

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Suhatri Mariko, SEI | 10. Kamra Doni, SE |
| 2. Sawirman | 11. Yasrizal |
| 3. Ardinal | 12. Symsuardi |
| 4. Misdayani, SEI | 13. Suhermasyah, SEI |
| 5. Elga Ayu Fitria | 14. Sovia Neri |
| 6. Mulyono | 15. Yusmareni, SEI |
| 7. Devi Susanti | 16. Riri Arizona, S.Pd |
| 8. Asrinaldi, SEI | 17. Elfa, S.Pd |
| 9. Ernita | 18. Weldi, A.Md |
| | 19. M.Sabri, SE |
| | 20. Ridwan |
| | 21. Olka Putra |

Adapun identitas lengkap dan dasar hukum dari KJKS BMT Al-Makmur adalah sebagai berikut:

- | | |
|-----------------|---|
| a. Nama | :KOPERASI JASA KEUANGAN
SYARIAHBMT AL MAKMUR |
| b. Kantor | : Jl. Raya Batusangkar- Padang Panjang KM
5 Jor.Supanjang Nag.Cubadak Kec.
Lima Kaum Kab. Tanah Datar |
| c. HP | : 081363194220-081267290979 |
| d. Status | : Koperasi Simpan Pinjam Pola Syariah |
| e. Bidang Usaha | : Simpan Pinjam |

Izin Usaha:

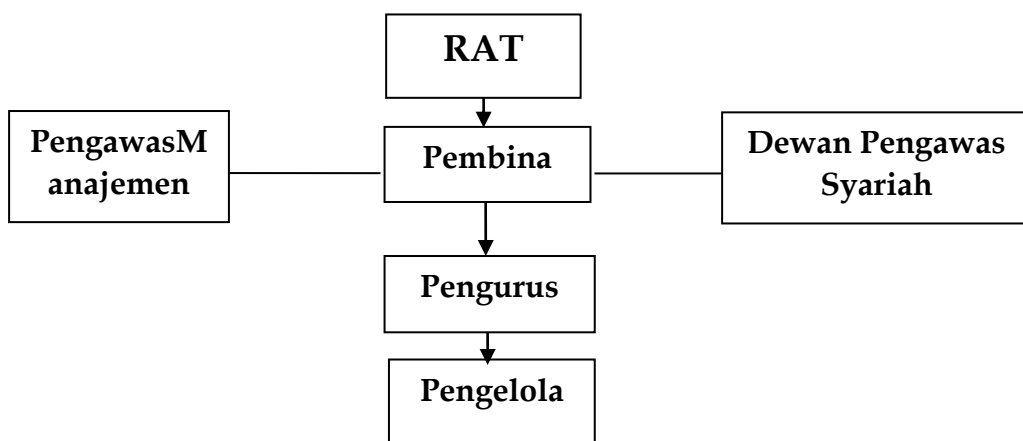
- a. Badan Hukum berdasarkan Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, Bupati Tanah Datar, Dinas Koperintam Kabupaten Tanah Datar, No : 95/BH/KPT-TD/KOP/I/2010 tanggal 19 Januari 2010.
- b. Tanda Daftar Perusahaan No: 03.12.2.64.00027
- c. NPWP No: 31.598.6745-204.000
- d. SITU No : 510/SITU/KPPT/X/2012

VISI DAN MISI KKS BMT AL MAKMUR

VISI: Menjadi koperasi syariah terdepan, bermanfaat bermartabat dan setia dalam pelayanan untuk semua kalangan

MISI: Meningkatkan kinerja koperasi yang Islami, sehat dan profesional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat umumnya dan anggota pada khususnya selaras dengan cita-cita para pendiri dan anggota KJKS-BMT Al-Makmur.

2. Struktur Organisasi



Gambar 4.1
Struktur Organisasi
KJKS BMT Al-Makmur
Periode 2012- 2017

Pembina:

Dinas Koperindag Pastam Kab. Tanah datar

Dewan Pengawas Syari'ah:

Dr. Rizal Fahlefi, M.SI

Pengawas Manaemen:

- a. Ridwan, SEI
- b. Kamra Doni, SE
- c. M. Sabri, SE

Pengurus:

Ketua : Suhatri Mariko,SE.I, M.Sy
 Sekretaris : Sawirman
 Bendahara : Ardinal

Pengelola:

Manager : Sawirman
 Pembukuan : Misdayani, SEI
 Kasir : Yusma Reni, SEI
 Marketing : Januarif

3. Hasil Operasional**a. Pola kerja**

- 1) Pengolahan keuangan
- 2) Diputarkan dan dikelola pada sektor yang berpotensi dan punya prospek yang halal dan bagus. Model pengolahan keuangan ini akan dikelola langsung oleh BMT Al Makmur.
- 3) Pembiayaan atau pinjaman kepada anggota dengan sistem *mudharabah* (bagi hasil).

b. Pembagian keuntungan

- 1) Setiap keuntungan yang diperoleh BMT Al Makmur dengan modal penyertaan atau investasi dari pihak ketiga serta keuntungan dari pihak anggota, maka bagi hasil yang dapat dilakukan dengan alternatif kesepakatan antara lain:

- 50% -50%
 - 60%- 40%
 - 70%- 30%
- 2) Setiap bagian keuntungan yang diperoleh BMT Al-Makmur dilaporkan dan dimasukkan dalam Sisa Hasil Usaha (SHU).
 - 3) Setiap simpanan yang berasal dari anggota (simpanan pokok, simpanan wajib dan simpanan sukarela) dikelola oleh BMT Al-Makmur di bidang usaha perdagangan, perindustrian dan pembiayaan yang halal.
 - 4) Pembagian hasil simpanan anggota tersebut ditetapkan berdasarkan ART (Anggaran Rumah Tangga) BMT Al- Makmur.

c. Produk-produk KJKS/BMT Al-Makmur Cubadak

- 1) Pembiayaan/ Pinjaman
 - a) Pembiayaan *murabahah*(akad pembiayaan jual beli pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.
 - b) Pembiayaan *mudharabah* (akad kerjasama usaha antara dua pihak, dimana pihak pertama (*sahibul maal*) menyediakan modal, sedangkan pihak lain sebagai pengelola (*mudharib*), dan keuntungan dibagi sama besar.

2) Simpanan/ tabungan

- a) Simpanan *Wadiah*/ Deposito Berjangka

Simpanan *wadiah* adalah titipan dalam bentuk deposito berjangka yang dapat ditarik oleh pemilik dana atau anggota/ nasabah BMT sesuai dengan akad/ perjanjian yang telah disepakati. Simpanan dengan akad *wadiah* terdapat dua bentuk:

- (1) *Wadiah amanah*, titipan dana zakat, infak dan shadaqah.
- (2) *Wadiah yadhamah*, simpanan ini akan mendapat bonus dalam bentuk bagi hasil (*mudharabah*) dari keuntungan yang yang diperoleh BMT Al-Makmur yang dibagikan

sesuai dengan jangka waktu yang disepakati berdasarkan saldo simpanan nasabah BMT

b) Simpanan/ Tabungan

- (1) Simpanan/ tabungan *mudharabah* umum yang dikhususkan untuk masyarakat umum yang ingin menyimpan dananya yang dapat ditarik kapanpun setiap jam kerja.
- (2) Simpanan/ tabungan qurban dan akikah yang dikhususkan untuk masyarakat umum yang punya niat ingin menjadi peserta qurban dan akikah dapat menitipkan dananya di BMT Al-Makmur yang dapat ditarik kapanpun menjelang pelaksanaan qurban dan akikah.
- (3) Simpanan/ tabungan pendidikan/pelajar yang dikhususkan untuk para pelajar mulai dari tingkat taman kanak-kanak sampai dengan pelajar SLTA yang dapat ditarik kapanpun selama jam kerja
- (4) Simpanan umrah dan haji

Produk simpanan ini sudah direalisasikan seluruhnya oleh BMT Al Makmur sejak tahun 2009 dan 2010.

B. Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Pembiayaan *Murabahah* pada KJKS BMT AL-MAKMUR Supanjang

Berikut adalah data kenaikan nasabah pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT AL-MAKMUR Supanjang:

Tabel 4.1
Persentase Kenaikan Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murabahah* BMT Al-Makmur Supanjang

No.	Tahun	Jumlah nasabah	Nominal pembiayaan	Persentase Kenaikan
1.	2012	77 orang	Rp. 295,000,000	-
2.	2013	97 orang	Rp. 305,300,000	3,4%
3.	2014	108 orang	Rp. 444,400,000	31,3%
4.	2015	120 orang	Rp. 529,700,000	16,1%
5.	2016	125 orang	Rp. 736,600,000	28,1%

Sumber: Data Pembiayaan KJKS BMT Al-Makmur Supanjang

Berdasarkan data pembiayaan *murabahah* di atas, dapat dilihat kenaikan jumlah pembiayaan dan juga jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan. Kenaikan terjadi pada tiap tahunnya dengan kenaikan sebesar 3,4% pada tahun 2013 dari tahun sebelumnya. Begitupun untuk tahun-tahun berikutnya juga terjadi kenaikan, pada tahun 2014 terjadi kenaikan 31,35, tahun 2015 terjadi kenaikan sebesar 16,1% dan tahun 2016 terjadi kenaikan sebesar 28,1%.

Berdasarkan kenaikan tersebut, di asumsikan bahwa nasabah sudah merasa puas pada KJKS BMT AL-MAKMUR Supanjang, hal ini bisa dibuktikan dengan naiknya jumlah nasabah tiap tahunnya. Untuk menguji asumsi di atas, penulis telah melakukan penyebaran kuesioner kepada seluruh nasabah pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT AL-MAKMUR Supanjang.

Langkah-langkah yang penulis lakukan dalam mengelola hasil dari kuesioner yang diperoleh dari nasabah tersebut adalah sebagai berikut:

20	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	14	1
21	T	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	12	3
22	T	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	T	12	3
23	T	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	13	2
24	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	T	12	3
25	T	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	13	2
26	T	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	T	Y	Y	Y	T	Y	T	10	5
27	T	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	13	2
28	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	T	12	3
29	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	14	1
30	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	T	12	3
31	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	13	2
32	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	T	Y	Y	Y	T	Y	T	11	4
33	T	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	T	Y	Y	Y	Y	Y	Y	12	3
Total																421	74
Jumlah Seluruh Jawaban																495	

(sumber : data hasil olahan)

Dari hasil perhitungan dan pengolahan data kuesioner penulis akan menghitung persentase tingkat kepuasan nasabah melalui pelayanan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Al-Makmur dengan menggunakan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 & \frac{\text{Jumlah jawaban "ya"}}{\text{Jumlah jawaban seluruh responden}} \times 100\% \\
 & = \frac{421}{495} \times 100\% \\
 & = 85\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dengan diperoleh jawaban "YA" sebanyak 421 dan hasil seluruh jawaban kuesioner sebanyak 495, dengan demikian diperoleh persentase kepuasan nasabah melalui sistem *bajapuik* produk simpanan KJKS BMT Al-Makmur Supanjang sebesar 85%. Penilaian hasil persentase di sesuaikan dengan kriteria yang ditemukan oleh Sugiyono yang menjadi acuan penulis. Maka hasil persentase tingkat kepuasan nasabah melalui pelayanan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT Al-Makmur Supanjang nasabah merasa puas, karena hasil data yang penulis dapat

sebesar 85%, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa nasabah merasa puas karena berada pada interval 80% - 90%.

Berikut adalah rekapitulasi jawaban kuesioner:

TABEL 4.3
RAKAPITULASI JAWABAN KUESIONER

Responden	Jumlah Jawaban		Jumlah Keseluruhan
	Ya	Tidak	
1	14	1	15
2	13	2	15
3	13	2	15
4	13	2	15
5	13	2	15
6	13	2	15
7	14	1	15
8	14	1	15
9	13	2	15
10	13	2	15
11	12	3	15
12	14	1	15
13	13	2	15
14	12	3	15
15	13	2	15
16	12	3	15
17	12	3	15
18	13	2	15
19	14	1	15
20	14	1	15
21	12	3	15
22	12	3	15
23	13	2	15
24	12	3	15
25	13	2	15
26	10	5	15
27	13	2	15
28	12	3	15
29	14	1	15
30	12	3	15
31	13	2	15
32	11	4	15
33	12	3	15
Total	421	74	495

(sumber : data hasil olahan)

C. Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pengolahan yang telah penulis lakukan di atas, dapat diperoleh bahwa tingkat kepuasan terhadap pelayanan pada pembiayaan *murabahah* di dapat hasil 85% atau dapat dikategorikan nasabah merasa puas. Berdasarkan instrumen penelitian, diperoleh hasil bahwa dimensi pelayanan yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *responsivness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati) di dapat hasil bahwa dimensi *assurance* (jaminan) yang paling berpengaruh dibandingkan dimensi lainnya dengan persentase sebesar 19,98% dari persentase kepuasan yaitu 85%. Untuk dimensi lain yaitu *tangible* (bukti fisik) didapat persentase sebesar 10,09%, dimensi *responsivness* (daya tanggap) dengan persentase 19,58%, dimensi *reability* (kehandalan) dengan persentase 16,75% dan dimensi *emphaty* (empati) dengan persentase 18,17%.

Berikut adalah pembahasan hasil penelitian untuk masing-masing dimensi pelayanan:

1. *Tangible* (bukti fisik)

Dimensi *tangible* merupakan dimensi yang dapat diamati secara langsung seperti bangunan, luas parkir, peralatan yang dimiliki. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis peroleh di dapat informasi bahwa nasabah yang menjawab pertanyaan dengan jawaban “YA” sebesar 50 dari semua jawaban yang menyangkut dimensi *tangible* dan 49 nasabah yang menjawab dengan jawaban “TIDAK”. Untuk dimensi *tangible* ini penulis membuat instrumen penelitian yaitu:

- a. Apakah luas bangunan yang dimiliki memadai untuk memfasilitasi nasabah?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas nasabah yang menjawab dengan jawaban “YA” sebesar 16 orang dan nasabah yang menjawab dengan jawaban “TIDAK” sebesar 17 orang dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa luas bangunan yang dimiliki kurang memadai untuk memfasilitasi nasabah.

- b. Apakah komputer yang digunakan KJKS BMTAL-MAKMUR memadai untuk kecepatan proses transaksi?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas seluruh nasabah yang menjadi sampel sebanyak 33 orang menjawab dengan jawaban “YA” sebesar 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa komputer yang dimiliki KJKS BMT AL-MAKMUR sudah memadai untuk kecepatan proses transaksi.

- c. Apakah area parkir yang ada memadai dan aman bagi nasabah?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas nasabah yang menjawab dengan jawaban “YA” sebesar satu orang saja dan nasabah yang menjawab dengan jawaban “TIDAK” sebesar 32 orang dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa area parkir yang dimiliki kurang memadai untuk kurang aman untuk nasabah.

Berikut adalah data rekapitulasi jawaban responden untuk dimensi *tangible*:

Tabel 4.4
Rekapitulasi Jawaban Responden
untuk Dimensi *Tangible*

Responden	Pertanyaan Kuesioner			Jawaban	Jawaban
	Soal 1	Soal 2	Soal 3	Ya	Tidak
1	Y	Y	T	2	1
2	T	Y	T	1	2
3	T	Y	T	1	2
4	T	Y	T	1	2
5	T	Y	T	1	2
6	T	Y	T	1	2
7	Y	Y	T	2	1
8	Y	Y	T	2	1
9	Y	Y	T	2	1
10	Y	Y	T	2	1
11	Y	Y	T	2	1
12	Y	Y	T	2	1
13	T	Y	T	1	2
14	T	Y	T	1	2
15	T	Y	T	1	2

16	T	Y	T	1	2
17	T	Y	T	1	2
18	Y	Y	T	2	1
19	Y	Y	Y	3	-
20	Y	Y	T	2	1
21	T	Y	T	1	2
22	T	Y	T	1	2
23	T	Y	T	1	2
24	Y	Y	T	2	1
25	T	Y	T	1	2
26	T	Y	T	1	2
27	T	Y	T	1	2
28	Y	Y	T	2	1
29	Y	Y	T	2	1
30	Y	Y	T	2	1
31	Y	Y	T	2	1
32	Y	Y	T	2	1
33	T	Y	T	1	2
JUMLAH				50	49

$$\text{Persentase Kepuasan} = \frac{50}{421} \times 85\% = 10,09\%$$

Berdasarkan hasil persentase kepuasan untuk dimensi *tangible* diperoleh persentase sebesar 10,09%. Hal ini bisa disimpulkan bahwa dimensi pelayanan *tangible* ini dinilai belum bisa memfasilitasi nasabah, karena dari 99 jumlah jawaban yang ada terdapat 50 jawaban yang dijawab dengan jawaban “YA” oleh responden, sedangkan untuk jawaban yang dijawab dengan jawaban “TIDAK” terdapat 49 jawaban.

Berdasarkan item pertanyaan yang penulis buat untuk dimensi *tangible* ini yaitu: luas bangunan, komputer yang digunakan dan lahan parkir yang dimiliki. Berdasarkan hasil kuesioner, 33 orang responden menjawab bahwa luas bangunan dan lahan parkir yang ada kurang memadai untuk memfasilitasi nasabah.

2. *Responsivness* (Daya Tanggap)

Daya tanggap merupakan suatu hal yang dimiliki oleh karyawan dalam memberikan sikap tanggap terhadap nasabah, baik itu keluhan ataupun saran dan juga cara karyawan menanggapi itu semua. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis peroleh didapatkan hasil bahwa responden yang menjawab pertanyaan dengan jawaban “YA” sebesar 97 orang dan lebihnya sebanyak 2 orang menjawab dengan jawaban “TIDAK”. Untuk dimensi *responsivness* ini penulis membuat instrumen penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR mudah dihubungi lewat telepon?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas nasabah yang menjawab dengan jawaban “YA” sebesar 31 orang dan responden yang menjawab dengan jawaban “TIDAK” sebesar 2 orang dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa karyawan KJKS BMT AL-MABRUK mudah dihubungi lewat telepon oleh nasabah.

- b. Apakah karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR mampu memberikan respon yang baik dan mudah diterima nasabah?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas seluruh responden menjawab dengan jawaban “YA” dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR sudah memberikan respon yang baik dan begitupun oleh nasabah bisa diterima dengan baik juga.

- c. Apakah karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR bisa menerima saran dari nasabah dengan senang hati?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas seluruh responden menjawab dengan jawaban “YA” dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR bisa menerima saran dari nasabah dengan senang hati.

Berikut adalah data rekapitulasi jawaban responden untuk dimensi *responsivness*:

Tabel 4.5
Rekapitulasi Jawaban Responden
untuk Dimensi *Responsivness*

Responden	Pertanyaan Kuesioner			Jawaban	Jawaban
	Soal 4	Soal 5	Soal 6	Ya	Tidak
1	Y	Y	Y	3	-
2	Y	Y	Y	3	-
3	Y	Y	Y	3	-
4	Y	Y	Y	3	-
5	Y	Y	Y	3	-
6	Y	Y	Y	3	-
7	Y	Y	Y	3	-
8	Y	Y	Y	3	-
9	Y	Y	Y	3	-
10	T	Y	Y	2	1
11	T	Y	Y	2	1
12	Y	Y	Y	3	-
13	Y	Y	Y	3	-
14	Y	Y	Y	3	-
15	Y	Y	Y	3	-
16	Y	Y	Y	3	-
17	Y	Y	Y	3	-
18	Y	Y	Y	3	-
19	Y	Y	Y	3	-
20	Y	Y	Y	3	-
21	Y	Y	Y	3	-
22	Y	Y	Y	3	-
23	Y	Y	Y	3	-
24	Y	Y	Y	3	-
25	Y	Y	Y	3	-
26	Y	Y	Y	3	-
27	Y	Y	Y	3	-
28	Y	Y	Y	3	-
29	Y	Y	Y	3	-
30	Y	Y	Y	3	-
31	Y	Y	Y	3	-
32	Y	Y	Y	3	-
33	Y	Y	Y	3	-
JUMLAH				97	2

$$\text{Persentase Kepuasan} = \frac{97}{421} \times 85\% = 19,58\%$$

Berdasarkan hasil persentase kepuasan untuk dimensi *responsivness* diperoleh persentase sebesar 19,58%. Hal ini bisa disimpulkan bahwa dimensi pelayanan *responsivness* ini dinilai sudah memenuhi keinginan nasabah, karena dari 99 jumlah jawaban yang ada terdapat 97 jawaban yang dijawab dengan jawaban “YA” oleh responden, sedangkan untuk jawaban yang dijawab dengan jawaban “TIDAK” terdapat 2 jawaban. Berdasarkan item pertanyaan yang penulis buat untuk dimensi *responsivness* ini yaitu: kemudahan dihubungi lewat telepon, mampu memberikan respon yang baik dan mampu menerima saran dari nasabah. Dari 33 orang responden, hanya dua orang yang menjawab bahwa karyawan BMT agak sulit dihubungi lewat telepon, namun untuk dua item pertanyaan lainnya responden menjawab dengan jawaban “YA”.

3. *Reliability* (Kehandalan)

Reliability merupakan kemampuan suatu lembaga dalam memberikan pelayanan yang diberikan, dijanjikan dan memuaskan untuk nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis peroleh dapat di peroleh informasi bahwa nasabah yang menjawab pertanyaan dengan jawaban “YA” sebesar 83 orang dan nasabah yang menjawab pertanyaan dengan jawaban “TIDAK” sebesar 16 orang. Untuk dimensi *realibity* ini penulis membuat instrumen sebagai berikut:

- a. Apakah karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR cepat dalam menyelesaikan transaksi?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas seluruh responden menjawab dengan jawaban “YA” dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR cepat dalam menyelesaikan transaksi dan tidak lelet.

- b. Apakah karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR ramah dalam melayani nasabah?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas seluruh responden menjawab dengan jawaban “YA” dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR punya sikap keramahan yang baik dan tidak mengecewakan nasabah.

- c. Apakah pemenuhan jadwal pembiayaan sesuai dengan jadwal yang dijanjikan?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas responden yang menjawab dengan jawaban “YA” sebesar 19 orang dan responden yang menjawab dengan jawaban “TIDAK” sebesar 14 orang dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa pihak KJKS BMT AL-MAKMUR tepat waktu dalam memenuhi pembiayaan yang diberikan namun perlu ditingkatkan lagi, karena responden yang menjawab dengan jawaban “YA” tidak berbeda jauh dengan responden yang menjawab dengan jawaban “TIDAK” dengan selisih 5 orang saja.

Berikut adalah data rekapitulasi jawaban responden untuk dimensi *reliability*:

Tabel 4.6
Rekapitulasi Jawaban Responden
untuk Dimensi *Reliability*

Responden	Pertanyaan Kuesioner			Jawaban	Jawaban
	Soal 7	Soal 8	Soal 9	Ya	Tidak
1	Y	Y	Y	3	-
2	Y	Y	Y	3	-
3	Y	Y	Y	3	-
4	Y	Y	Y	3	-
5	Y	Y	Y	3	-
6	Y	Y	Y	3	-
7	Y	Y	Y	3	-
8	Y	Y	Y	3	-
9	Y	Y	T	2	1
10	Y	Y	Y	2	1

11	Y	Y	T	2	1
12	Y	Y	Y	3	-
13	Y	Y	Y	3	-
14	Y	Y	T	2	1
15	Y	Y	Y	3	-
16	Y	Y	T	2	1
17	Y	Y	T	2	1
18	Y	Y	Y	3	-
19	Y	Y	T	2	1
20	Y	Y	Y	3	-
21	Y	Y	T	2	1
22	Y	Y	Y	2	1
23	Y	Y	Y	3	-
24	Y	Y	T	2	1
25	Y	Y	Y	3	-
26	Y	Y	T	2	1
27	Y	Y	Y	3	-
28	Y	Y	T	2	1
29	Y	Y	Y	3	-
30	Y	Y	T	2	1
31	Y	Y	T	2	1
32	Y	Y	T	2	1
33	Y	Y	T	2	1
JUMLAH				83	16

$$\text{Persentase Kepuasan} = \frac{83}{421} \times 85\% = 16,75\%$$

Berdasarkan hasil persentase kepuasan untuk dimensi *reliability* diperoleh persentase sebesar 16,75%. Hal ini bisa disimpulkan bahwa dimensi pelayanan *reliability* ini dinilai sudah memenuhi keinginan nasabah dalam hal kehandalan yang dimiliki oleh KJKS BMT Al-Makmur Supanjang, karena dari 99 jumlah jawaban yang ada terdapat 83 jawaban yang dijawab dengan jawaban “YA” oleh responden, sedangkan untuk jawaban yang dijawab dengan jawaban “TIDAK” terdapat 16 jawaban. Berdasarkan item pertanyaan yang penulis buat untuk dimensi *reliability* ini yaitu: kecepatan dalam proses transaksi, keramahan karyawan dan pemenuhan jadwal pembiayaan. Berdasarkan tiga item

pertanyaan tersebut, sebagian responden memberikan jawaban bahwa pemenuhan jadwal pembiayaan sesuai janji yang ditentukan menjawab dengan jawaban “TIDAK”.

4. Assurance (Jaminan)

Dimensi *assurance* mencakup pengetahuan tentang pembiayaan yang ditawarkan, kemampuan meyakinkan pelanggan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dan jauh dari sifat keragu-raguan. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis peroleh di dapat informasi bahwa semua responden yang berjumlah 33 orang menjawab semua pertanyaan dengan jawaban “YA” dan tidak ada satupun responden yang menjawab dengan jawaban “TIDAK”. Untuk dimensi *assurance* ini penulis membuat instrumen penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR memiliki pengetahuan yang luas?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas seluruh responden menjawab dengan jawaban “YA” dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR sangat bagus dan hal itu merupakan suatu jaminan yang membuat nasabah merasa puas dan tidak ragu.

- b. Apakah karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR memiliki ketelitian dalam setiap transaksi?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas seluruh responden menjawab dengan jawaban “YA” dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR memiliki ketelitian yang baik dan dengan memiliki ketelitian yang baik nasabah pun tidak merasa ragu terhadap KJKS BMT AL-MAKMUR.

c. Apakah nasabah merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas seluruh responden menjawab dengan jawaban “YA” dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa semua nasabah merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi dengan karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR dan itu merupakan nilai tambah untuk pihak KJKS BMT AL-MAKMUR sendiri.

Berikut adalah data rekapitulasi jawaban responden untuk dimensi *assurance*::

Tabel 4.7
Rekapitulasi Jawaban Responden
untuk Dimensi Assurance

Responden	Pertanyaan Kuesioner			Jawaban	Jawaban
	Soal 10	Soal 11	Soal 12	Ya	Tidak
1	Y	Y	Y	3	-
2	Y	Y	Y	3	-
3	Y	Y	Y	3	-
4	Y	Y	Y	3	-
5	Y	Y	Y	3	-
6	Y	Y	Y	3	-
7	Y	Y	Y	3	-
8	Y	Y	Y	3	-
9	Y	Y	Y	3	-
10	Y	Y	Y	3	-
11	Y	Y	Y	3	-
12	Y	Y	Y	3	-
13	Y	Y	Y	3	-
14	Y	Y	Y	3	-
15	Y	Y	Y	3	-
16	Y	Y	Y	3	-
17	Y	Y	Y	3	-
18	Y	Y	Y	3	-
19	Y	Y	Y	3	-
20	Y	Y	Y	3	-
21	Y	Y	Y	3	-
22	Y	Y	Y	3	-
23	Y	Y	Y	3	-
24	Y	Y	Y	3	-

25	Y	Y	Y	3	-
26	Y	Y	Y	3	-
27	Y	Y	Y	3	-
28	Y	Y	Y	3	-
29	Y	Y	Y	3	-
30	Y	Y	Y	3	-
31	Y	Y	Y	3	-
32	Y	Y	Y	3	-
33	Y	Y	Y	3	-
JUMLAH				99	-

$$\text{Persentase Kepuasan} = \frac{99}{421} \times 85\% = 19,98\%$$

Berdasarkan hasil persentase kepuasan untuk dimensi *assurance* diperoleh persentase sebesar 19,98%. Hal ini bisa disimpulkan bahwa dimensi pelayanan *assurance* ini dinilai sudah bisa melayani nasabah dalam hal kepastian (*assurance*), karena dari 99 jumlah jawaban yang ada semua responden menjawab dengan jawaban “YA”. Berdasarkan item pertanyaan yang penulis buat untuk dimensi *assurance* ini yaitu: karyawan memiliki pengetahuan, karyawan teliti dalam pencatatan transaksi dan nasabah merasa aman saat melakukan transaksi. Dari 33 orang responden, semua responden menjawab dengan jawaban “YA”, hal ini membuktikan bahwa pelayanan yang diberikan sudah bisa memenuhi keinginan nasabah.

5. *Emphaty* (Empati)

Emphaty meliputi kemudahan berkomunikasi, hubungan yang baik dan memahami kebutuhan pengguna layanan. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis peroleh didapat informasi bahwa responden yang menjawab pertanyaan dengan jawaban “YA” sebesar 90 orang dan lebihnya sebanyak 9 orang menjawab pertanyaan dengan jawaban “TIDAK”. Untuk dimensi *emphaty* ini penulis membuat instrumen penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR memiliki kesungguhan dalam melayani nasabah?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas nasabah yang menjawab dengan jawaban “YA” sebesar 30 orang dan nasabah yang menjawab dengan jawaban “TIDAK” sebesar 3 orang dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR memiliki kesungguhan dalam melayani nasabah, walaupun ada 3 orang responden menjawab dengan jawaban “TIDAK”, namun untuk kedepannya pihak KJKS BMT AL-MAKMUR bisa meningkatkan lagi kesungguhan dalam melayani nasabah.

- b. Apakah karyawan KJKS BMT Al-Makmur selalu memberikan perhatian atas kebutuhan dan keinginan tanpa membeda-bedakan nasabah.

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas seluruh responden menjawab dengan jawaban “YA” dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR memiliki sikap yang baik dan punya empati yang bagus karena bisa memberikan perhatian untuk kebutuhan dan keinginan dari nasabah.

- c. Apakah karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR selalu tersenyum saat melayani nasabah?

Berdasarkan pertanyaan dari instrumen penelitian di atas nasabah yang menjawab dengan jawaban “YA” sebesar 27 orang dan nasabah yang menjawab dengan jawaban “TIDAK” sebesar 6 orang dari sampel pada penelitian ini sebanyak 33 orang. Hal ini membuktikan bahwa karyawan KJKS BMT AL-MAKMUR sudah melakukan pelayanan dengan baik yaitu dengan cara tersenyum kepada nasabah, walaupun ada 6 responden yang menjawab pertanyaan dengan jawaban”TIDAK”, namun untuk hal ini pihak

KJKS BMT AL-MAKMUR bisa meningkatkan pelayanan dengan cara selalu tersenyum kepada nasabah.

Berikut adalah data rekapitulasi jawaban responden untuk dimensi *emphaty*:

Tabel 4.8
Rekapitulasi Jawaban Responden
untuk Dimensi *Emphaty*

Responden	Pertanyaan Kuesioner			Jawaban	Jawaban
	Soal 13	Soal 14	Soal 15	Ya	Tidak
1	Y	Y	Y	3	-
2	Y	Y	Y	3	-
3	Y	Y	Y	3	-
4	Y	Y	Y	3	-
5	Y	Y	Y	3	-
6	Y	Y	Y	3	-
7	Y	Y	Y	3	-
8	Y	Y	Y	3	-
9	Y	Y	Y	3	-
10	Y	Y	Y	3	-
11	Y	Y	Y	3	-
12	Y	Y	Y	3	-
13	Y	Y	Y	3	-
14	Y	Y	Y	3	-
15	Y	Y	Y	3	-
16	Y	Y	Y	3	-
17	Y	Y	Y	3	-
18	T	Y	Y	2	1
19	Y	Y	Y	3	-
20	Y	Y	Y	3	-
21	Y	Y	Y	3	-
22	Y	Y	T	2	1
23	Y	Y	Y	3	-
24	Y	Y	T	2	1
25	Y	Y	Y	3	-
26	T	Y	T	1	2
27	Y	Y	Y	3	-
28	Y	Y	T	2	1
29	Y	Y	Y	3	-
30	Y	Y	T	2	1
31	Y	Y	Y	3	-

32	T	Y	T	1	2
33	Y	Y	Y	3	-
JUMLAH				90	9

$$\text{Persentase Kepuasan} = \frac{90}{421} \times 85\% = 18,17\%$$

Berdasarkan hasil persentase kepuasan untuk dimensi *emphaty* diperoleh persentase sebesar 18,17%. Hal ini bisa disimpulkan bahwa dimensi pelayanan *emphaty* ini dinilai sudah bisa dirasakan oleh nasabah, karena dari 99 jumlah jawaban yang ada terdapat 90 jawaban yang dijawab dengan jawaban “YA” oleh responden, sedangkan untuk jawaban yang dijawab dengan jawaban “TIDAK” terdapat 9 jawaban. Berdasarkan item pertanyaan yang penulis buat untuk dimensi *emphaty* ini yaitu: kesungguhan dalam melayani nasabah, tidak membedakan nasabah dan selalu tersenyum saat melayani nasabah. Berdasarkan tiga item pertanyaan tersebut, ada beberapa responden menjawab pertanyaan bahwa kesungguhan dalam melayani nasabah dan selalu tersenyum saat melayani nasabah menjawab dengan jawaban “TIDAK”. Hal ini membuktikan bahwa pelayanan *emphaty* yang diberikan sudah bisa dirasakan oleh nasabah dan perlu ditingkatkan lagi.

Berdasarkan analisa penulis di atas, dapat penulis simpulkan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh pihak KJKS BMT Al-Makmur Supanjang sudah dilakukan dengan baik dan sudah terbukti memuaskan nasabah. Karena berdasarkan analisis data yang penulis lakukan di dapat persentase sebesar 85%, hal ini sudah membuktikan nasabah merasa puas. Sedangkan untuk dimensi pelayanan yang ada yaitu *tangible*, *responsivness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty*, dimensi *assurance* yang paling dominan nasabah menjawab dengan jawaban “Ya” dan untuk dimensi *tangible* nasabah banyak yang menjawab dengan jawaban “Tidak”. Untuk persentase jawaban masing-masing dimensi, dimensi *assurance* memiliki persentase yang tinggi

dibandingkan dimensi lainnya yaitu sebesar 19,98% dan untuk dimensi *tangible* sebesar 10,09%, sedangkan untuk dimensi *responsivness* sebesar 19,58%, dimensi *reliability* sebesar 16,75% dan dimensi *emphaty* sebesar 18,17%.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT AL-MAKMUR Supanjang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang penulis lakukan, diperoleh jawaban “YA” sebanyak 421 dan jawaban “TIDAK” sebanyak 74, dengan demikian diperoleh persentase tingkat kepuasan nasabah melalui pelayanan pembiayaan *murabahah* pada KJKS BMT AL-MAKMUR Supanjang sebesar 85% yang artinya nasabah puas.
2. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang penulis lakukan, diperoleh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible* (bukti fisik), *responsivness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati) bahwa dimensi *assurance* (jaminan) mempunyai kontribusi yang dominan dibandingkan dimensi lain dengan persentase 19,98% dari persentase tingkat kepuasan yaitu 85%. Untuk dimensi *tangible* (bukti fisik) di dapat persentase sebesar 10,09%, dimensi *responsivness* (daya tanggap) dengan persentase 19,58%, dimensi *reability* (kehandalan) dengan persentase 16,75% dan dimensi *emphaty* (empati) dengan persentase 18,17%.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang penulis paparkan diatas maka penulis memberikan saran kepada pihak KJKS BMT Al-Makmur Supanjang yaitu sebagai berikut:

1. Penulis menyarankan agar KJKS BMT Al-Makmur Supanjang lebih meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada nasabah, agar nantinya nasabah lebih merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
2. Penulis menyarankan kepada pihak KJKS BMT Al-Makmur untuk berkoordinasi dengan semua pihak untuk perbaikan fasilitas bangunan

yang dimiliki seperti bangunan dan lahan parkir demi menunjang kegiatan operasional serta akan menambah kepuasan nasabah.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Afrida, Y. (2016). Analisis Pembiayaan Murabahah di Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 1, nomor 2* , 1.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insan Press.
- Arifin, Z. (2002). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Alvabet.
- Arsyad, S. d. (2003). *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP YKPN.
- Budisantoso, T. (2006). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bugin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Haroen, N. (2002). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gramedia Pratama.
- Hulwati. (2000). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Ciputat Press
- Irawan, Hendy. (2004). *Kepuasan Pelayanan dan Jasa*. Jakarta: Erlangga
- Iska, S. (2012). *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia Dalam Perspektif Fiqih Ekonomi*. Yogyakarta: Fajar Media Press.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Karim, A. A. (2009). *Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Karim, A. A. (2010). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan (Edisi Keempat)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2004). *Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. (2011). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pearson Education Asia Ptc, Ltd dan PT. Prenhallindo

- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martono, Nanang. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Muhammad. (2000). *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press
- Muhammad. (2002). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Muhammad. (2004). *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press
- Muhammad (2005). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia
- Muhammad. (2007). *Lembaga Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhammad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhammad, R. (2008). *Akuntansi Keuangan Syariah dan Implementasi PSAK Syariah*. Yogyakarta: P3EI Press.
- MUI, D. S. (2014). *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*. Jakarta: Erlangga.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Qoshim, R. (2008). *Pengalaman Fiqh*. Yogyakarta: PT. Serangkai Pustaka Mandiri.
- Rahman, A. (2003). *Doktrin Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf.
- Ridwan, A. H. (2004). *BMT dan Bank Islam*. Bandung: Pustaka Bani Quaisy.
- Riva'i, V. (2007). *Bank and Financial Institution Management: Conventional and Sharia System*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rivai, V. (2010). *Islamic Banking*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rohman, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Pembiayaan Murabahah Terhadap Kepuasan Nasabah. *Istishodia*, 3. *Jurnal*

- Sobirin, M. (2000). *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Soemitra, A. (2010). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sudarsono, H. (2003). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Deskripsi dan Ilustrasi)*. Yogyakarta: Ekonosia Fakultas Ekonomi UII.
- Sudjana, N. (2001). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: ALFABETA.
- Sumarni, M. (2002). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberti.
- Sutedi, A. (2006). *Implikasi Hak Tanggungan Terhadap Pemberian Kredit oleh Bank dan Penyelesaian Kredit Bermasalah*. Jakarta: BP. Cipta Jaya.
- Sutinah, B. S. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahjono, S. I. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wassilah, s. n. (2008). *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba 4.
- Wiroso. (2005). *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press
- Yamit, Zulian. (2002). *Manajemen Kualitas Jasa dan Produk*. Yogyakarta: Ekonisia
- Yunaldi, W. (2003). *Potret Perbankan Syariah di Indonesia Melacak Keabsahan Landasan Yuridis Praktek Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Susi Advertising.