

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia memiliki prospek sangat bagus dan menggembirakan. Akan tetapi upaya untuk mengembangkan ekonomi syariah masih menemui berbagai kendala dan tantangan. Masyarakat harus berupaya serius mengembangkan ekonomi syariah di seluruh lapisan, termasuk kalangan anak-anak dan remaja. Yang harus dicanangkan adalah kemauan keras untuk mewujudkan ekonomi syariah dalam kehidupan sehari-hari.

Prospek ekonomi syariah makin menjanjikan, seiring dengan eksistensi Dewan Syariah Nasional (DSN) yang makin bergigi. Lembaga pendidikan ekonomi syariah juga makin banyak diharapkan akan kian banyak tumbuh entrepreneur baru. Efek globalisasi juga menunjukkan keunggulan ekonomi Islam makin dikenal secara internasional. Terbukti makin banyak lembaga keuangan internasional, baik bank maupun pasar modal, yang membuka unit syariah. Bahkan Inggris baru-baru ini meresmikan bank Islam, Singapura pun sangat berambisi untuk mengembangkan ekonomi syariah.¹

Dalam sejarah perkembangannya, di Indonesia sudah bisa mengembangkan berbagai macam lembaga keuangan syariah yaitu bank

¹ Nining Latianingsih & SEL Ninggarwati, “kontrak standar pada lembaga keuangan syariah bmt dalam perspektif perlindungan konsumen,” *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, ISSN: 2085-1375, edisi ke-IV, November 2010, hlm 2

syariah, LKMS², gadai syariah, asuransi syariah dan koperasi syariah. Dalam rumpun LKMS yang non bank telah berkembang tiga model: BMT yang menyatukan *bait al-māl* dan *bait al-tamwīl*, BMT (*bait al-tamwīl*) yang menyempurnakan *sponsored financial institution*, dan *syirkah*. Ketiga model ini ada telah berkembang dan kebanyakan sudah mengambil bentuk badan hukum koperasi dan hanya sebagian kecil yang tidak terdaftar dalam format perijinan dan pendaftaran institusi keuangan di Indonesia.

Kehadiran lembaga keuangan syariah dalam berbagai ragamnya, yang marak dalam beberapa tahun terakhir ini menggambarkan satu realitas yang hadir untuk melakukan dekonstruksi ekonomi baik dari tataran teoritik maupun praktis. Salah satu lembaga keuangan syariah yang berkembang pesat adalah lembaga keuangan mikro syariah. Lembaga ini hadir untuk menjembatani kebutuhan masyarakat akar rumput yang tidak tersentuh oleh lembaga keuangan bank.³

Bersamaan dengan banyaknya lembaga keuangan syariah yang hadir di tengah – tengah masyarakat, maka munculah lembaga keuangan mikro syariah khususnya koperasi syariah sebagai penggairah bagi masyarakat menengah ke bawah/kecil, yang akan menjadi kompetitor baru yang bisa menjadi pesaing bagi sejumlah pembiayaan mikro dan para pelepas uang yang makin marak di

² LKMS adalah singkatan dari Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Yaitu, lembaga yang memediasikan diri sebagai lembaga bisnis untuk para pelaku ekonomi mikro, dan melakukan nilai nilai agama dan nilai nilai kemanusiaan. LKMS juga menjadi lembaga ekonomi yang berupaya menjembatani kesenjangan akses ekonomi dari lembaga keuangan formal (bank). Lihat Muhammad, *lembaga keuangan mikro syariah*, cet ke – 1. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009)

³ Muhammad, *lembaga keuangan mikro syariah*, cet. ke-1 (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 78.

Indonesia. Kehadiran koperasi syariah ini memiliki system yang lebih baik, mutlak diperlukan untuk membebaskan para pelaku ekonomi mikro dari jeratan praktik riba, dan koperasi syariah juga memiliki signifikansi tersendiri bagi upaya terwujudnya system ekonomi mikro atau ekonomi kerakyatan yang berkeadilan.

Lembaga keuangan syariah di Indonesia khususnya koperasi syariah tumbuh begitu pesat seiring dengan keanekaragaman produk yang menyesuaikan dengan produk bank syariah pada umumnya. Dalam hal strategi pengembangan bank syariah atau koperasi syariah dan produk-produknya, Indonesia memilih pendekatan bertahap dan berkesinambungan (*gradual and sustainable*) yang sesuai dengan syariah dan tidak mengadopsi akad-akad kontroversial. Maka pendekatan yang bertahap dan berkesinambungan memungkinkan perkembangan sesuai dengan keadaan dan kesiapan pelaku tanpa dipaksakan, serta membentuk sistem yang kukuh dan tidak rapuh. Pendekatan yang berhati-hati dan sesuai dengan prinsip syariah menjamin produk yang ditawarkan terjaga kemurnian syariahnya, dan dapat diterima oleh masyarakat luas.

Perkembangan koperasi syariah Indonesia akan mengacu terhadap banyaknya minat nasabah dengan berinovasi pertumbuhan produk yang ditawarkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Segala sesuatu yang

termasuk di dalamnya adalah barang berwujud, jasa, dan kombinasi jenis-jenis produk koperasi syariah.⁴

Produk dan jasa koperasi syariah akan sangat bernilai terhadap kebutuhan masyarakat yang memang tidak dapat menerima konsep bunga. Maka, system lembaga keuangan syariah memiliki beberapa keunggulan komparatif berupa penghapusan pembebanan bunga yang berkesinambungan, membatasi kegiatan spekulasi yang tidak produktif, dan pembiayaan yang ditujukan pada usaha – usaha yang memperhatikan unsur moral (halal). Maka dengan diterapkannya system lembaga keuangan syariah pada koperasi syariah, mobilisasi dana masyarakat dapat dilakukan secara lebih luas, terutama dari segmen masyarakat yang selama ini belum dapat tersentuh oleh system lembaga keuangan konvensional.⁵

Antusias dan minat masyarakat terhadap produk jasa keuangan syariah, menyebabkan pengembangan setrategi pemasaran kalangan produsen di koperasi syariah perlu menyusun beberapa skema klasifikasi produk yang didasarkan pada karakter produk yang beragam dan berinovasi. Dengan begitu ragam dan inovasi produk tersebut akan menjadi preferensi bagi nasabah untuk menentukan produk yang diminati sesuai kebutuhan dan keinginannya masing – masing, dan itu pula yang akan menjadi pendorong meningkatnya jumlah minat nasabah.

⁴ Arif Hidayat, *Setrategi pengembangan produk BMT* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011), hlm. 26.

⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah (dari teori ke praktik)*, cet. ke-1 (Jakarta: gema insani press, 2001), hlm. 226,227.

Nasabah atau pelanggan memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan, dan setelah menikmati jasa tersebut cenderung akan membandingkan dengan yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka nikmati berada jauh dibawah jasa yang mereka harapkan, maka pelanggan akan meninggalkan pemberi jasa tersebut. Sebaliknya, bila jasa yang mereka nikmati itu memenuhi tingkat kepentingannya bahkan melebihi, maka mereka akan cenderung untuk memakai kembali produk dan jasa tersebut. Selain itu, pelanggan juga membutuhkan komitmen dan kesungguhan petugas dalam melayani pelanggan.⁶

Di samping itu kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dari tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dengan meningkatkan mutu pelayanan bagi lembaga keuangan merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah. Sehingga kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.

Dalam hal menghadapi nasabah sebagai pelanggan tidaklah cukup hanya dengan senyuman dan sikap yang ramah, tetapi perlu lebih dari itu. Yaitu, suatu system yang terdiri dari metode dan komponen pelayanan untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah secara tepat. Dalam hal berbagai metode

⁶ Rizqa Ramadhaning Tyas, *Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bmt Sumber Mulia Tuntang* (Salatiga: STAIN salatiga, 2012), hlm. 2.

dan komponen dalam konsep manajemen jasa pelayanan yang ditujukan pada pelanggan atau nasabah, maka pelayan manajemen untuk merumuskan suatu strategi pelayanan melalui: (1) Strategi perumusan suatu tingkat keunggulan yang dijanjikan kepada pelanggan. (2) Strategi yang telah dirumuskan dikomunikasikan kualitasnya kepada pelanggan agar pelanggan tidak salah menafsirkan, dan mengetahui tingkat kepentingan yang akan diperolehnya. (3) Pelayan menetapkan suatu standar kualitas secara jelas agar pelanggan mengetahui dengan jelas tingkat kualitas yang harus dicapai. (4) Menetapkan pelayanan yang efektif.⁷

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan. Dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah merupakan hal yang penting. Dengan adanya lembaga keuangan syariah yang telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani olehnya untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat.

Untuk itu, berbagai faktor yang mempengaruhi terhadap minat nasabah di lembaga keuangan didasarkan kepada karakteristik lembaga keuangan itu sendiri. Pemberian bobot pada kepentingan pada ciri-ciri yang relevan di mana

⁷<http://karyatulisilmiah.com/pengertian-umum-pelayanan-dan-strategi-kualitas-jasa-pelayanan>.
Akses pada tanggal 14 juli, 2014

banyak calon nasabah lebih mementingkan pada tingkat kesehatan suatu lembaga keuangan, kepercayaan akan merk lembaga keuangan, fungsi utilitas,⁸ dan juga faktor minat nasabah dipengaruhi dari prosedur evaluasi suatu lembaga keuangan itu sendiri.

Demikian pula penentu yang menjadi faktor minat nasabah bisa dipandang dari kualitas jasa yang dapat dijadikan pijakan dalam memilih penyedia jasa. Kualitas jasa dapat dijadikan pedoman dan pandangan oleh calon nasabah dalam kemampuan untuk melaksanakan pemberian jasa dalam semua kebutuhan konsumen atau nasabah.⁹ Koperasi Syariah Nuri Pamekasan adalah koperasi yang berdiri pada tahun 2009, dan mulai beroperasi pada tahun 2010, namun demikian dalam rentang waktu sampai tahun 2015 telah tercatat sekitar 5.274 nasabah. Jumlah ini tentunya bukan jumlah yang sedikit untuk sebuah koperasi yang keberadaannya masih baru. Oleh karenanya, penelitian ini akan mengkaji apakah minat nasabah ini dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan dan keragaman produk yang ada di Koperasi Syariah Nuri Pamekasan itu, atau disebabkan oleh faktor yang lain.¹⁰

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan pelayanan dan keragaman produk di Koperasi Syariah Nuri Pamekasan?

⁸ Utilitas: Kegunaan atau Kemanfaatan, dalam ekonomi utilitas merupakan jumlah dari kesenangan atau kepuasan relatif yang dicapai. Lihat M. Dahlan Yacub Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*. (Yogyakarta: Arkola Surabaya, 1994), hlm. 771.

⁹ Ghazali Maski, "Analisis Keputusan Nasabah Menabung," *Journal of Indonesian Applied Economics* Vol. 4 No. 1 Mei 2010, 43-57, hlm. 46.

¹⁰ Sumber: Dokumen Tertulis Dan Wawancara Dengan Pihak Koperasi Syariah Nuri Pamekasan

2. Bagaimana pengaruh pelayanan dan keragaman produk terhadap minat nasabah di Koperasi Syariah Nuri Pamekasan?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Selain sebagai syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 (S1) program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ilmu Keislaman UTM, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan pelayanan dan keragaman produk di Koperasi Syariah Nuri Pamekasan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan keragaman Produk terhadap minat nasabah di Koperasi Syariah Nuri Pamekasan.

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi baik bagi praktisi maupun akademisi.

1. Bagi Praktisi: Maka diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan serta informasi tentang masalah yang perlu diadakan perbaikan dan pembenahan serta kualitas produk, khususnya bagi Koperasi Syariah Nuri Pamekasan dalam memberikan pelayanan.
2. Bagi Akademisi: Maka diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi serta wacana tentang bagaimana Koperasi Syariah Nuri mempunyai strategi yang bermutu dan berkualitas dalam membangun minat nasabahnya.

D. Sistematika Pembahasan

Urutan pembahasan dari skripsi penulis yang berjudul “Pengaruh pelayanan dan keragaman produk terhadap pertumbuhan nasabah di Koperasi Syariah Nuri Pamekasan” adalah tersusun sebagai berikut:

Bab I : Berisi tentang pendahuluan yang meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan skripsi.

Bab II : Berisi tentang landasan teori yang menerangkan tentang pelayanan, produk, Koperasi Syariah, juga berisi tentang kajian pustaka

Bab III: Berisi tentang metodologi penelitian yang meliputi: Jenis penelitian, pendekatan penelitian, tempat penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel variabel-variabel, paradigma penelitian, metode analisis data.

Bab IV: Hasil penelitian. Berisi tentang: deskripsi obyek penelitian, karakteristik obyek penelitian, analisis data penelitian

Bab V : Berisi tentang penutup yang terdiri dari kesimpulan dan Saran-saran.