

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat ditandai dengan pertumbuhan industri perbankan yang ada dalam negara tersebut. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara itu sendiri.

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia dari tahun ke tahun terus menunjukkan perkembangan yang sangat menggembirakan. Ini di tandai dengan semakin dikenalnya bank syariah secara nasional maupun dilihat dari kinerja bank syariah nasional yang selalu mendapatkan laba. Salah satu wujud dari pesatnya perkembangan ekonomi syariah adalah berkembangnya perbankan yang berlandaskan syari'ah adapun upaya mendorong pengembangan bank syariah dilaksanakan dengan memperhatikan bahwa sebagian masyarakat Muslim Indonesia pada saat ini sangat menantikan suatu sistem perbankan syariah yang sehat dan terpercaya untuk mengakomodasi kebutuhan mereka terhadap pelayanan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah terlebih lagi dengan diberlakukannya undang- undang No.10 Tahun 1998 dan uu No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah.¹

Pada masa kini, peranan bank sangat di perlukan, bank dapat dipahami sebagai lembaga keuangan yang memberikan kontribusi dalam perkembangan dan pertumbuhan suatu bangsa, tak terkecuali Indonesia. Perkembangan ekonomi

¹Muhammad Syafi'iAntonio, Bank Syariah dari Teori ke Prakti, (Jakarta:Gema Insani, 2001), hlm. 223.

Indonesia menuntut adanya lembaga perbankan. Salah satu usaha jasa yang menawarkan berbagai kebutuhan masyarakat adalah jasa pelayanan keuangan maka usaha jasa perbankan selain mengedepankan profesionalisme dalam pelayanan kepada masyarakat sebagai nasabah juga harus mengedepankan kepercayaan kepada masyarakat sebagai nasabahnya.

Masyarakat sebagai konsumen atau pasar yang dituju oleh industri perbankan memiliki berbagai pertimbangan dalam memilih usaha jasa perbankan yang akan digunakannya, hal tersebut dapat dilihat dari faktor tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh masyarakat dalam hal penyimpanan uang pada bank tersebut, juga mengenai kemudahan dalam memperoleh pinjaman.²

Pemasaran dan pelayanan merupakan satu kesatuan mutlak yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan dunia perbankan. Peranan pemasaran dalam dunia perbankan adalah sebagai upaya perluasan misi perusahaan, dalam hal ini perluasan yang dimaksud adalah perluasan terhadap produk yang diinginkan nasabah, agar produk dan jasa tersebut dapat dikenal masyarakat luas. Dengan semakin ketatnya persaingan antar bank, saat ini telah memacu untuk meningkatkan mutu pelayanan dan kualitas tenaga kerja serta melancarkan strategi guna menjaring calon nasabah.³

Saat ini, perbankan syariah telah memasuki persaingan yang berskala global. Hal ini merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani

²Ariyanti Sunaryo, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Btn Syariah Cabang Bandung*" Skripsi, (Bandung : Universitas Islam Bandung, 2011), hlm 19.

³Badi'u Rajab, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank DKI Jakarta*", Skripsi, (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2008) hlm 8.

oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Banyaknya bank syariah yang didirikan pada akhirnya menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan produk bank syariah yang ditawarkan. Dalam kondisi seperti itu, bank syariah dituntut untuk dapat memberikan yang terbaik kepada nasabah tetap bertahan dengan bank-bank lain yang ada di Indonesia.

Tingkat persaingan bank syariah tidak hanya sesama bank syariah, melainkan juga bank konvensional. Oleh karena itu, salah satu *diferensiasi* yang sangat penting dan harus dimiliki oleh bank syariah adalah unggul dalam layanan. Bagi nasabah, pelayanan yang bermutu itulah yang sangat penting dan diperlukan.

Menurut Thio, dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai merupakan sintesa dari sejumlah hal yang diantaranya adalah kualitas dan pelayanan pelanggan, maka keputusan atau ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang menarik untuk dibicarakan dan dibahas pada setiap kesempatan yang ada.⁴

Menurut Royne dan Tatik Suryani “Kualitas pelayanan menjadi komponen utama karena produk-produk utama bank yaitu kredit merupakan satu penawaran yang tidak berbeda dan pelayanan bank juga mudah ditiru.”Oleh karena itu, persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank memberikan pelayanan terbaik dan bermutu dibandingkan pesaingnya.

⁴Christiana Okky Augusta Lovenia, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang” Skripsi, (Semarang : Universitas Diponegoro 2012), hlm 1

Pelayanan nasabah bagi dunia perbankan lahir di Amerika Serikat. Konsep ini masuk ke dunia perbankan berkat kepopuleran bank 16 asing di Indonesia karena pelatihan kelompok oleh bank nya maupun secara perorangan dan atasannya di tempat kerja. Penyebarannya semakin dipercepat dengan meningkatnya persaingan antar bank di Indonesia, yang dipicu oleh kebijakan-kebijakan diregulasi sejak awal 1980-an. Disamping itu semakin banyak mantan manajer bank asing yang menyebar ke berbagai bank umum.⁵

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja pelayanan suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama. Dalam hal ini PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batu Licin berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan nasabah baru. Tingkat kepuasan nasabah merupakan salah satu modal bagi suatu bank untuk dapat memenangkan persaingan. Suatu bank dapat memuaskan nasabahnya jika bank mengetahui dan memahami atribut apa sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan nasabah. Untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh nasabahnya, maka suatu pendekatan melalui survey kepuasan nasabah dapat dilakukan.

Perusahaan menginginkan bahwa nasabah yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya, karena konsumen yang loyal merupakan asset terbesar yang harus dijaga perusahaan. Untuk mendapatkan konsumen yang loyal

⁵Bayu Dwi Kresna, "*Pengaruh Customer In Service Delivery Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sulselbar Syariah Cabang Makassar*"Skripsi, (Makasar : Universitas Hasanuddin 2011), hlm 15.

perusahaan harus menerapkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen, berbagai keinginan dan kebutuhan konsumen harus dipenuhi.⁶

PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batulicin merupakan salah satu lembaga keuangan yang dalam menjalankan kegiatan usahanya selalu mengutamakan kepuasan nasabah diantaranya melayani masyarakat yang ingin menabung dan juga memberikan fasilitas pinjaman kepada masyarakat yang ingin membutuhkan. Strategi pelayanan yang diterapkan meliputi tiga komponen, yaitu mencakup *people* (karyawan bank), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik).

PT. Bank Kalsel Syariah memiliki berbagai varian produk yang ditawarkan. Produk-produk tersebut mencakup produk penghimpunan dana (*funding product*), pembiayaan (*financing product*), dan layanan jasa (*service*). Masyarakat yang menjadi nasabah pun tidak terbatas pada satu lapisan masyarakat atau golongan, akan tetapi menyeluruh, termasuk pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Pertama, karena jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Kedua, potensinya yang besar dalam penyerapan tenaga kerja. Setiap unit investasi pada setor UMKM dapat menciptakan lebih banyak tenaga kerja jika dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha besar.

Dina Novita Krisni, "Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung" Skripsi, (Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2014), hlm 19.

Di Indonesia, UMKM adalah tulang punggung ekonomi Indonesia. Jumlah UMKM hingga 2011 mencapai 52 juta. UMKM di Indonesia sangat penting bagi ekonomi karena menyumbang 60 % dari PDB dan menampung 97 % tenaga kerja. Tetapi akses ke lembaga keuangan sangat terbatas baru 25 % atau 13 juta pelaku UMKM yang mendapat akses ke lembaga keuangan.⁷

Perkembangan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sejauh ini sudah menunjukkan geliat yang sangat baik. Wajar bila sektor ini menjadi focus pembiayaan perbankan syariah. Sektor UMKM bahkan mampu menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Sektor ini juga yang menjadi pendorong perekonomian saat krisis melanda. Sama seperti UMKM, perbankan syariah selama ini seolah ditepikan justru menunjukkan geliatnya saat krisis terjadi. Potensi besar dari UMKM tersebut juga menjadi salah satu poin penting bagi bank-bank syariah untuk penyaluran pembiayaannya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pelayanan Pembiayaan untuk UMKM Pada PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batulicin”**. Alasan memilih PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batulicin sebagai obyek penelitian karena dianggap *Representative* sebagai salah satu bank syariah yang sedang berkembang saat ini di Batulicin Tanah Bumbu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi persoalan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

⁷Wikipedia Ensiklopedia Bebas, “Usaha Mikro Kecil Menengah”, dari www.wikipedia.com, diakses tanggal 24 Maret 2016

Bagaimana pelayanan produk pembiayaan untuk UMKM Pada PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batu Licin?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pelayanan produk pembiayaan untuk UMKM Pada PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batu Licin.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini, diharapkan dapat berguna untuk:

1. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis khususnya dan pembacanya yang ingin mengetahui permasalahan ini lebih mendalam.
2. Bahan literatur bagi mereka yang akan mengadakan penelitian terkait pelayanan pembiayaan untuk UMKM..
3. Sumbangan pemikiran dalam rangka memperkaya khazanah pengembangan dan penalaran pengetahuan bagi perpustakaan Fakultas Syariah khususnya dan IAIN Antasari pada umumnya.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman dalam menginterpretasikan judul yang akan diteliti dan kekeliruan dalam memahami tujuan penelitian ini, maka perlu adanya definisi operasional agar lebih terarahnya penelitian ini:

1. Pelayanan adalah Pelayanan berarti spektrum kegiatan yang meningkatkan harapan serta kenikmatan klien atas manfaat “produk”.⁸ Sedangkan yang dimaksud penulis dari “pelayanan” adalah suatu kegiatan yang dilakukan karyawan dalam melayani kebutuhan nasabah.
2. Pembiayaan adalah pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak - pihak yang merupakan defisit unit dan pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank.⁹
3. Bank yang dimaksud disini ialah bank PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Batulicin.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelaahan yang penulis lakukan terhadap buku teks, artikel, surat kabar dan jurnal serta skripsi terdahulu berkaitan dengan Kepuasan nasabah terhadap pelayanan pembiayaan untuk UMKM. Penulis menemukan diantaranya:

1. Rosidah, Analisis SWOT Terhadap Strategi BMT Dalam Peningkatan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Bmt Al - Munawwarah), Skripsi, Konsentrasi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2005. Skripsi ini membahas tentang analisis BMT meningkatkan usaha kecil menengah dengan menggunakan analisis SWOT, hasil penelitian menunjukkan bahwa

⁸Bernand Katz, *Bagaimana Memasarkan Jasa Profesional* (Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1991), hlm. 13

⁹Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta : PT. Gema Insani 2013), cet ke 20, hlm 160S

BMT Al – Munawwarah saat ini merupakan salah satu BMT yang sukses, hal tersebut didukung oleh faktor eksternal dan internal yang baik. Faktor internal yang dimiliki BMT dapat dilihat dari kekuatan dan kelemahannya yaitu kekuatan berupa BMT terorganisir dan mandiri, sistem prosedur dan pembiayaan yang mudah, menerapkan sistem syariah, sehingga BMT Al-Munawwarah mempunyai keunggulan dibandingkan lembaga keuangan lainnya, seperti bank konvensional dan rentenir. Kelemahan yang dirasakan BMT berupa kondisi nasabah yang masih belum faham betul tentang ekonomi syariah, masih terbatas dan belum maksimal tenaga pengolahnya, adanya kelalaian nasabah sehingga menimbulkan pembiayaan bermasalah dan alokasi B3.

2. Nafisah, “Potensi Dan Strategi BMT Dalam Pengembangan UMKM, Skripsi, Konsentrasi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2007. Skripsi ini membahas tentang BMT sebagai lembaga ekonomi dan keuangan syariah yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan umat islam dari jurang kemiskinan. Juga untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan jalan pemerataan pendapatan melalui jalur investasi serta penciptaan peluang dengan memberikan pembiayaan kepada usaha-usaha yang produktif berdasarkan prinsip kemitraan dan terciptanya kemandirian berusaha, mencari strategi yang dikembangkan BMT tersebut dalam pengembangan UMKM. Perbedaan dari penulis adalah skripsi ini

tidak membahas strategi penyaluran pembiayaan usaha mikro, alur proses yang diberikan oleh pihak bank dalam pemberian pembiayaan, faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam pemberian pembiayaan sesuai ketentuan yang sudah ditetapkan oleh pihak bank tersebut. Skripsi ini hanya membahas meningkatkan kesejahteraan umat islam dari jurang kemiskinan. Juga untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan jalan pemerataan pendapatan melalui jalur investasi serta penciptaan peluang dengan memberikan pembiayaan kepada usaha-usaha yang produktif berdasarkan prinsip kemitraan dan terciptanya kemandirian berusaha, mencari strategi yang dikembangkan BMT tersebut dalam pengembangan UMKM.

H. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi yang dilakukan ini terdiri dari 5 (lima) bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

- Bab I : Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, batasan istilah dan sistematika penulisan.
- Bab II : Landasan teori, pada bab ini akan di bahas masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

- Bab III : Metode penelitian, yang terdiri dari; jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data
- Bab IV Penyajian data dan analisis yaitu berisi tentang hasil dan analisis..
- Bab V Dalam bab ini penulis memberikan simpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu.