

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai kesesuaian prinsip syariah, kualitas pelayanan dan kepuasan mitra memang sudah banyak terutama dalam perusahaan-perusahaan besar demi meningkatkan kualitas perusahaan itu sendiri. Penelitian mengenai kualitas pelayanan terus dikaji ulang supaya dapat menjadi informasi terbaru bagi perusahaan maupun lembaga keuangan. Penelitian ini dilakukan dengan rujukan dari penelitian-penelitian terdahulu sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Harun Santosa dan Suprihati (2015) dengan judul “Analisis Kepuasan Anggota KJKS BMT Tumang menggunakan alat analisis deskriptif”. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Volume 1, Nomor 03, November 2015, ISSN: 2477-6157. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa beberapa anggota berhenti menabung di KJKS BMT Tumang karena sudah tidak didatangi oleh beberapa *marketing funding*, perhitungan bagi hasil yang tinggi dan belum sesuai syariah, suasana kantor BMT yang sangat penuh dan lain sebagainya.

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya yaitu terletak pada alat analisis yang berupa regresi linier berganda sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Harun Santosa dan Suprihati menggunakan alat analisis deskriptif untuk memaparkan garis besar jawaban dari setiap pertanyaan dalam kuesioner.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Aris Setyawan (2014) dengan judul “Analisis Kepuasan Mitra Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitul Mal wa Tamwil (BMT) Cabang Utama Kabupaten Tuban. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE) Volume 2, No.3 Tahun 2014 dengan alat analisis regresi linier berganda.” Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa manfaat koperasi simpan pinjam terhadap kepuasan mitra Koperasi Jasa Keuangan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* Bina Umat Sejahtera terbukti berpengaruh secara signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan mitra yaitu variabel memenuhi kebutuhan anggota, memberikan kemudahan anggota untuk memperoleh modal usaha, memberikan keuntungan anggota melalui sisa hasil usaha, mengembangkan usaha anggota koperasi dan meniadakan praktik rentenir.

Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada tujuan penelitian, yakni mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan serta kesesuaian terhadap prinsip syariah terhadap kepuasan mitra funding, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Aris Setyawan lebih menekankan pada gambaran umum tentang manfaat koperasi jasa keuangan syariah serta manfaat terhadap kepuasan mitra maupun anggota koperasi.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Is Herawati (2012) berjudul “Kepuasan Mitra Terhadap Bank dan Dana Pihak Ketiga Unit Usaha Syariah BNI dengan alat analisis *Thurstone*, Analisis GAP, Uji *Chi-square* dan Analisis Kuadran.” Jurnal Organisasi dan Manajemen, Volume 8, Nomor 1, Maret 2012, Halaman 32-49. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara

keseluruhan bank dan produk dana pihak ketiga belum memberikan kepuasan kepada mitra karena masih terdapat harapan dan kenyataan yang berbeda yang diterima oleh mitra.

Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada variabel yang diteliti. Pada penelitian ini kepuasan mitra digunakan sebagai variabel independen sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Is Herawati, kepuasan mitra digunakan sebagai variabel dependen. Serta alat analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda, berbeda dengan alat analisis dalam penelitian Is Herwati yang menggunakan 3 alat analisis yaitu Uji *chi-square*, Analisis GAP dan Analisis Kuadran.

4. Penelitian yang dilakukan Yudi Sutarso, Herizon Chaniago Harry Widyantoro (2010) berjudul “Peranan Penggunaan Prinsip Syariah dan Budaya Dalam Model Kualitas Jasa-Loyalitas Pada Perbankan Syariah dengan metode Structural Equation Model (SEM).”Jurusan Manajemen, STIE Pebarnas Surabaya Volume 1 No.1 Mei 2010. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara umum persepsi mitra terhadap perbankan syariah cukup positif. Tingkat kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas bank syariah. Budaya juga berpengaruh terhadap kepuasan mitra.

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada alat analisis yang digunakan serta variabel penelitian. Peneliti menggunakan regresi linier berganda serta variabel yang dibuat lebih sederhana. Menambahkan kepuasan mitra sebagai variabel independen.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ariyani dan Febrina Rosinta (2010) berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan dengan metode *Structural Equation Model* (SEM).” *Bisnis dan Birokrasi Jurnal Ilmu Administrasi* Mei-Agustus 2010, halaman 114-126 ISSN 0854-3844. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa 5 dimensi dalam kualitas pelayanan (*responsiveness, reliability, assurance, empathy, tangibility*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mitra.

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ariyani terletak pada metode analisis yang menggunakan *Structural Equation Model* (SEM), sedangkan penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Serta pada penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ariyani menggunakan loyalitas pelanggan sebagai variabel intervening.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Muchammad Fauzi (2010) berjudul “Pengaruh Faktor Rasional dan Emosional Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mitra Baitul Mal Wat Tamwil dengan alat analisis Uji Statistik *Compare (Means T-test and structural Equation Model)*.” *Jurnal Economica* Volume 1 Edisi 1, Mei 2010. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Pengaruh ketaatan, produk, dan perform terhadap reputasi, pengaruh ketaatan, produk, dan reputasi terhadap kepuasan, serta pengaruh produk dan kepuasan terhadap loyalitas semua mempunyai probabilitas di bawah 0.10, yang artinya bahwa semua variabel mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mitra.

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu kesesuaian prinsip syariah dan kualitas pelayanan sebagai variabel acuan yang dirasakan lebih mudah untuk mengukur tingkat kepuasan.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Deny Danar Rahayu dan Alvi Furwantie Alwie (2010) berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mitra Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru dengan alat analisis regresi linier berganda.” Jurnal Ekonomi Volume 18 Nomor 1, Maret 2010. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas mitra.

Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan kepuasan sebagai variabel independen serta kualitas pelayanan dan kesesuaian terhadap prinsip syariah sebagai variabel dependen. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Deny Danar Rahayu dan Alvi Furwantie Alwie hanya menggunakan satu variabel dependen yaitu kualitas pelayanan.

B. Kerangka Teori

1. Koperasi

Menurut Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Bentuk koperasi berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 dibagi

menjadi dua, yaitu koperasi primer dan koperasi sekunder. Koperasi primer adalah koperasi yang didirikan dan hanya beranggotakan dan didirikan minimal oleh 20 orang. Koperasi sekunder adalah koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan koperasi¹.

2. Landasan Hukum Koperasi²

Landasan hukum koperasi berpedoman pada Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 ini telah diubah menjadi Undang-Undang nomor 17 tahun 2012 tentang koperasi namun isinya masih tetap sama. Kemudian terdapat peraturan tambahan yaitu Keputusan Menteri nomor 91/KEP/M.UMKM/IX/2004 tentang petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Aturan hukum tersebut kemudian dijabarkan dalam Petunjuk Pelaksanaan (JUKLAK) dan Petunjuk Teknis (JUKNIS) sert Standar Operasional Prosedur (SOP) Standar Operasional Manajemen (SOM) dibawah peraturan pemerintah Peraturan Menteri Nomor 35.2/PER/M.UMKM/X/2007 tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Keuangan Jasa Syariah dan Unit Usaha Jasa Keuangan Syariah.

3. Tujuan Koperasi

Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 Pasal 5 ayat 1, tujuan koperasi dibentuk untuk memajukan kesejahteraan anggotanya

¹ Arifin, Zainal. Penerapan Model Analytical Hierarchy Process Untuk Menentukan Sisa Hasil Usaha Pada Koperasi Pegawai Negeri. *Jurnal Informatika Mulawarman Volume 5 No.2*, Juli 2010

² Dewi Masyitoh, Novita. Analisis Normatif Undang-Undang No.1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baituk Maal Wa Tamwil (BMT). *Jurnal Economica Volume V, Edisi 2*, Oktober 2014.

terutama masyarakat pada perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945³.

4. Prinsip Koperasi

Prinsip koperasi menurut UU No.25 tahun 1992 tentang Perkoperasian Indonesia sebagai berikut⁴ :

- a. Keanggotaannya sukarela dan terbuka.
- b. Pengawasan oleh anggota secara demokratis.
- c. Partisipasi anggota dalam kegiatan ekonomi.
- d. Otonomi dan kemandirian koperasi adalah organisasi yang otonom atau mandiri yang diawasi oleh anggotanya.
- e. Pendidikan, pelatihan dan kemandirian koperasi adalah agar mereka dapat melaksanakan tugas dengan lebih efektif.
- f. Kerjasama antar koperasi.
- g. Kepedulian terhadap masyarakat.

5. *Baitul Mal Wat-Tamwil*

a. Pengertian *Baitul Maal wa Tamwil*

Baitul Maal wa Tamwil terdiri dari 2 istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana. Sedangkan *baitul tamwil* lebih

³ *Ibid*

⁴ Setyawan, Aris. Analisis Kepuasan Mitra Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Cabang Utama Kabupaten Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* Volume 2, No.3 Tahun 2014.

mengarah kepada usaha pengumpulan dana dan penyaluran dana komersial⁵.

Secara kelembagaan, BMT didampingi oleh Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) yang berperan sebagai lembaga primer untuk menetaskan usaha kecil. BMT merupakan representasi dari keadaan masyarakat dimana BMT tersebut didirikan. BMT dapat didirikan dalam beberapa bentuk, seperti : Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM), koperasi serba usaha atau koperasi syariah dan Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS)⁶.

b. Prinsip BMT

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, BMT menjalankan prinsip yang tidak jauh berbeda dengan BPRS, yakni⁷ :

- 1) Prinsip bagi hasil yang meliputi *al-musyarakah, al mudharabah, al-muzara'ah dan al-musaqah*
- 2) Prinsip jual beli merupakan tata cara jual beli dimana pembelian barang atas nama BMT, kemudian bertindak sebagai penjual dengan menjual barang yang telah dibeli ditambah dengan *mark up* yang meliputi *bai' al-murabahah, bai' as-salam, bai' al-istishna dan bai'bitsaman 'ajil*
- 3) Akad bersyariat alah kerjasama dua belah pihak atau lebih dimana masing-masing pihak menyertakan modal yang terdapat kesepakatan

⁵ Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia. 2007, hlm 107.

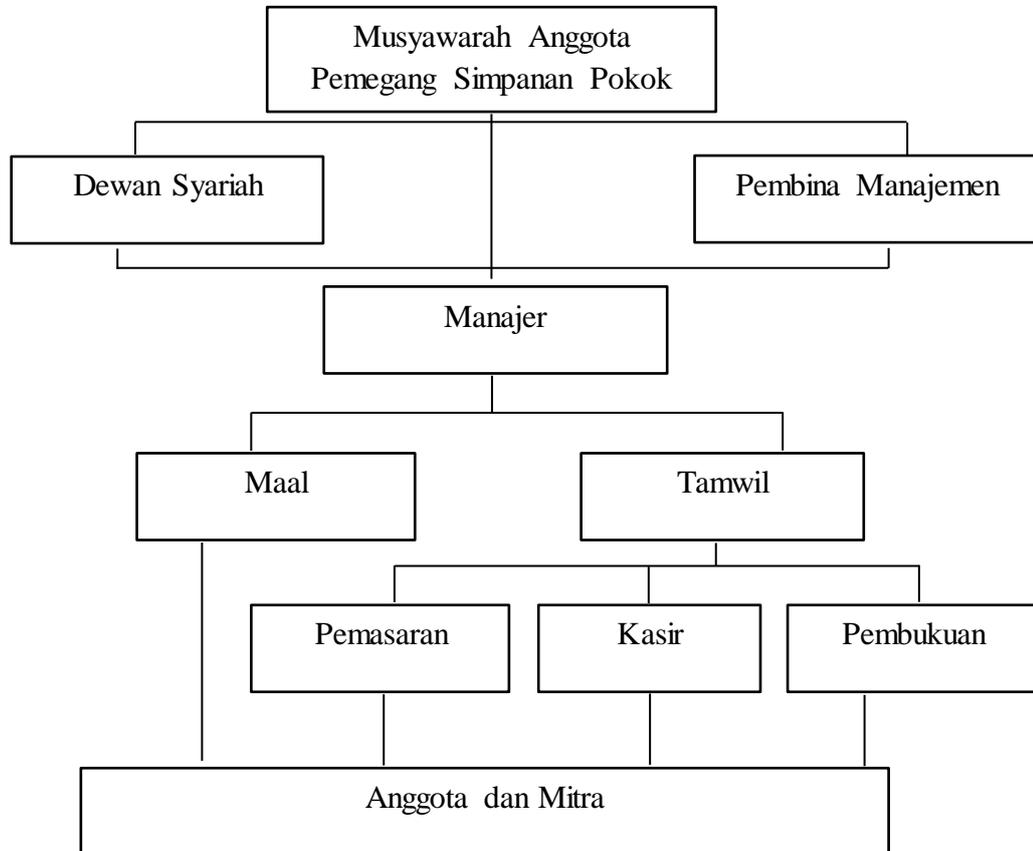
⁶ *Ibid*, hlm 116.

⁷ *Ibid*, hlm 112

pembagian keuntungan dan kerugian yang meliputi *al-musyarakah* dan *al mudharabah*.

- 4) Produk pembiayaan merupakan penyediaan uang dan tagihan berdasarkan persetujuan pinjam meminjam antara BMT dengan pihak yang berkewajiban untuk melunasi pinjamannya beserta bagi hasil yang telah ditentukan berdasarkan waktu tertentu. Produk ini meliputi pembiayaan *al-murabahah*, pembiayaan *al-bai'bitsaman ajil*, pembiayaan *al mudharabah* dan pembiayaan *al musyarakah*.
- 5) Prinsip non-profit atau biasa disebut dengan pinjaman kebajikan yang meliputi *al-qardul hasan*.

c. Struktur Organisasi BMT Standar PINBUK⁸



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi BMT Standar PINBUK

d. Penghimpunan Dana BMT

Dana BMT berasal dari masyarakat, simpanan biasa, simpanan berjangka atau deposito serta lewat kerja antara lembaga atau institusi.

e. Penggunaan Dana BMT

Dana yang telah dihimpun oleh BMT kemudian akan digunakan untuk kas maupun pembiayaan atau bahkan ditabung kepada BPRS maupun Bank Syariah.⁹

⁸ Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia. 2007, hlm 111.

⁹ *Ibid*, hlm 114

6. Persepsi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono¹⁰, kualitas pelayanan adalah proses pemenuhan keinginan pelanggan dengan memberikan rasa percaya di atas kesempurnaan yang diharapkan.

Penelitian ini merupakan penelitian konteks jasa yang berarti menggunakan dimensi kualitas layanan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Dimensi-dimensi tersebut yaitu¹¹ :

- a. *Tangibles*, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal yang berupa fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan personil.
- b. *Reliability*, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun.¹²
- c. *Responsiveness*, yaitu kemampuan karyawan dalam membantu melayani secara tanggap juga dipengaruhi oleh sikap karyawan yang langsung berhubungan dengan pelanggan, seperti menginformasikan kapan jasa akan diberikan.
- d. *Assurance*, yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai dalam menumbuhkan rasa percaya mitra kepada perusahaan. Seperti menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan.

¹⁰ Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyu Media.

¹¹ Saputro, Nur Rakhman. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mitra BMT Arafah Sukoharjo. *Artikel Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Tahun 2014

¹² Rahayu, Deny Danar dan Alwie, Alvi Furwantie. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mitra Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi* Volume 18, Nomor 1 Maret 2010

e. *Empathy*, yaitu kemampuan memahami masalah yang dihadapi oleh mitra serta memberikan perhatian yang tulus dan bersifat personal kepada para mitra.

7. Dana Pihak Ketiga

Dana merupakan uang tunai yang dimiliki atau dikuasai dalam bentuk tunai¹³. Dana pihak ketiga adalah dana yang dihimpun dari masyarakat dalam bentuk saham maupun simpanan yang digunakan oleh bank atau lembaga keuangan non bank untuk melakukan kegiatan operasionalnya¹⁴. Dana pihak ketiga dalam bank syariah terbagi menjadi 3 yaitu tabungan, giro dan deposito. Sedangkan pada BMT dana pihak ketiga hanya terbagi atas dua jenis yaitu tabungan (simpanan lancar) dan deposito (simpanan tidak lancar) yang dijalankan dengan dua akad yaitu *wadi'ah* dan *mudharabah*.

8. *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan)

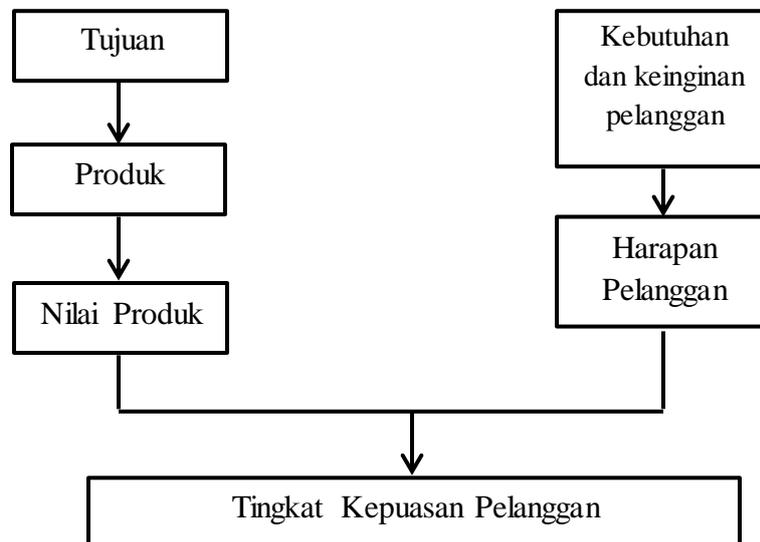
Konsep kepuasan pelanggan adalah harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh konsumen atau pelanggan. Harapan merupakan keyakinan seorang pelanggan terhadap suatu produk yang digunakan sedangkan kinerja merupakan persepsi pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk¹⁵.

¹³ Danupranata, Gita. *Manajemen Perbankan Syariah*. Yogyakarta, 2012, hlm 135

¹⁴ Hatimah, Husnul. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penyaluran Dana Perbankan Syariah di Indonesia Sebelum dan Sesudah Kebijakan Akselerasi Perbankan Syariah Tahun 2007/2008. *Jurnal Optimal Vol 3, No.1, Maret 2009*

¹⁵ Setyawan, Aris dan H.Kirwani. Analisis Kepuasan Mitra Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Maal wa Tamwil Cabang Utama Kabupaten Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE) Volume 2, No.3 Tahun 2014*.

Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut¹⁶ :



Gambar 2. 2 Konsep Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perspektif psikologi, terdapat dua model kepuasan pelanggan yaitu model kognitif dan model afektif.

a. Model kognitif

Pada model kognitif, penilaian kepuasan pelanggan didasarkan pada selisih atau perbedaan antara yang ideal dengan yang aktual. Apabila yang ideal sama dengan yang sebenarnya, maka pelanggan atau konsumen dapat dikatakan sangat puas. Namun, jika yang ideal jauh lebih besar atau lebih kecil daripada yang sebenarnya, dapat dikatakan pelanggan atau mitra tidak puas. Dalam model ini, terdapat dua cara untuk mencapai kepuasan, pertama dengan cara mengubah penawaran perusahaan sehingga sesuai dengan yang ideal. Kedua dengan cara

¹⁶ Tjiptono, Fandy, 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi, hlm 147.

menyakinkan pelanggan bahwa yang ideal tidak sama dengan yang sebenarnya.

b. Model Afektif

Model afektif menyatakan bahwa penilaian seseorang terhadap suatu produk tidak semata berdasar perhitungan rasional, akan tetapi berdasarkan kebutuhan subjektif, aspirasi, dan pengalaman¹⁷.

9. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler, et, al. mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut¹⁸ :

a. Sistem Keluhan dan Saran

Sebuah perusahaan perlu memberikan keleluasaan bagi para pelanggan atau konsumennya untuk menyampaikan kritik, keluhan dan saran¹⁹. Media yang digunakan dalam metode ini biasanya berupa kotak saran yang diletakkan pada tempat-tempat yang strategis untuk dijangkau. Namun metode ini dirasakan kurang efektif karena tidak semua pelanggan berpikir untuk memberikan saran, bisa saja mereka langsung beralih kepada perusahaan lain.

b. *Ghost Shopping*

Merupakan suatu metode dengan cara memperkerjakan seseorang atau beberapa orang untuk menjadi pelanggan potensial dari perusahaan

¹⁷ Rangkuti, Fredd. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2002, hlm 32

¹⁸ *Ibid*

¹⁹ *Ibid*, hlm. 33

dan pesaing untuk membeli dan menggunakan produk. Kemudian mereka akan mengamati dan melaporkan temuan-temuan mengenai keunggulan dan kelemahan dari produk perusahaan serta pesaing.

c. Loyal Customer Analysis

Dalam metode ini, perusahaan akan menghubungi kembali konsumen atau pelanggan yang sudah tidak lagi menggunakan produk mereka kemudian perusahaan akan mencari tahu sebab konsumen mereka pindah kepada perusahaan lain supaya perusahaan dapat membuat kebijakan yang lebih baik dari yang sebelumnya.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Dalam metode ini pengukuran kepuasan pelanggan secara langsung terhadap pelanggan atau konsumen yang dapat dilakukan melalui sambungan telepon, pos, email maupun wawancara. Melalui metode ini, sebuah perusahaan dapat mendapatkan hasil yang lebih maksimal karena pelanggan akan beanggapan bahwa mereka mendapatkan perhatian khusus dari perusahaan.

10. Syari'ah

Kata syariah memiliki makna yang bermacam-macam. Secara bahasa, ada beberapa makna yang smengacu pada makna syariah. Syariah berarti tempat ke sumber air yang digunakan untuk minum, atau sumber air yang dapat diambil tanpa menggunakan tali timba²⁰. Bahwa makna dari kata syari'ah adalah jalan yang jelas membawa kepada

²⁰ Suyatno. *Dasar-dasar Ilmu Fiqh dan Ushul Fiqh*. 2016. Yogyakarta. Ar-Ruzz Media. hlm 14

kemenangan²¹. Syariah senantiasa berubah sesuai dengan kebutuhan dan taraf peradaban umat, yang berbeda-beda sesuai dengan masa rasul masing-masing. Syariah juga bersifat universal dan komprehensif²². Komprehensif berarti syariah islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ibadah maupun sosial. Sedangkan universal bermakna syariah islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai hari ahir nanti.

Dapat dikatakan jika fiqh bukanlah hukum syar'i itu sendiri tapi interpretasi terhadap hukum syar'i. sementara syari'ah dalam penyempitan makna berarti yakni segala ketentuan Allah yang disyari'atkan kepada hamba-hamba-Nya baik menyangkut ibadah, aqidah, ahlaq dan mu'amalah²³

10. Konsep Dasar Fiqh Muamalah

Konsep dasar islam dalam kegiatan muamalah juga sangat kosen terhadap nilai-nilai humanisme. Diantara kaidah dasar fiqh muamalah adalah sebagai berikut:

a. Hukum asal muamalah adalah mubah (diperbolehkan)

Ulama fiqh sepakat bahwa hukum asal muamalah diperbolehkan (mubah) kecuali terdapat nash yang melarangnya. Tidak dikatakan bahwa transaksi dilarang sepanjang tidak ditemukan nash yang secara sharih melarangnya.

²¹ Suyatno. *Dasar-dasar Ilmu Fiqh dan Ushul Fiqh*. Ar-Ruzz Media Yogyakarta, 2016, hlm 16

²² Antonio, M.Syafi, *Bank Syariah: Teori dan Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press. 2002, hlm 4.

²³ Syakir Jamaluddin, *Kuliah Fiqh Ibadah*. LPPI UMY. 2010, hlm.2

b. Konsep fiqh muamalah untuk mewujudkan kemasalahatan

Fiqh muamalah senantiasa mewujudkan kemasalahatan, mereduksi permusuhan dan perselisihan di antara manusia.

c. Menetapkan harga yang kompetitif (keadilan)

Islam tidak begitu suka (makruh) dengan praktik makelar dan lebih mengutamakan transaksi jual beli secara langsung antara produsen dan konsumen, tanpa menggunakan jasa perantara.

d. Memberikan kelenturan dan toleransi

Toleransi merupakan karakteristik dan ajaran islam yang ingin direlisasikan dalam setiap dimensi kehidupan. Hal ini membuka peluang untuk membatalkan jual beli karena terdapat indikasi keyidakbutuhanya terhadap objek transaksi.

11. Kesesuaian Prinsip Syariah

Kesesuaian terhadap prinsip syariah dapat dilihat dari dua aspek penting.

a. Ketaatan beragama

Menurut Maman²⁴, ketaatan beragama adalah memenuhi berbagai kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum terselesaikan serta melaksanakan anjuran agama sekalipun tidak wajib. Menurut Glock dan Stark dimensi keberagamaan ada lima, yaitu keyakinan, peribadatan, penghayatan, pengamalan serta pengetahuan²⁵.

b. Atribut Produk Islami

²⁴ Maman dkk. *Metodologi Penelitian Agama, Teori dan Praktik*. Raja Grafindo Persada Jakarta, 2005, hlm 58-64

²⁵ Fauzi, Muchammad. Pengaruh Faktor Rasional dan Emosional Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mitra Baitul Maal Wa Tamwil. *Jurnal Economica* Volume 1, Edisi 1, Mei 2010.

Prinsip utama dalam lembaga keuangan syariah yaitu bebas bunga. Hal ini tercermin dalam produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Menurut Kotler, produk meliputi objek fisik, pelayanan, orang, tempat organisasi dan gagasan²⁶. Produk juga merupakan titik ukur bagaimana kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Dikarenakan BMT merupakan lembaga keuangan syariah, maka atribut produknya memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- 1) Bebas riba.
- 2) Menggunakan prinsip bagi hasil.
- 3) Menghindari unsur yang tidak pasti (*gharar*).
- 4) Menghindari judi.
- 5) Jujur
- 6) Tidak menipu

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara dalam penelitian²⁷. Dalam penelitian ini dirumuskan beberapa hipotesis, sebagai berikut :

Kesesuaian prinsip syariah yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua aspek yaitu ketaatan beragama dan atribut produk islami. Ketaatan beragama sendiri yaitu melaksanakan kewajiban agama maupun yang bukan merupakan kewajiban sebagai wujud nyata dalam kehidupan sehari-hari.

²⁶ *Ibid*

²⁷ Muhammad. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT.Grafindo Persada,2008, hlm 76

Menurut Muchammad Fauzi²⁸, ketaatan beragama dan produk berpengaruh terhadap kepuasan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Yudi S, Herizon C, dan Harry W²⁹ menyimpulkan bahwa persepsi pelanggan perbankan syariah di Surabaya memberikan penilaian cukup positif terhadap berbagai aspek kualitas jasa dan juga pada tingkat kepuasan dan loyalitas.

H1 : Kesesuaian prinsip syariah berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mitra funding di dua BMT di Yogyakarta.

Kualitas pelayanan yang dibagi dalam lima dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* memiliki pengaruh yang besar dalam pemenuhan kepuasan pelanggan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ariyani dan Febriani Rosinta³⁰, kelima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana 72,9 persen variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan 27,1 persen dipengaruhi oleh variabel diluar variabel kualitas pelayanan. Dalam penelitian Saputro³¹, faktor *reliability*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan mitra namun *responsiveness* dan *tangibles* tidak berpengaruh terhadap kepuasan mitra dikarenakan mitra menilai daya tanggap karyawan BMT serta bukti fisik bangunan dan fasilitas yang ada

²⁸ Fauzi, Muhammad . Pengaruh Faktor Rasional dan Emosional Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mitra Baitul Maal wa Tamwil. *Jurnal Economica* Volume 1, Edisi 1, Mei 2010.

²⁹ Sutarso, Yudi dkk. Peranan Penggunaan Prinsip Syariah Dan Budaya Dalam Model Kualitas Jasa-Loyalitas Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Islami*, Volume 1, Nomor 1, Mei 2010.

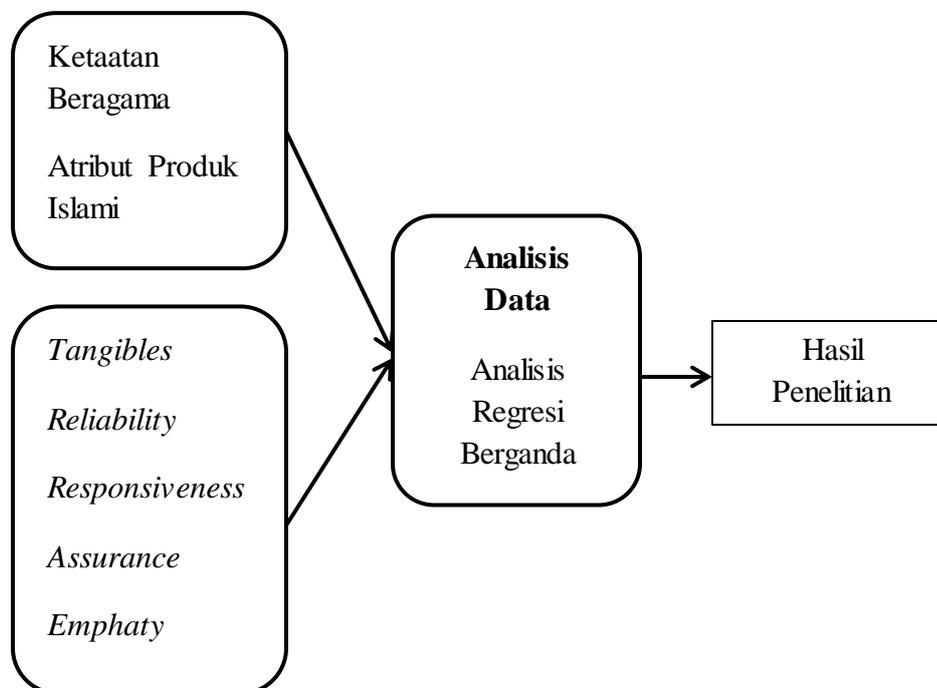
³⁰ Ariyani, Dwi dan Rosinta, Febrina. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Mitra. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei-Agustus 2010 hlm 114-126, Volume 17 Nomor 2

³¹ Saputro, Nur Rakhman. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mitra BMT Arafah Sukoharjo. *Artikel Publikasi Ilmiah* Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tahun 2014

secara umum sama dengan perusahaan lainnya. Namun secara umum , kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mitra sebuah perusahaan.

H2 : Secara bersama-sama kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mitra funding di dua BMT di Yogyakarta.

D. Model Penelitian



Gambar 2. 3 Model Penelitian