

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Era persaingan bisnis yang begitu kuat dan ketat seperti yang terjadi sekarang ini, menuntut semua perusahaan untuk lebih agresif dan berani dalam mengambil keputusan serta menerapkan strategi perusahaannya sehingga bisa menjadi lebih unggul dari para pesaing. Menjadi lebih unggul dari pesaing bagi perusahaan adalah suatu kondisi yang harus dicari caranya. Untuk mencapai keunggulan tersebut maka diperlukan suatu keunikan yang dapat membedakan perusahaan dari pesaing. Keunikan inilah yang nantinya dapat dirasakan kegunaannya oleh pelanggan serta membuat pelanggan menjadi setia.

Konsep keunggulan bersaing perusahaan yang banyak dikembangkan dari strategi generik merupakan jantung dari kinerja perusahaan dalam pasar bersaing dan pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para konsumennya. Bila perusahaan kemudian mampu menciptakan keunggulan bersaing dengan strateginya yang tepat, maka akan didapatkan suatu keunggulan yang benar-benar bisa diandalkan dalam persaingan.<sup>1</sup> Semakin tinggi kompetisi diantara perusahaan-perusahaan jasa dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang cepat, maka perusahaan-perusahaan jasa harus meningkatkan kemampuannya agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Perusahaan yang mampu

---

<sup>1</sup>R Agustinus Anggoro Pribadi, "Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada BRI Cabang Blora Dan Unit Online-Nya", *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol 4, No 2, ( Juli, 2007), hlm. 44.

bertahan dalam persaingan adalah perusahaan yang dapat menyesuaikan diri pada perubahan-perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis. Promosi dan komunikasi dengan konsumen dapat dilakukan perusahaan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, sehingga perusahaan bisa menjalankan usahanya agar produk-produk jasa yang ditawarkan oleh koperasi cepat tersampaikan kepada masyarakat.<sup>2</sup>

Lembaga keuangan syariah yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan investasi. Penghimpunan dana yang dilakukan oleh bank syariah pada umumnya dapat dilakukan dengan menggunakan akad *wadi'ah* dan *mudharabah*. Kegiatan menghimpun dana merupakan kegiatan membeli dana dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal juga dengan kegiatan *funding*. Kegiatan membeli dana dapat dilakukan dengan cara menawarkan berbagai jenis simpanan, dan simpanan sering disebut dengan nama rekening atau *account*.

Pelayanan jasa nasabah merupakan fungsi ketiga. Aktivitas pelayanan jasa, merupakan aktivitas yang diharapkan untuk dapat meningkatkan pendapatan yang berasal dari *fee* atas pelayanan jasa. Beberapa lembaga keuangan syariah berusaha untuk meningkatkan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang memuaskan nasabah. lembaga keuangan syariah berlomba-lomba untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk layanan jasanya.<sup>3</sup> Strategi bersaing biasanya dikembangkan pada level divisi, dan menekankan pada

---

<sup>2</sup> Claudia Vanesha Pitoy, "Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, Tbk Manado)", *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 16 No. 03, (Januari, 2016), hlm., 303.

<sup>3</sup> Pauji, Nawawi, Hakiem, "Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BPRS Amanah Ummah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 6 No. 2, (September, 2015), hlm., 382.

perbaikan posisi persaingan produk atau jasa perusahaan dalam industry khusus atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut.<sup>4</sup>

Secara substansial kualitas pelayanan didefinisikan sebagai bentuk siap, yang diperoleh dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang nyata-nyata mereka terima (*performance/perceived service*) dengan layanan yang mereka harapkan (*expectation/expected service*). Jika kenyataan (*performance*) lebih besar dari yang diharapkan (*expectation*), maka layanan dapat dikatakan bermutu (*ideal*) sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan tidak bermutu (buruk), dan jika kenyataan sama dengan harapan maka layanan disebut baik dan memuaskan. Dengan demikian kualitas pelayanan (*service quality*) dapat didefinisikan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan (*performance*) dengan harapan (*expectation*) para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.<sup>5</sup>

Strategi bisnis yang tepat merupakan suatu jawaban terhadap tantangan baru yang mungkin dihadapi oleh pihak perbankan, baik sebagai akibat program yang telah dilaksanakan sebelumnya maupun karena adanya ancaman dari pesaing sejenis. Dengan melaksanakan manajemen strategi yang tepat, pihak manajemen bank akan berpikir dan memandang perusahaan secara menyeluruh dan sebagai satu kesatuan, sehingga lebih mudah dan cepat dalam mengidentifikasi masalah yang ada. Selain itu strategi merupakan jalan untuk mencapai posisi yang strategis bagi perusahaan. Persaingan bisnis perbankan yang semakin ketat menuntut pihak manajemen untuk menggunakan strategi bisnis yang tepat bagi produk dan jasa

---

<sup>4</sup>J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta : Andi, 2000), hlm.24.

<sup>5</sup> Alvin Havianto, "Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik", *Jurnal Strategi Dan Pelayanan Publik*, Vol 02 No 03, (Maret, 2019), hlm.,6.

layanan yang ditawarkan. Pihak perbankan harus mengidentifikasi kondisi persaingan bisnis yang berkembang seiring dengan perubahan selera dan harapan nasabah.<sup>6</sup>

Secara Hukum BMT berpayung pada koperasi tetapi sistem operasionalnya tidak jauh berbeda dengan Bank Syariah sehingga produk-produk yang berkembang dalam BMT seperti apa yang ada di Bank Syari'ah. Oleh karena berbadan hukum koperasi, maka BMT harus tunduk pada Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian dan PP Nomor 9 tahun 1995 tentang pelaksanaan usaha simpan pinjam oleh koperasi.<sup>7</sup> Juga dipertegas oleh KEP.MEN Nomor 91 tahun 2004 tentang Koperasi Jasa keuangan syari'ah. Undang-Undang tersebut sebagai payung berdirinya BMT (Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah)

BMT merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti zakat, infaq, dan sedekah. Adapun *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan islam. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank islam.<sup>8</sup>

Filosofis keuangan islam berakar pada konsep interaksi faktor-faktor perilaku yang islami. Sistem islam memberikan penekanan yang sama pada dimensi etis,

---

<sup>6</sup> Roni Andespa, "Strategi Pelayanan Bank Konvensional Dan Syariah: Prioritas Pelayanan Fisik Dan Empati", *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, Vol 1, No 2, (Juli, 2016), hlm., 147.

<sup>7</sup> Baihaqi Abd. Madjid, *Paradigma Baru Ekonomi Kerakyatan Sistem Syariah : Perjalanan Gagasan dan Gerakan BMT* ( Jakarta : PINBUK, 2000 ), hal., 85-91.

<sup>8</sup> Nurul Huda dan Muhamad Haykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoretis dan Praktis* (Jakarta : Prenamedia Group, 2010), hlm.363.

moral, sosial, dan spiritual dalam upaya meningkatkan keadilan dan pembangunan masyarakat secara keseluruhan. Dalam konsepsi islam, aktivitas komersial, jasa, dan perdagangan harus diseduaikan dengan prinsip islam, diantaranya “bebas bunga”.<sup>9</sup>

Pada perkembangannya, memang semakin banyak lembaga bisnis, yang memiliki lembaga sosial. Namun kegiatan sosial biasanya hanya menjadi pelengkap dari aktivitas bisnisnya, atau sekedar memenuhi tuntutan lingkungan sosialnya. Kehadiran BMT juga dapat menjadi antithesis dari ungkapan bahwa bisnis dan sosial tidak dapat digabung. Mengelola bisnis dengan sitem sosial memang akan berdampak negatif bagi lembaga bisnis. Sebaliknya mengelola kegiatan sosial dengan pendekatan bisnis dapat mengurangi makna sosialnya. Keselarasan antara sosial dan bisnis ini dijalankan dengan system manajemen yang terpisah.<sup>10</sup>

Tujuan yang hendak dicapai dalam pendiriannya disesuaikan dengan prinsip syariah islam yang dipadukan dengan situasi dan kondisi riil Indonesia, diantaranya meningkatkan kehidupan sosial ekonomi masyarakat muslim, sehingga kesenjangan ekonomi akan berkurang dan demikian akan melestarikan pembangunan. Pembangunan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha.<sup>11</sup>

KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding adalah lembaga keuangan kecil/mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding adalah lembaga yang menyalurkan dana kepada

---

<sup>9</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung : CV Pustaka Setia, 2013),hlm.16.

<sup>10</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)* (Yogyakarta : Uii Press, 2004),hlm.181-182.

<sup>11</sup> Ikit, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Yogyakarta : Gaya Media, 2018),hlm.5.

masyarakat dan menghimpun dana dari masyarakat. Masyarakat ekonomi tingkat menengah kebawah menjadi sasaran utama untuk meningkatkan ekonomi mereka, maka KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding mempunyai tugas penting memberikan pelayanan yang sangat baik kepada masyarakat salah satunya pelayanan berkomunikasi, sehingga pelayanan itu bisa dijadikan pijakan oleh mereka. Pelayanan yang baik mampu memberikan dampak yang baik bagi KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding.

Analisis strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan bisnis adalah penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini, pelayanan yang diterapkan apakah sudah dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah dan apakah nasabah sudah mendapat kepuasan dalam pelayanan yang diberikan oleh KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding di banding dengan lembaga keuangan yang lainnya. Ketertarikan peneliti dalam melakukan penelitian di KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding yaitu adalah letak berdirinya berada di tengah - tengah keramaian masyarakat, dan sangat dekat dengan lembaga keuangan lainnya seperti bank syariah maupun konvensional. Meskipun demikian dalam pemberian pelayanan yang dilakukan oleh KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding tidak sembarangan.

Banyak koperasi di bawah naungan pesantren di sekitar KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding, seperti BMT Sidogiri, BMT Madani, BMT Mawaddah, dan masih banyak lainnya. Kendati demikian, KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding harus lebih berinovasi dalam strategi pelayanan, sehingga perbedaan pelayanan tersebut mampu membuat nasabah tertarik.

Analisis pelaksanaan yang dilakukan dilapangan dalam melakukan strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan bisnis di KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding dari keadaan tersebut, penulis ingin mengadakan penelitian skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Pelayanan dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding**”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka ditemukan beberapa fokus penelitian yaitu:

1. Bagaimana strategi pelayanan yang diterapkan di KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding ?
2. Bagaimana strategi pelayanan KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding dalam menghadapi persaingan bisnis?

## **C. Tujuan Penelitian**

Peneliti dapat menemukan tujuan penelitian dengan berdasarkan fokus penelitian di atas, yaitu:

1. Untuk menganalisa strategi pelayanan yang diterapkan di KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding.
2. Untuk menganalisa strategi pelayanan KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding dalam menghadapi persaingan bisnis.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk berbagai hal. Di antaranya untuk hal-hal berikut:

##### 1. Kegunaan Teoritis

- a. Dapat memberikan tambahan teori yang sudah ada dan dapat memberikan tambahan pengetahuan tentang analisis strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan bisnis.
- b. Dapat memberikan kontribusi keilmuan bagi praktisi dan akademisi Perbankan Syariah.
- c. Dapat dijadikan landasan atau referensi bagi penelitian selanjutnya.

##### 2. Kegunaan Praktis

###### a. Bagi IAIN Madura

Dapat memberikan pemahaman dan wawasan pengetahuan kepada mahasiswa IAIN Madura tentang strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan bisnis dan juga dapat menjadi bahan pustaka atau bahan data dalam meningkatkan kompetisi mahasiswa IAIN Madura.

###### b. Bagi KSPPS Nuri Jawa Timur Cabang Palduding

Dapat menjadi salah satu bahan bacaan, yang dapat memperluas pemikiran dan wawasan pengetahuan, serta memberikan bukti empiris tentang strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan bisnis.

###### c. Bagi peneliti lanjutan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi peneliti selanjutnya serta pertimbangan bagi organisasi yang menghadapi masalah serupa.



## E. Definisi Istilah

Demi mencapai pemahaman dan persepsi yang seragam mengenai penelitian ini terdapat beberapa istilah yang dirasa perlu untuk di definisikan, antara lain:

1. Strategi adalah sebuah pola yang mencakup didalamnya baik strategi yang direncanakan maupun strategi yang pada awalnya tidak dimasukkan dalam perusahaan tetapi menjadi pertimbangan bahkan dipilih oleh perusahaan untuk diimplementasikan.<sup>12</sup>
2. Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan suatu produk.<sup>13</sup>
3. Persaingan bisnis adalah sebagai usaha dagang, usaha komersil di dunia perdagangan, dan bidang usaha.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*, ( Jakarta: Salemba Empat, 2000 ), hlm.53.

<sup>13</sup> Eddy Soeryatno Soegito, *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*, ( Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007 ), hlm.152

<sup>14</sup> Muhammad Ismail Yusanto Dan Muhammad Karabat Wijajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*,( Jakarta : Gema Insani Press. 2002 ),hlm.15.