BABI

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan lembaga keuangan syari'ah pada saat ini sangat dan banyak diminati oleh berbagai pihak. Lembaga keuangan syariah sebagai suatu sistem yang menerapkan prinsip-prinsip ekonomi yang didasarkan pada nilainilai Islam yang tertuang dalam fiqih muamalah dan dalam praktiknya di Indonesia telah memberikan alternatif yang sangat kompetitif dalam dunia perekonomian. Dalam Islam, upaya untuk merealisasikan nilai-nilai ekonomi dalam aktivitas masyarakat adalah dengan mendirikan lembaga-lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan konsep syari'ah.

Lembaga keuangan syari'ah dapat dibedakan menjadi dua, yaitu lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan syari'ah bukan bank. Peranan kedua lembaga keuangan syari'ah tersebut adalah sebagai perantara keuangan (financial intermediation) antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana.

Perkembangan lembaga keuangan syariah di luar sektor perbankan yang layak dicatat adalah *Baitul Mal wat Tamwil* yang di berbagai daerah menjadi penggerak lapisan bawah. *Baitul Mal wat Tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkankualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil antara lain dengan

1

¹ Ahmad Rodoni, Abdul Hamid *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008), 2

mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.²

Ketatnya persaingan lembaga keuangan, terutama dalam hal memperoleh dan mempertahankan nasabah. Persaingan yang tinggi mengharuskan lembaga keuangan memperhatikan pentingnya kualitas pelayanan sebagai upaya untuk mempertahankan nasabah yang ada. Untuk itu, lembaga keuangan harus memahami nasabahnya agar tetap loyal dan tidak berpindah ke pesaing. Menurut Lupiyoadi, mempertahankan pelanggan jauh lebih mudah bagi perusahaan (lembaga) dari pada mencari pelanggan baru.³

Nasabah sebagai konsumen selalu mengharapkan adanya pelayanan yang optimal dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kualitas pelayanan menjadi perhatian penting bagi lembaga keuangan yang membuat nasabah puas dan bertahan menggunakan pelayanan lembaga keuangan tersebut.

Nasabah akan teliti, menyeleksi dan sangat memperhitungkan jenis pelayanan yang diberikan lembaga keuangan, sehingga hal ini merupakan sebuah tantangan dalam perkembangan industri jasa keuangan. Oleh karena itu, manajemen dari lembaga keuangan perlu untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.

Kualitas pelayanan ditentukan oleh tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna. Semakin

.

² Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 448.

³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek* (Jakarta: Salemba Empat, 2001).

tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, selanjutnya akan berdampak positif perilaku seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut.

Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan. Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelemah lembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi nasabah dan yang berdampak pada kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa. Berkenaan dengan hal ini Allah SWT berfirman:

"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesuangguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya".⁴

Selain kualitas pelayanan, citra lembaga juga sangat mempengaruhi nasabah dalam pengambilan keputusan nasabah dalam menabung. Citra lembaga merupakan salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu lembaga baik lembaga besar maupun lembaga kecil.⁵ Setiap lembaga mempunyai citra yang disadari atau tidak telah melekat pada lembaga tersebut.

.

⁴ QS. Ali Imron (4): 159.

⁵ Suratno, Aziz Fathoni, Andi Tri Haryono, *Pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Pt Pelabuhan Indonesia III Semarang*, Journal Of Management, 2016, Vol 2

Tidak sedikit jasa yang dihasilkan lembaga begitu kuat citranya di benak masyarakat

Menurut Kotler, citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu perusahaan. Citra yang positif adalah gambaran kesan utama yang dimiliki individu tentang suatu lembaga atau perusahaan sehingga dalam pelaksanaanya, masyarakat yang memiliki persepsi baik terhadap suatu lembaga dan pada akhirnya akan menimbulkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut.⁶ Pelayanan yang berkualitas serta citra yang positif di benak masyarakat dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Loyalitas pelanggan atau nasabah memiliki peran penting dalam sebuah lembaga keuangan, mempertahankan kepercayaan dan loyalitas mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup lembaga keuangan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah lembaga keuangan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Griffin berpendapat, "Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit", yakni loyalitas mengacu pada wujud perilaku dari unitunit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/ jasa suatu perusahaan yang dipilih.⁷

Loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah untuk tetap bertahan menggunakan layanan dari penyedia layanan secara konsisten dalam waktu

_

⁶ Gagah Bima Setya Putra, Srikandi Kumadji, Kadarisman Hidayat, *Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung*, Jurnal Administrasi Bisnis, 2015, 26.

⁷ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: CV Alfabeta, 2010), 129

yang lama seperti tidak diperoleh dari penyedia layanan lainnya dan sesuai dengan harapan nasabah. Loyalitas terbentuk jika strategi pelayanan yang diterapkan tersebut baik dan unggul dalam arti pelayanan yang diterma oleh nasabah sesuai dengan harapan nasabah.

BMT UGT Sidogiri merupakan lembaga keuangan syariah yang bergerak pada pertumbuhan sektor usaha mikro dengan melandaskan akivitasnya pada aturan-aturan syariah dan menitik beratkan perhatian pada perekonomian rakyat khususnya di pasar-pasar tradisional. BMT UGT Sidogiri mempunyai keunikan tersendiri yaitu terlihat pada namanya. UGT adalah kependekan dari usaha gabungan terpadu, maksud dari UGT sendiri adalah bertujuan untuk merangkul pengusaha-pengusaha ataupun masyarakat agar mau bergabung dengan BMT dan bersama-sama menjalankan kegiatan perekonomian yang sesuai dengan prinsip syari'ah.

BMT UGT Sidogiri mulai beroperasi pada 6 Juni 2000 di Surabaya. Dalam setiap tahun BMT UGT Sidogiri membuka beberapa unit pelayanan anggota di kabupaten/ kota yang dinilai potensial. Pada saat ini BMT UGT Sidogiri memiliki 440 unit layanan jasa keuangan syari'ah dan 1 unit pelayanan transfer. BMT UGT Sidogiri mendapatkan penghargaan sebagai *The Best Islamic Micro Fianance* Tahun 2014 dengan aset lebih dari Rp. 50 milyar dari Karim Consulting Indonesia.

⁸ Profil BMT Sidogiri, http://bmtugtsidogiri.co.id, diakses pada 25 Januari 2017

Tabel 1.1 Peringkat *The Best Islamic Micro Fianance*⁹

Peringkat	Nama BMT	Skor
1	BMT UGT Sidogiri	288,62
2	BMT Beringharjo	127,61
3	BMT Binamas	99,94

Sumber: website bmtugtsidogiri.co.id Penghargaan dan Prestasi 2014.

Peringkat tersebut merupakan hasil riset yang dilakukan oleh Karim Consulting Indonesia berdasarkan laporan keuangan periode 31 Desember 2011 dan 31 Desember 2012 beserta data keuangan terkait lainnya. Fakor-fakor yang menjadi penilaian dalam menentukan skor yaitu Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK), Pertumbuhan Pembiayaan dan Tingkat Profitabilitas (ROA (Return On Asset) dan ROE (Return On Equity). Penghargaan The Best Islamic Micro Finance Tahun 2014 yang diperoleh BMT UGT Sidogiri merupakan penghargaan serupa yang pernah diterima pada tahun 2013.

BMT UGT Sidogiri juga membuka unit layanan di Blitar dengan memiliki 4 cabang di kabupaten dan kota Blitar, salah satunya yaitu cabang Sukorejo kota Blitar yang beroperasi mulai tanggal 27 Mei 2014. Pelayanan yang digunakan oleh BMT UGT Sidogiri Cabang Sukorejo adalah dengan 2 pelayanan yaitu pelayanan kantor dan pelayanan berjalan. Pelayanan kantor yaitu pelayanan yang dilakukan di kantor seperti pada umumnya, yaitu nasabah melakukan pembiayaan atau menabung dengan datang langsung ke kantor, sedangkan pelayanan lapangan yaitu setiap AOSP (*Account Officer* Simpan

⁹ Penghargaan dan Prestasi, http://bmtugtsidogiri.co.id, diakses pada 25 Januari 2017.

Pinjam) setiap hari mendatangi nasabah yang ingin melakukan transaksi, khusunya nasabah yang berada di pasar, saat ini BMT UGT Sidogiri Cabang Sukorejo melayani 3 pasar tradisional di sekitar kota Blitar yaitu pasar legi, pasar templek dan pasar pon. Dalam pelayanan lapangan BMT memberikan pelayanan kepada nasabah yang ingin menabung, mengambil tabungan, dan juga melayani pembayaran angsuran.¹⁰

Tabel 1.2 Perkembangan jumlah nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Sukorejo Blitar

Tahun	Jumlah
2014	484 nasabah
2015	1009 nasabah
2016	1318 nasabah

Sumber: Data nasabah penabung 2016.

Berdasarkan tabel 1.2 membuktikan bahwa pada setiap tahun nasabah di BMT UGT Sidogiri Cabang Sukorejo selalu mengalami peningkatan, jumlah nasabah di bulan maret 2017 sejumlah 1338 nasabah.

Tabel 1.3 Alasan nasabah memilih lembaga BMT Sidogiri Cabang Sukorejo Blitar

Keterangan	Jumlah	Persentase
Citra Lembaga BMT	10	33,3%
Tanggap	8	26,7%
Disiplin	6	20,0%
RekomendasiTeman(Pedagang)	6	20,0%
	30	100%

Sumber: Data observasi awal peneliti

Berdasarkan observasi awal yang saya lakukan nasabah memilih lembaga keuangan BMT Sidogiri Cabang Sukorejo Blitar karena memang di

Wawancara dengan Bapak Nazilul Farkhan (Manajer BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Sukorejo, Blitar), tanggal 11 Januari 2017

daerah tersebut ada dua lembaga keuangan syariah yaitu Koperasi Muhammadiyah dan BMT Sidogiri. Nasabah memilih di BMT Sidogiri karena nasabah tidak ingin terikat dengan organisasi masyarakat, selain itu nasabah sudah banyak mengenal terkait BMT Sidogiri karena di Blitar saja sudah memiliki 4 kantor cabang. Selain itu faktor dari loayalitas nasabah juga dipengaruhi oleh citra, dan dari sini peneliti ingin menguji seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap loyalitas nasabah, yang mana pada setiap tahun selalu mengalami peningkatan jumlah nasabah. Sehubungan dengan hal tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul : "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BMT UGT (USAHA GABUNGAN TERPADU) SIDOGIRI CABANG SUKOREJO BLITAR"

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas agar penelitian tidak keluar dari pembahasan, maka akan di fokuskan pembahasan melalui rumusan masalah. Adapun rumusan masalah adalah sebagai berikut:

- Bagaimana kualitas pelayanan di BMT UGT Sidogiri cabang Sukorejo Blitar?
- 2. Bagaimana citra lembaga di BMT UGT Sidogiri cabang Sukorejo Blitar?
- 3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap loyalitas nasabah di BMT UGT Sidogiri cabang Sukorejo Blitar?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembga terhadap loyalitas nasabah adalah

- Untuk mengetahui kualitas pelayanan di BMT UGT Sidogiri cabang Sukorejo Blitar.
- Untuk mengetahui citra lembaga di BMT UGT Sidogiri cabang Sukorejo Blitar.
- 3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap loyalitas nasabah di BMT UGT Sidogiri cabang Sukorejo Blitar.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Sesuai dengan tujuan penelitian di atas, diharapkan peelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang lembaga keuangan syariah, yang mana masih perlu pengkajian secara terperinci untuk mencapai tahap kesempurnaan.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Dalam melakukan penelitian ini, penulis memiliki harapan agar penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang telah didapatkan selama melakukan proses perkuliahan.

b. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dalam menjalankan perannya sebagai lembaga keungan dengan baik. Sekaligus dapat dijadikan sebagai masukan untuk BMT dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah.

c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang bersifat ilmiah, memberi informasi yang bermanfaat, untuk memperkaya khazanah kepustakaan Islam, serta mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang *Baitul Maal wa Tamwil*.

E. TELAAH PUSTAKA

Masalah terkait dengan penelitian ini penulis temukan pada beberapa karya tulis yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ike Nofitasari, STAIN Kediri dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di BMT Lantasir Kediri. Adapun hasil peneliti adalah tingkat kualitas pelayanan (X) di BMT Lantasir Kediri dalam kategori cukup dan tingkat keputusan menjadi nasabah dalam kategori cukup. Jadi, antara variabel kualitas pelayanan dan variabel keputusan menjadi nasabah (Y) terdapat pengaruh yang cukup baik dan searah. Dari analisis *Korelasi*

Pearson Product menunjukkan bahwa nilai r (korelasi) sebesar 0,328, artinya hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan menjadi nasabah adalah cukup. Sedangkan dari analisis menggunakan rumus regresi menghasilkan model persamaan =26.927 + 0,258x, memberi arti bahwa perusahaan tidak memberikan kualitas pelayanan dengan baik, maka keputusan menjadi nasabah sebesar 26.927 dan jika variabel kualitas pelayanan naik sebesar satu satuan maka keputusan menjadi nasabah akan naik sebesar 0,258. Karena t hitung (3,441) > t tabel (1,984), maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Lantasir Kediri.

Dari penelitian di atas, persamaan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama mengakaji masalah kualitas layanan, jenis penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada variabel Y pada penelitian terdahulu adalah keputusan menjadi anggota sedangkan pada penelitian ini adalah loyalitas nasabah. Penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel X1 dan Y1 sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah menggunakan variabel X2 dan Y1. Selain itu hal lain yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah terkait objek penelitian. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di BMT Lantasir Kediri, penelitian yang peneliti lakukan adalah di BMT UGT Sidogiri Cabang Blitar

2. Penelitian yang dilakukan oleh Arif Nurwanto, UIN Sunan Kalijaga dengan judul Pengaruh Citra Lembaga dan Promosi Terhadap Keputusan menjadi Nasabah di Bank BPD DIY Syari'ah dengan hasil penelitian nilai Adjust R Square sebesar 0,467 artinya 46,7% keputusan untuk menjadi nasabah di Bank BPD DIY Syariah dipengaruhi oleh variabel citra lembaga dan promosi, sisanya 53,3% dipengaruhi oleh faktor biologis, psikologis, dan sosio kultural. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai signifikansi 0,0000 < 0,05 artinya citra lembaga dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BPD DIY Syariah. Hasil uji parsial (Uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi citra lembaga (0,000 < 0,05) dan promosi (0,000 > 0,05) artinya citra lembaga dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BPD DIY Syari'ah.

Dari penelitian di atas persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini yaitu persamaan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaan dengan penelitian terdahulu menggunakan variabel Y keputusan menjadi nasabah sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah menggunakan variabel loyalitas nasabah. Selain itu hal lain yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah terkait objek penelitian. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di Bank BPD DIY sedangkan

penelitian yang peneliti lakukan adalah di BMT UGT Sidogiri Cabang Sukorejo Blitar.

F. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris.¹¹ Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini dapat dibedakan atas dua jenis hipotesis, yaitu:

- $\begin{array}{lll} \hbox{1. Hipotesis} & (H_a): adanya \ pengaruh \ antara \ kualitas \ pelayanan \ dan \ citra \\ \hbox{lembaga terhadap loyalitas nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Sukorejo} \\ \hbox{Blitar} \end{array}$
- 2. Hipotesis (H_0) : tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap loyalitas nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Sukorejo Blitar.

¹¹ Sumadi Sukrabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 69.