

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan ekonomi yang semakin kompleks membuat lembaga keuangan saat ini dibutuhkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Maka dengan adanya perkembangan ekonomi lembaga keuangan syariah khususnya BMT sangat membantu masyarakat sebagai sarana untuk kemaslahatan umat dan merealisasikan bisnis yang berkonsep pada kesejahteraan duniawi dan akhirat. Dalam bisnis Islam etiket pelayanan sangatlah berkaitan erat dengan etika bisnis Islam hal ini bertujuan untuk menghindari adanya berbagai unsur *gharar*, *maysir*, *riba* dan *bathil*. Islam mengajarkan dalam berbisnis harus berfokus dengan tujuan semata-mata semua adalah milik Allah dan tidak saling merugikan sesama orang lain.¹

Menurut Kasmir etiket pelayanan dapat diartikan sebagai tata cara berhubungan dengan pelanggan atau anggota di mana mereka memberikan pelayanan yang perlu dilakukan dengan cara tertentu sehingga mampu membuat anggota merasa senang atas pelayanannya.² Dalam beretika bisnis tentulah harus adanya fondasi Islam di dalamnya diantaranya yaitu mencangkup adanya keadilan, kejujuran, keterbukaan, dan tentulah juga

¹ Darmawati. *Etika Bisnis Islam* (Palembang: Bening Media Publishing, 2020), 23.

² Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2018), 168.

dilandasi oleh *ketauhidan*.³ Jika hal itu ditinjau dari etika bisnis Islam seorang pelaku bisnis harus mampu menerapkan nilai-nilai baik sesuai dengan ajaran Islam hal ini terdapat pada ayat Al Qur'an yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung." (QS. Ali Imran 3:104).⁴

Dari ayat tersebut peranan etiket pelayanan yang baik akan membuat anggota merasa nyaman dan puas dan tetap menjaga loyalitas dalam lembaga dan menghindari dari hal yang dilarang oleh nilai-nilai Islam. Etiket pelayanan dalam bisnis Islam merupakan salah satu yang harus ada dalam sebuah lembaga keuangan. Memberikan pelayanan yang baik merupakan suatu bentuk kebaikan yang akan mendapatkan balasan surga bagi yang mampu menjalankan. Peranan etiket pelayanan seorang *customer service* harus mampu membuat rasa nyaman terhadap anggota dan hal itulah yang akan membentuk kelayaitasan anggotanya terhadap lembaga.

Etiket pelayanan dan etika pelayanan memiliki arti yang berbeda. Etiket pelayanan diartikan sebagai perbuatan seseorang dalam memberikan pelayanan secara langsung dan bisa diartikan sebagai salah satu sikap kita

³ Sulistyowati, "Rancang Bangun dan Nilai Dasar Universal Ekonomi Islam", *Istithmar Journal of Islamic Economic Development*, Volume 1 Nomer 2, (Juli 2017), 153-154. <https://jurnal.iainkediri.ac.id:80/index.php/istithmar/article>. Diakses pada 17 April 2022, Pukul 08.20.

⁴ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 2007), 90.

menjaga sopan-santun dihadapan orang sekitar kita. Sedangkan etika sendiri diartikan sebagai bentuk tatanan dalam diri kita sendiri yang sudah tertanam sejak lahir, dan memahami mana yang salah dan mana yang benar. Etika menyangkut perbuatan boleh atau tidak dilakukan oleh seseorang dan tidak dapat ditawar. Sedangkan arti pelayanan sendiri diartikan sebagai suatu tindakan yang diberikan oleh seseorang untuk memberikan kepuasan pelanggan atau anggotanya. Namun pelayanan disini tidak hanya dalam bentuk tindakan namun juga dalam bentuk pemberian fasilitas dan pemenuhan hak anggota misalnya dengan menjaga kebersihan lembaga atau bahkan menata letak ruangan pada lembaga. Pelayanan tidak hanya berhubungan dengan karyawan dengan pelanggan namun juga hubungan antar karyawan dengan anggota atau karyawan dengan atasan. Sedangkan pemilihan etiket pelayanan dikarenakan hal ini sangat berhubungan erat dengan interaksi seorang *customer service* dengan anggotanya untuk bisa menyikapi dalam memberikan pelayanan.⁵

Hadirnya BMT Lantansir di tengah-tengah kota Kediri merupakan sebagai alternatif layanan jasa keuangan syariah bagi para pelaku usaha kecil menengah untuk memperluas peluang berkembang lebih maju. BMT Lantansir memiliki cara tersendiri dalam memberikan etiket pelayanan seperti dengan adanya indikator dalam memberikan pelayanan seperti pada tabel berikut:

⁵ Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 7-8.

Tabel 1.1**Komparasi Etiket Pelayanan Customer Service Setiap Lembaga**

Indikator	Lembaga Keuangan	
	BMT Lantahir	BMT UGT Sidogiri Kediri
Cara berbicara	Cara berbicara seorang <i>customer service</i> di BMT Lantahir yaitu mereka mengedepankan nada yang sangat lembut dan sopan dan tidak tergesa gesa saat berbicara dan <i>customer service</i> selalu berbicara tanpa terkesan menyinggung dan selalu memberikan penjelasan ulang pada anggota yang terlihat kebingungan.	Adapun cara berbicara yang digunakan di BMT Sidogiri Capem Wates yaitu mereka selalu mengutamakan rasa kekeluargaan dan tidak ada pemaksaan terhadap calon anggota dalam memberikan pelayanan. Namun saat memberikan terkesan terburu-buru dan cepat.
Cara berpakaian	Sedangkan untuk cara berpakaian mereka memiliki ciri khas tersendiri yaitu dengan memadu madankan warna hijau yang membawa arti ketenangan dan warna yang bisa membuat kenyamanan anggota. Jilbab yang dipakai pun dengan warna senada.	Cara berpakaian pada BMT Sidogiri Capem Wates yaitu mereka selalu menggunakan kopyah dalam memberikan pelayanan sebab semua karyawan pada lembaga ini yaitu laki-laki. Dengan penggunaan kopyah akan menciptakan suasana yang berkonsep Islam.
Sikap dan perilaku	Keunikan yang diberikan oleh BMT Lantahir dalam sikap dan perilaku yaitu mereka selalu bersikap ramah dan sopan dimana mereka selalu diajarkan nilai keislaman dalam menjalankan tugasnya.	Sikap dan perilaku yang ditunjukkan dalam pemberian pelayanan yaitu mereka mengedepankan sikap solidaritas dan ramah terhadap calon anggota baru ataupun anggota lama.
Cara bertanya	Sedangkan untuk cara bertanya <i>customer service</i>	Cara bertanya yang dimiliki oleh lembaga pastilah

	<p>selalu mengutamakan dengan kata maaf sebelum melakukan tindakan dan itu menjadi ciri khas lembaga. Dan selalu mengedepankan rasa terimakasih setelah melakukan kegiatan. Dan saat melakukan pelayanan seorang <i>customer service</i> pada lembaga ini selalu fokus dengan kenyamanan anggota.</p>	<p>memiliki keunikan tersendiri dimana mereka bertanya secara <i>to the point</i> dan sedikit penjelasan.</p>
Penampilan	<p><i>Customer service</i> selalu menggunakan pakaian yang sopan dan untuk seragamnya berciri khas warna hijau. Dan tidak diperkenankan memakai aksesoris apapun selain jam tangan</p>	<p>Penampilan antara dua BMT memiliki ciri khas yang berbeda dari segi penampilan di BMT Sidogiri Capem Wates <i>customer service</i> selalu memakai dasi, kemeja dimasukkan, celana hitam, dan memakai kopyah hitam.</p>
Gerak-gerik	<p>Dalam melakukan pelayanan seorang <i>customer service</i> tidaklah boleh bergerak seperti kegiatan sehari-hari. Di dalam lembaga ini seorang <i>customer service</i> harus mampu bersikap tenang dan tidak menampilkan gerakan-gerakan yang membuat anggota merasa tidak nyaman. Gerak yang berlebihan akan menciptakan suasana menjadi tidak tenang.</p>	<p>Sedangkan gerak-gerik dalam melayani <i>customer service</i> selalu mengutamakan ketenangan. Dengan hal ini seorang <i>customer service</i> harus mampu mengontrol setiap gerakan saat melakukan pelayanan. Sehingga tidak menimbulkan gerak-gerik yang berlebihan yang bisa dapat membuat anggota merasa risih dan curiga.⁶</p>

⁶ Kasmir, *Customer Service Excellent (Teori Dan Praktek)* (Jakarta: PT.Raja Grafito, 2017), 114.

Sedangkan dalam menjalankan tugasnya BMT Lantahir sendiri memiliki ciri khas yaitu dalam memberikan pelayanan dengan peranan etiket pelayanan yang utama terhadap karyawan yang berhadapan langsung dengan anggotanya salah satunya yaitu *customer service*. Secara umum pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu memberikan kepuasan pada anggotanya terus-menerus. Artinya standar pelayanan yang diberikan tidak berubah secara terus menerus dan terus dalam perbaikan dari waktu ke waktu hal ini juga diimbangi dengan peranan etika bisnis Islam dalam pelayanannya.⁷

Namun dalam pelayanan yang diberikan oleh *customer service* BMT Lantahir masih ada permasalahan yang harus perlu dibenahi. Permasalahan yang sering terjadi dalam etiket pelayanan yang diberikan oleh *customer service* yaitu saat memberikan pelayanan terkadang *customer service* masing-masing acuh dengan anggotanya dimana mereka melakukan pelayanan dengan mengobrol sesama rekan kerjanya tentulah ini bertentangan dengan etika bisnis Islam. Hal ini yang akan membuat anggota merasa tidak dihargai dan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Permasalahan selanjutnya *customer service* terkadang lupa mengucapkan salam perkenalan dan komunikasi ke anggota yang masih kurang. Sedangkan perintah Allah mengajarkan mengenai *ihsan* dan *itqan* sebab Allah menjanjikan barang

⁷ Sulistyowati, "Rancang Bangun dan Nilai Dasar Universal Ekonomi Islam", *Istithmar Journal of Islamic Economic Development*, 154.

siapayang melakukan kebajikan akan mendapatkan pentunjuk darinya.⁸

Berikut ini disajikan data jumlah anggota BMT Lantasil Pesantren Kota Kediri selama periode 2016-2020.

Tabel 1.2
Jumlah peningkatan anggota penabung dan pembiayaan di BMT Lantasil

Keterangan	Tahun					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Total anggota pembiayaan dan penabung di lembaga	406	411	456	476	485	501
Jumlah semua anggota pembiayaan pada lembaga	350	351	353	371	378	386
Jumlah anggota pembiayaan yang loyalitas pada lembaga	75	86	94	102	114	120
Jumlah anggota penabung yang loyalitas pada lembaga	56	59	103	105	107	113

(Sumber: BMT Lantasil Pesantren Kota Kediri)

Dari data yang terdapat pada tabel 1.2 tersebut didapatkan bahwa jumlah anggota mengalami perkembangan yang cukup meningkat hal ini dilihat dari tahun 2016-2021 yang setiap tahunnya mengalami kenaikan jumlah anggota di antaranya yang paling banyak pada pada tahun 2018-2019 mengalami jumlah kenaikan anggota sebanyak 18 anggota hal ini juga akan

⁸ Muslich, Etika Bisnis Islam (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), 24.

berpengaruh pada loyalitas anggota penabung pada lembaga sudah lama menjadi bagian anggota penabung dan hal dilakukan secara berulang-ulang atau dalam waktu yang lama. Hal ini ditunjukkan pada tahun 2016 ada sebanyak 56 anggota penabung, 2017 mengalami kenaikan menjadi 59, 2018 menjadi 103, 2019 naik menjadi 105 orang, 2020 naik menjadi 107 dan pada 2021 naik menjadi 113. Meningkatnya loyalitas anggota penabung pada lembaga ini tidak hanya dilihat dari berapa lamanya mereka menabung atau melakukan pembiayaan namun juga dipengaruhi oleh adanya kesetiaan, pembelian produk secara berulang atau bahkan mereka juga akan merekomendasikan produk ke rekan atau kerabat. Hal ini berbeda dengan anggota pembiayaan mereka hal menjalankan kewajiban untuk mengangsur pinjaman saja namun mereka belum tentu akan mengajukan pembiayaan lagi untuk tahun selanjutnya. Tentunya anggota pembiayaan di BMT Lantansir banyak karena tidak semua calon anggota pembiayaan harus jadi anggota tetap di BMT untuk mendapatkan pembiayaan. Hal ini tentu berbeda dengan anggota penabung sebab mereka menabung akan terus dan berulang.⁹

Mengingat bahwa BMT Lantansir merupakan suatu lembaga keuangan syariah tentulah dengan ini mereka mengaplikasikan etiket pelayanan berdasarkan etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam digunakan sebagai salah satu bentuk pengendalian agar etiket pelayanan yang diberikan sesuai dengan syariat Islam. Etika bisnis Islam dalam lembaga diartikan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab kepada Allah hingga apa yang dilakukan dan diberikan

⁹ BMT Lantansir Pesantren Kota Kediri, 10 Juli 2021.

seperti adanya etiket pelayanan agar sesuai dengan perintah Allah. Dalam beretika bisnis tentulah harus adanya fondasi Islam di dalamnya diantaranya yaitu mencangkup adanya keadilan, kejujuran, keterbukaan, dan tentulah juga dilandasi oleh *ketauhidan*.¹⁰

Pelayanan yang diberikan BMT sangatlah cukup baik sehingga hal tersebut menciptakan loyalitas anggota. Loyalitas anggota terbentuk karena adanya rasa percaya mereka terhadap lembaga tersebut dimana mereka akan sering menggunakan produk dan tetap setia dengan apa yang telah mereka dapatkan. Dari data tersebut dapat diketahui banyak anggota yang menjaga loyalitas karena etiket pelayanan hal tersebut juga dipengaruhi banyaknya prestasi-prestasi yang telah dicapai oleh BMT Lantasis hingga hal tersebut dapat menambah rasa percaya mereka ditambah pelayanan yang diberikan sangat baik. Loyalitas anggota di BMT Lantasis kebanyakan didominasi oleh pedagang kecil sebab mereka merasa diberi kemudahan dan lokasi lembaga dan tempat mereka berdagang juga sangat dekat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Peranan Etiket Pelayanan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus BMT Lantasis Pesantren Kota Kediri”**.

¹⁰ Sulistyowati, "Rancang Bangun dan Nilai Dasar Universal Ekonomi Islam", *Istithmar Journal of Islamic Economic Development*, Volume 1 Nomer 2, (Juli 2017), 153-154. <https://jurnal.iainkediri.ac.id:80/index.php/istithmar/article>. Diakses pada 17 April 2022, Pukul 8.20.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah-masalah yang akan diteliti pada penelitian yaitu:

1. Bagaimana peranan etiket pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota di BMT Lantasir Pesantren Kota Kediri?
2. Bagaimana peranan etiket pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota di BMT Lantasir Pesantren Kota Kediri ditinjau dari etika bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi peranan etiket pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggotadi BMT Lantasir Pesantren Kota Kediri.
2. Untuk mengidentifikasi peranan etiket pelayanan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota ditinjau dari etika bisnis Islam di BMT Lantasir Pesantren Kota Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Beberapa kegunaan yang diharapkan oleh peneliti terhadap dengan karya ini adalah:

1. Secara teoritis
 - a. Acuan atau dasar teoritis bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan pembahasan mengenai masalah peranan *customer service* dalam

meningkatkan pelayanan.

b. Untuk mengembangkan penelitian di bidang perbankan syariah, terutama dalam mata kuliah *customer service*.

2. Secara praktis

a. Sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan bank khususnya *customer service* untuk meningkatkan etiket pelayanan.

b. Sebagai kontribusi pengetahuan *customer service* tentang peranan *customer service* untuk masyarakat umum.

3. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini diharapkan peneliti dapat meningkatkan pengetahuan intelektualnya baik secara teoritis maupun langsung kelengkapan yang telah diajarkan selama kuliah. Selain itu juga bisa menambah wawasan si peneliti saat akan terjun ke masyarakat.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka yang dilakukan pada penelitian ini dimaksudkan guna untuk menghindari kesamaan terhadap penelitian sebelumnya. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu terkait penelitian yang dilakukan yaitu:

1. "*Strategi Peningkatan Pembiayaan Baitul Maal Wa Tamwil (Studi Kasus BMT Lantahir Kota Kediri)*".¹¹ Dalam penelitian terdahulu masalah yang diangkat dalam penelitian yaitu mengenai strategi yang cocok digunakan dalam memberikan pelayanan agar mampu meningkatkan

¹¹ M. Muhaimin Dian Alfi, "Strategi Peningkatan Pembiayaan Baitul Maal Wa Tamwil (Studi Kasus BMT Lantahir Kota Kediri)", *Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN KEDIRI*, 2018.

jumlah anggota di BMT dimana saat itu menganggap BMT masih dalam tahap awal dalam pendirian. Sedangkan persamaan dalam penelitian ini yaitu bahwa strategi yang digunakan yaitu dengan meningkatkan pelayanan.

2. “*Pengaruh Etika Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil Harapan Umat Tulungagung*”.¹² Dalam penelitian sebelumnya peneliti mengungkapkan bahwa strategi pelayanan yang baik dan bermutu akan membuat citra perusahaan menjadi lebih baik lagi. Namun adapun kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama sama dalam mengangkat tema mengenai etiket pelayanan. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu peneliti terdahulu mengambil objek di BMT dan fokus pada masalah etika pelayanan dan citra perusahaan sedangkan dalam penelitian ini masalah yang diambil yaitu mengenai pengaruh etiket pelayanan pada *customer service* yang meliputi penampilan, cara berbicara.
3. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Simpanan Mudharabah BMT Beringharjo Pare*”.¹³ Dalam penelitian disini peneliti membahas mengenai pelayanan yang baik akan meningkatkan jumlah anggota untuk bergabung di BMT tersebut dalam penelitian ini peneliti

¹² Feby Norma Romadhona , “Pengaruh Etika Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Anggota Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Maal Wat Tamwil Harapan Umat Tulungagung” (*Skripsi Sarjana Jurusan Perbankan Syariah Tahun IAIN Tulungagung, 2018*). <http://repo.iain-tulungagung.ac.id>. Diakses pada Selasa, 24 Agustus 2021, pukul 21.00.

¹³Ani Rahayu, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Simpanan Mudharabah BMT Beringharjo” (*Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN KEDIRI, 2020*).

memfokuskan pada masalah produk dalam BMT salah satunya yaitu Mudharabah. Adapun kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu salah satunya objek yang diambil berbeda di penelitian terdahulu mengambil objek mengenai simpanan mudharabah sedangkan penelitian ini mengambil pada etiket pelayanan.

4. *“Pengaruh Etika Dan Pelayanan Prima Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT.BNI Syariah Kantor Cabang Palembang”*.¹⁴ Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan bahwa etika pelayanan (X) sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah (Y). Adapun tingkat kepuasan terhadap etiket pelayanan dipengaruhi oleh skala *likert* yang diuji melalui sikap dalam memberikan pelayanan. Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu peneliti menggunakan data kuantitatif yang dapat menghasilkan uji validitas terhadap penelitiannya dan peneliti memfokuskan pada tingkat kepuasan nasabahnya.
5. *“Pengaruh Etika Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Di BMT Dinar Amanu Panjerejo Rejotangan Tulungagung”*.¹⁵ Dalam penelitian ini peneliti mengatakan bahwa uji yang dihasilkan anggota merasakan puas dan tidak akan berpindah tempat ke BMT lain

¹⁴ Wijaya Lefi Yandie “Pengaruh Etika Dan Pelayanan Prima Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT.BNI Syariah Kantor Cabang Palembang” (*Skripsi Jurusan Perbankan Syariah*, 2017). <http://eprints.radenfatah.ac.id>. Diakses 27 Agustus 2021.

¹⁵ Umi Miftachu Amalina Mahbab, “Pengaruh Etika Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Di BMT Dinar Amanu Panjerejo Rejotangan Tulungagung” (*Skripsi Jurusan Perbankan Syariah*, 2016). <http://repo.iain-tulungagung.ac.id>. Diakses pada Kamis, 26 Agustus 2021.

sebab mereka mempercayakan keuangannya dan menciptakan kepuasan anggota hingga menjadi loyalitas. Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu peneliti terdahulu mengangkat tema mengenai pengaruh etika semua karyawan yang akan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah dan peneliti saat ini hanya memfokuskan pada satu karyawan yaitu seorang *customer service* dalam etiket pelayanannya.