

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan syariah baik bank maupun non bank memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia saat ini. Apalagi pada era yang seperti sekarang ini, pemerintah terus berupaya untuk selalu meningkatkan pangsa pasar keuangan syariah di Indonesia. Dalam usahanya tersebut untuk setiap lembaga keuangan syariah harus dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat supaya memperluas pangsa pasar keuangan syariah itu sendiri.

Implementasi dari pemerintah sebetulnya sudah lama diterapkan di Indonesia. Secara kelembagaan baik bank syariah maupun non bank syariah mempunyai peranan masing-masing, salah satu lembaga keuangan non bank yaitu Baitul mal waa tamwil (BMT).¹ Baitul mal wa tamwil terdiri dari dua istilah, yaitu baitut mal dan baitut tanwil. Baitut mal lebih mengarah pada usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti: zakat, infaq, dan shodaqoh, sedangkan baitut tanwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian

¹ Abdul Aziz dan Mariyah Ulfa, *Kapita Selekta Ekonomi Islam Konteporer*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.115

yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.²

Pada dasarnya BMT merupakan lembaga swadaya masyarakat yang didirikan dan dikembangkan oleh masyarakat. Terutama pada awal pendirian, biasanya dilakukan dengan menggunakan sumber daya dari masyarakat setempat secara mandiri, termasuk dana atau modal. Dalam hal ini BMT dapat dikatakan sebagai lembaga keuangan yang bertugas untuk mengelola keuangan pada segmen pasar mikro.

Sebagaimana sebuah perusahaan yang berorientasi pada profit, BMT menjalankan kegiatan usahanya bertindak sebagai lembaga *intermediary* bagi pihak yang kelebihan dan kekurangan dana. Usaha yang dijalankan oleh BMT secara spesifik yakni menghimpun dana dari anggota, kemudian disalurkan kembali kepada anggota lain yang membutuhkan, guna dikelola ke sektor ekonomi yang menguntungkan. Dalam konteks lembaga keuangan, BMT adalah unit usaha yang cara kerjanya hampir sama dengan bank syariah, namun perbedaannya terletak pada mekanisme operasionalnya.³

² Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskriptif dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekosonia, 2012), hlm.107

³ Naila Budiyati Saada, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Komitmen dan Promosi Terhadap Loyalitas Anggota*, Skripsi ,(Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2014), hlm. 1-2

Kehadiran BMT di tengah-tengah masyarakat dapat menjadikan solusi bagi pelaku usaha kecil dan menengah untuk mengembangkan usahanya. Pelaku usaha kecil dan menengah pada umumnya mengalami kesulitan dalam meningkatkan usaha yang dikelola atau kekurangan modal dalam menjalankan usahanya. Pada kondisi seperti ini biasanya disebabkan karena keterbatasan modal dan juga kesulitan mengakses lembaga pembiayaan seperti perbankan umum yang cukup sulit untuk dijadikan tempat alternatif untuk mendapatkan modal usaha. Hal inilah yang menjadi motivasi bagi BMT untuk mengelola segmen pasar mikro.

Jumlah BMT atau koperasi jasa keuangan syariah yang telah berkembang sampai ke pelosok Indonesia. Sejak pertama kali konsep BMT di tahun 1990 diperkenalkan, hanya ada beberapa puluh unit saja, dan hingga akhir 2012, tercatat sudah ada 3.900 BMT. Sebanyak 206 diantaranya bergabung dalam asosiasi BMT seluruh Indonesia (ABSINDO). Jumlah asset yang dikelola oleh BMT hingga akhir 2011 telah mencapai Rp 3,6 triliun dari 206 BMT yang bergabung di asosiasi.⁴

Sebagai sebuah lembaga keuangan yang tengah berkembang, BMT tentu tidak terlepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan lainnya. Tidak hanya bersaing dengan sesama BMT, tetapi juga dengan lembaga keuangan mikro seperti bank umum syariah untuk usaha mikro,

⁴ Eko Siswono Tuyodo, "Aset BMT Tumbuh Signiikan," www.tempo.com/read/news, diakses, 10 September 2010, pukul 01:00

BPRS dan juga bank umum lainnya yang sekarang mulai tumbuh di berbagai daerah perkotaan maupun di pedesaan. Dengan menanggapi situasi persaingan yang begitu ketat, salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh BMT adalah dengan menumbuhkan sikap loyal pada anggota BMT agar anggota terus menambah dan terus bertahan atau terus menetap menjadi anggota.

Menumbuhkan sikap loyalitas anggota pada era bisnis masa kini merupakan tuntunan yang harus segera dilakukan oleh BMT, karena dengan terpeliharanya loyalitas anggota maka keberadaan BMT tetap terjaga. Anggota yang loyal ini akan memanfaatkan ulang jasa BMT dan juga melakukan kegiatan *word of mouth* melalui memberikan rekomendasi orang-orang terdekat.⁵ Maka dari itu, saat ini BMT berupaya lebih keras lagi dalam bekerja untuk menumbuhkan sikap loyal bagi para anggotanya.

Anggota BMT loyal merupakan anggota yang terbaik yang dimiliki oleh suatu BMT. Tidak hanya mudah untuk dilayani, anggota yang loyal dapat memberikan keuntungan yang lebih besar. Menurut Dwi dan Febriana, loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis,

⁵ Naila Budiyati Saada, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Komitmen dan Promosi Terhadap Loyalitas Anggota*, Skripsi ,(Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2014), hlm 3

tetapi juga dapat menarik pelanggan baru.⁶ Loyalitas anggota merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha. Nasabah yang mempunyai loyalitas yang tinggi akan terus menerus menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan BMT, dan tidak akan terpengaruh oleh jasa yang ditawarkan pihak lain, ketika terdapat hal-hal yang tidak mereka sukai maka akan memberitahukan kepada penyedia jasa dan tidak memberitahukannya kepada orang lain.

Loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sangat penting kaitannya dengan eksistensi dan perkembangan keberhasilan perusahaan jasa. Kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kepuasan nasabah yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas nasabah pada penyedia jasa tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan yang mencakup harapan tentang kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsibility*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti langsung (*tangible*).⁷ Kualitas layanan di BMT ini dibuat sebaik mungkin dalam melayani anggotanya maupun yang belum atau yang baru akan menjadi anggota. Jika pelayanan yang diberikan bisa membuat nasabah (anggota) nya nyaman dan merasa

⁶ Dwi Aryani dan Febriana Rosinta, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Bentuk Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Vol 17, Agustus 2010, hlm. 114

⁷ Suranto, *Pengaruh Pengelolaan Dana, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasaah BMT Kube Sejahtera Surakarta*, Tesis, (Surakarta: IAIN Surakarta, 2017), hlm2

di layani dengan baik maka nasabah akan puas dan akan menjadi anggota yang loyal.

Selain itu peran konsumen juga sangatlah penting dalam menentukan kelangsungan eksistensi suatu perusahaan. Dengan memahami apa harapan dan keinginan konsumen dari suatu layanan jasa atau *service* maka akan didapatkan suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan tersebut. BMT sebagai salah satu sektor jasa, kinerjanya akan sangat tergantung pada baik atau buruknya layanan yang diberikan kepada para anggotanya. Semakin baik layanan yang diberikan kepada anggota, maka akan semakin mudah bagi BMT untuk membentuk sikap loyal dalam diri anggota.

Selain kualitas layanan, faktor kepercayaan menjadi sangat penting bagi sebuah perusahaan atau lembaga jasa keuangan demi menjaga hubungannya dengan anggota dalam jangka panjang. Kepercayaan didefinisikan sebagai sikap atau harapan suatu pihak bahwa hubungan yang sudah terjalin akan membawa manfaat terhadap kedua belah pihak. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diberikan kepada anggota, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitasnya.⁸ Kepercayaan merupakan keyakinan seseorang yang akan mendapatkan apa yang diinginkan atau

⁸ Farid Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indah, 2009), hlm.168

dapat memberikan apa yang diharapkan oleh orang itu kepada lembaga yang di pilih.

Setelah kepercayaan, faktor lain yang juga dapat berpengaruh terhadap loyalitas ialah lokasi. Lokasi juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi anggota dalam mengambil keputusan untuk menyimpan dananya atau meminjam dana dikarenakan oleh kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi BMT, dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan maupun bisa di akses melalui jalan kaki serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang atau tata letak ruangan, dan pemeliharaan gedung, sehingga membuat nasabah menjadi nyaman.

BMT Saka Madani merupakan Unit Jasa Keuangan Syari'ah (UJKS) yaitu salah satu lembaga jasa keuangan yang tidak terlepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan penyedia modal usaha. Dalam menanggapi situasi persaingan yang semakin ketat, salah satu caranya dengan menumbuhkan sikap loyal pada anggota BMT Saka Madani.

Berdasarkan uraian permasalahan mengenai loyalitas anggota maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang hal-hal yang mempengaruhi terhadap loyalitas anggota, maka oleh karena itu untuk melakukan penelitian penulis mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyaitas anggota BMT Saka Madani?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyaitas anggota BMT Saka Madani?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyaitas anggota BMT Saka Madani?
4. Apakah kualitas layanan, kepercayaan dan lokasi berpengaruh terhadap loyaitas anggota di BMT Saka Madani

C. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang diatas makan tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap loyaitas anggota BMT Saka Madani
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap loyaitas anggota BMT Saka Madani
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi terhadap loyaitas anggota BMT Saka Madani
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan lokasi terhada loyaitas anggota di BMT Saka Madani

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat diantaranya?

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis sebagai proses pembelajaran dan menambah ilmu pengetahuan serta pengalaman sehingga peneliti dapat mengembangkan wawasan dan ilmu serta sebagai tambahan wawasan dan ilmu bagi mahasiswa dan Prodi Ekonomi Perbankan dan Islam. Selain itu juga sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya.

2. Bagi BMT

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada pihak BMT Saka Madani untuk melakukan peningkatan pengelolaan dan pengembangan variabel yang mempengaruhi loyalitas anggota sehingga pihak BMT Saka Madani dapat mendapatkan anggota baru sekaligus mempertahankan anggota.

3. Bagi akademisi

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan dibidang sistem informasi dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan literature bidang penyusunan pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan lokasi terhadap loyalitas anggota bagi peneliti selanjutnya dan sejenisnya.