# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern seperti sekarang ini, aktivitas transaksi serta kegiatan ekonomi masyarakat bisa dilakukan dengan lembaga bank maupun non-bank. Adanya teknologi yang canggih maka masyarakat telah melibatkan lembaga keuangan untuk setiap aktivitas mereka. Karena masyarakat telah mempercayai bahwa adanya lembaga keuangan telah memudahkan mereka dalam melakukan segala transaksi yang diinginkan. Di Indonesia ini, lembaga bank maupun non-bank tidak sedikit. Sehingga mereka teliti dalam memilih lembaga untuk dilibatkan dalam transaksi tersebut.

Lembaga yang mereka pilih tentunya memberikan pelayanan yang puas. Oleh karena itu, peran pelayan atau *customer servis* itu sangat penting untuk menarik minat anggota. Perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang keuangan merupakan perusahaan dibidang jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Dengan layanan yang telah diberikan maka masyarakat akan tertarik pada perusahaan atau lembaga tersebut. Persaingan dunia saat ini sangat pesat

baik itu dibidang industri, perdagangan maupun jasa. Kesuksesan dalam persaingan dapat dipenuhi apabila perusahaan atau lembaga bisa menciptakan dan mempertahankan konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut salah satunya adalah dengan memberikan pelayanan yang memuaskan.

Didalam sebuah lembaga keuangan yang dijadikan perhatian adalah *customer service*. *Customer service* adalah suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi pelanggan yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk.[1] Peran *customer service* ini sangat menentukan untuk menarik minat anggota. Dengan adanya komunikasi antara anggota dan *customer service* itu sebenarnya telah mengirimkan suatu pesan, karena pesan mempunyai kekuatan bermakna. Sehingga baik buruk pelayanan yang diberikan *customer service* akan mempengaruhi persepsi dan loyalitas anggota tersebut. Jadi untuk menarik minat anggota karyawan harus mempunyai etika baik, sopan, dan ramah tamah.

Sebuah perusahaan atau lembaga keungan syariah pastinya menginginkan mempunyai anggota banyak. Kualitas pelayanan *customer service* yang memuaskan maka akan menghasilkan anggota yang banyak dan anggota yang loyal. Menurut Mowen dan Minor dalam Basuswasta (1997) bahwa loyalitas adalah kondisi dimana pelanggan (anggota/nasabah) mempunyai sikap positif terhadap sebuah produk,

[1] Yuniarta H. Hutabalian dan Johnny Samuel Kalangi, *Peran Customer Service dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Politeknik*, (e-journal "Acta Diurna" Volume IV. No.3. Tahun 2015), hlm. 2.

mempunyai komitmen pada produk tersebut dan bermaksud meneruskan pembeliannya dimasa datang.[2] Loyalitas pelanggan (anggota/nasabah) merupakan faktor penentu keberhasilan lembaga keuangan dalam menjalin hubungan yang baik melalui *customer service*. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan yaitu meningkatkan anggota, baik itu anggota penabung maupun anggota pembiayaan, maka peran *customer serice* adalah memberikan pelayanan maxsimal (pelayanan yang terdapat lima dimesi utama yaitu keandalan, daya tangkap, jaminan, perhatian, dan bukti fisik) kepada konsumen atau anggota dalam menanggapi segala masalah yang dikeluhkan konsumen atau anggota.

Anggota penabung adalah badan atau orang yang menyimpan sebagian uangnya di koperasi yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati antara anggota dan pihak koperasi atau lembaga. Dana yang dititipkan oleh anggota dalam bentuk tabungan akan diolah lembaga yang bersangkutan dan akan disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Sedangkan anggota pembiayaan adalah badan atau orang yang menggunakan jasa koperasi berupa pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan. Semakin banyak dana penabung yang terkumpul maka semakin besar juga lembaga tersebut berkembang. Untuk menarik anggota penabung dan anggota pembiyaan maka strategi yang digunakan

[2] Anita Rahmawaty, *Pengaruh Service Performance, Kepuasan, Trust dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syari'ah Mandiri Kudus,* (INFERENSI, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 5, No. 1, Juni 2011: 53-80), hlm. 59.

adalah menawarkan berbagai produk menarik kepada anggota dan memberikan kemudahan kepada anggota.

Selain itu peran *customer service* didalam lembaga keuangan adalah melayani, memberikan informasi tentang produk-produk dan fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh lembaga keuangan tersebut serta menciptakan hubungan yang harmonis dengan para anggota maupun calon anggota. Dengan adanya hubungan yang baik dengan anggota maka dapat menarik minat dan perhatian masyarakat untuk menabung dan meminjam. Akan tetapi pelayanan *customer service* yang tidak menimbulkan kepuasan kepada anggota atau masyarakat maka minat dan perhatian masyarakat untuk menabung dan meminjam di lembaga keuangan tidak akan tercipta.

Oleh karena itu *customer service* harus memberikan pelayanan yang mencerminkan pendekatan seutuhnya kepada anggota berupa sikap menolong, bersahabat, dan professional yang memuaskan anggota agar anggota tersebut datang kembali untuk menggunakan jasa yang telah tersedia. Pelayanan yang bermutu tidak hanya dilakukan karyawan yang bertugas dibagian *front office* tetapi dilakukan seluruh karyawan yang berhadapan langsung dengan nasabah.

**Tabel 1.1**

**Data Jumlah Pegawai**

| No | Lembaga | Jumlah |
|---|---|---|
| 1 | BMT Pahlawan Tulugagung | 15 |
| 2 | BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar | 6 |
| Jumlah | | 21 |

Sumber: data BMT Pahlawan dan BMT UGT Sidogiri capem Sukorejo

BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar merupakan salah satu lembaga yang mengaplikasikan strategi tersebut untuk menarik anggota dengan memberikan pelayanan yang maxsimal dan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada anggota. Dengan cara melayani anggota yang ingin menabung dan memberikan pinjaman kepada anggota yang kekurangan dana. Perbedaan *customer service* pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar terletak pada karyawan yang telah bertugas dan dari segi pelayanan, dimana karyawa pada BMT UGT Sidogiri Capem sukorejo Blitar laki-laki semua dengan sistem pelayanan menjemput bola yaitu mendatangi anggota bersangkutan ditempat dan pada BMT Pahlawan Tulungagung karyawannya laki-laki dan perempuan dengan sistem pelayanan mayoritas anggota yang bersangkutan datang kekantor.

Manajemen syariah secara terminologi didefinisikan sebagai manajemen yang dilandasi hukum-hukum Islam yang bersumber Al-Qur'an dan Hadis.[3] *Customer service* ditinjau dari manajemen syariah tidak hanya memberikan kepuasan kepada anggota dalam meningkatkan loyalitas anggota tetapi perlu adanya menanamkan nilai dan akhlak yang baik seperti sopan dan santun dalam bercakap. Menganggap semua aktivitas yang dilakukan kelak akan dipertanggung jawabkan kepada Allah SWT. Sebagaimana usaha dan cara yang harus digunakan oleh BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Blitar.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Penabung dan Anggota Pembiayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar". Peneliti memilih BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar karena merupakan salah satu dari beberapa koperasi yang sedang berkembang.

## B. Fokus Penelitian

Dari penelitian yang berjudul "Peranan *Customer Service* dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Penabung dan Anggota Pembiayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar", dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

---

[3] Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), hlm. 5.

1. Bagaimana peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung dan anggota pembiayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar?
2. Bagaimana loyalitas anggota penabung pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar?
3. Bagaimana loyalitas anggota pembiayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar?
4. Bagaimana peranan *customer service* ditinjau dari manajemen syariah?

## C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung dan anggota pembiyaan pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.
2. Untuk mendeskripsikan loyalitas anggota penabung pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.
3. Untuk mendeskripsikan loyalitas anggota pembiayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.
4. Untuk mendeskripsikan peranan *customer service* ditinjau dari manajemen syariah.

## D. Batasan Masalah

Untuk membahas masalah dalam fokus penelitian supaya tidak keluar dari jalur pembahasan serta menghasilkan pembahasan yang terarah. Adapun batasan penelitain ini sebagai berikut:

1. Batasan Lokasi Penelitian

   Hanya membahas peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung dan anggota pembiayaan pada BMT pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.

2. Batasan Masalah Penelitian

   Adapun masalah pokok yang diteliti adalah masalah usaha atau hal yang dilakukan *customer service* untuk meningkatkan loyalitas anggota penabung dan anggota pembiayaan pada BMT pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.

## E. Manfaat penelitian

a. Manfaat teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, dapat berguna sebagai pengembangan ilmu pengetahuan sehingga dapat diterapkan dalam pembelajaran lebih lanjut.

b. Manfaat praktik

   1) Bagi peneliti, dapat menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai masalah peranan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggota penabung dan anggota pembiayaan.

2) Bagi IAIN Tulungagung, dapat memeberikan sumbangan pengetahuan sehingga mampu membantu pengembangan ilmu pengetahuan dan meningkatkan kualitas pendidikan.

3) Bagi BMT Pahlawan dan BMT Muamalat Tulungagung, dapat dijadikan sebagai bentuk evaluasi dalam melayani anggota penabung dan pembiayaan sekaligus dapat dijadikan motivasi utuk menambah anggota penabung dan pembiayaan.

c. Bagi peneliti selanjutnya, dapat digunakan sebagai bahan rujukan sebagai sumber informasi dan bahan untuk penelitian selanjutnya sehingga dapat lebih dikembangkan secara mendalam.

## F. Penegasan istilah

Agar terhindar dari kesalah pahaman dalam menelaah serta memahami pokok-pokok permasalahan dalam uraian selanjutnya maka terlebih dahulu penulis mengemukakan pengertian-pengertian yang ada dalam judul skripsi yaitu "Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Penabung dan Anggota Pembiayaan Pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar". Adapun istilah-istilah yang akan penulias kemukakan dalam judul adalah sebagai berikut:

1. Definisi konseptual

a. Peranan *Customer Service*

*Customer service* adalah suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan

perantara bagi pelanggan yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk.[4]

b. Loyalitas

Menurut Mowen dan Minor dalam Basuswasta (1997) bahawa loyalitas adalah kondisi dimana pelanggan (anggota/nasabah) mempunyai sikap positif terhadap sebuah produk, mempunyai komitmen pada produk tersebut dan bermaksud meneruskan pembeliannya dimasa datang.[5]

c. Anggota

Anggota adalah pemilik sekaligus pengguna pelayanan koperasi.[6]

d. Anggota penabung

Pengertian tabungan menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.[7] Jadi dapat disimpulkan bahwa anggota penabung adalah badan atau orang yang menyimpan sebagian uangnya di koperasi yang penarikannya

---

[4] Yuniarta H. Hutabalian dan Johnny Samuel Kalangi, *Peran Customer Service..*, hlm. 2.

[5] Anita Rahmawaty, *Pengaruh Service Performance…*, hlm. 59.

[6] Rozali, *Analisis Partisipasi Anggota Koperasi Terhadap Peningkatan Pendapatan SHU Koperasi pada KPN Padanjakaya Kecamatan Marawola Tahun Buku 2002-2012*, (e-Jurnal Katalogis, Volume 4 Nomor 1, Januari 2016), hlm. 38.

[7] Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 84.

hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati antara anggota dan pihak koperasi atau lembaga.

e. Anggota pembiayaan

Pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.[8] Anggota pembiayaan adalah badan atau orang yang menggunakan jasa koperasi berupa pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

d. Manajemen Syariah

Manajemen syariah secara terminolodi didefinisikan sebagai manajemen yang dilandasi hukum-hukum Islam yang bersumber Al-Qur'an dan Hadis.[9]

2. Operasional

Secara operasional yang dimaksud dengan peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung dan anggota pembiayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung Dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar adalah dengan adanya peranan customer service yang baik dalam proses melayani anggota untuk meningkatkan loyalitas anggota penabung dan anggota pembiayaan itu dapat memperluas dan mendukung pertumbuhan lembaga keuangan syariah khususnya BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT

[8] Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 681.

[9] Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam…*, hlm. 5.

Sidogiri Capem Sukorejo Blitar yang dideskripsikam melalui wawancara dan dokumentasi.

## G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika pembahasan ini dipaparkan dengan tujuan untuk memudahkan penulisan dan pemahaman. Oleh karena itu, penulisan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab, pada tiap-tiap bab terdiri dari beberapa sub bab, sehingga pembaca dapat memahami dengan mudah tentang penelitian yang dilalukakan oleh peneliti. Adapun sistematika pembahasannya adalah:

BAB I Pendahuluan. Dalam bab ini akan menjelaskan tentang suatu gambaran yang masih bersifat umum yang meliputi konteks penelitian, yang berisi pertimbangan alasan pemilihan judul. Disamping itu juga berisi fokus penelitian, kemudian dilanjutkan dengan tujuan beserta kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sebagai akhir dari bab ini akan diuraikan terkait dengan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Pustaka, yang terdiri dari kajian fokus, hasil penelitian terdahulu, kerangka berfikir teoritis yang memuat tentang pengertian dan latar belakang adanya peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung dan anggota pembiayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.

BAB III Metode Penelitian, yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data,

teknik pengumpulan data, teknik analisi data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian dari peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung dan anggota pembiayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.

BAB IV Hasil Penelitian, yang terdiri dari paparan data, dan temuan penelitian dari peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung dan anggota pembiayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.

BAB V Pembahasan, analisis dengan melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori peneliti yang ada dari peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung dan anggota pembiayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.

BAB VI Penutup, yang berisi kesimpulan dan saran atau rekomendasi dari peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung dan anggota pembiayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT UGT Sidogiri Capem Sukorejo Blitar.