

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan antara lembaga keuangan saat ini baik lembaga keuangan konvensional maupun syariah sangat ketat yang ditandai dengan berdirinya lembaga-lembaga keuangan yang beragam. Lembaga keuangan sendiri dalam dunia keuangan bertindak sebagai lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi nasabahnya, dimana pada umumnya diatur oleh regulasi keuangan dari pemerintah.

Salah satu lembaga keuangan syariah bisa dibedakan menjadi lembaga keuangan mikro dan makro. Lembaga keuangan mikro sendiri bertujuan untuk menjadikan individu mandiri dengan menawarkan pendanaan tepat waktu, membantu mempelajari ketrampilan dan membangun mata pencaharian yang stabil. Sedangkan lembaga keuangan makro bertujuan untuk pembangunan ekonomi secara lebih luas, skala yang lebih besar dan melibatkan seluruh masyarakat. Terdapat beberapa jenis lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia diantaranya *Baitul Maal wat Tamwil* atau BMT, Koperasi Syariah dan Bank Wakaf Mikro.

Lembaga atau pihak yang mempunyai tugas khususnya menangani segala harta umat, baik berupa pendapatan maupun pengeluaran negara secara terminologi menurut Abdul Qadim Zallum disebut dengan *baitul maal*. Jadi, setiap harta, baik berupa tanah, bangunan, barang tambang,

uang, komoditas perdagangan, maupun harta benda lainnya, dimana kaum muslimin berjak memilikinya sesuai hukum dan tidak ditentukan individu pemiliknya walaupun telah ditentukan pihak yang menerimanya, maka harta tersebut sudah dianggap sebagai pemasukan bagi baitul mal.²

BMT memiliki dua fungsi utama, yakni sebagai *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* berfungsi untuk mengumpulkan dan menyalurkan dana yang bersifat nonprofit, seperti zakat, infaq dan sedekah. *Baitul tamwil* berfungsi untuk mengumpulkan dan menyalurkan dana yang berorientasi pada profit, seperti menyalurkan pembiayaan kepada anggota, dan kegiatan produktif lainnya. Keberadaan BMT di tengah-tengah masyarakat saat ini memberikan angin segar bagi masyarakat terutama masyarakat pedesaan. Mereka yang tidak terjangkau perbankan atau memiliki pengalaman pahit dengan perbankan akan mempertimbangkan menggunakan BMT. Adanya fungsi sosial diharapkan memberikan dampak positif bagi masyarakat agar tidak hanya berorientasi pada dunia saja, tetapi juga akhirat.³

BMT (Baitul Maal wat Tamwil) merupakan pelaku ekonomi yang menggunakan akad dan prinsip syariah. BMT mengacu pada eksistensi hukum ekonomi syariah dalam sistem hukum nasional Indonesia, karena hukum ekonomi dan keuangan syariah belum diatur perundang-undangan di Indonesia, tetapi untuk peraturan mengenai Perbankan Syariah telah diatur yakni UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang

²Nurul Huda, *Baitul Mal Wa Tamwil*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2016), hal. 20-21

³Shochrul Rohmatul A, Ahmad Hudaifah, dkk, *Koperasi BMT: Teori, Aplikasi dan Inovasi*, (Jawa Tengah: CV. Inti Media Komunika, 2020), hal. 12-13

berbentuk fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).⁴

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.⁵ Pelayanan didefinisikan sebagai suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat dari adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disebabkan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen.⁶

Salah satu lembaga keuangan syariah non bank yang penghimpun dan penyaluran dana kepada masyarakat yang ada di Tulungagung yakni BMT Muamalah Tulungagung. BMT Muamalah Tulungagung berlokasi di Jl. Mayjen Sungkono III, Kutoanyar, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung. BMT Muamalah sendirimerupakan lembaga keuangan mikro syariah yang berorientasi pada profit dan non profit. Dimana awal pembentukan pada 15 Juli 1998 yang diprakarsai oleh beberapa alumni dari STAIN Tulungagung hingga pada 28 Agustus 1998 disahkan oleh Kepala Kantor Departemen Koperasi Pengusaha Kecil dan Menengah dengan nama Koperasi Baitul Maal Wat Tamwil Muamalah. Beberapa produk yang dimiliki oleh BMT Muamalah yakni produk simpanan dan produk pembiayaan.

⁴Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Petbankan Syariah

⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hal. 22.

⁶Nina Indah Febriana, "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung", *Jurnal An-Nisbah*, Vol.03 No.1Oktober 2016, hal. 150.

Tabel 1.1
Anggota Pembiayaan BMT Muamalah Tulungagung

Tahun	Anggota Pembiayaan
2018	398
2019	438
2020	319
2021	354
2022	393

Sumber: Data BMT Muamalah Tulungagung

Pada tabel 1.1 jumlah anggota pembiayaan pada BMT Muamalah Tulungagung pada tahun 2018-2022 mengalami kenaikan juga penurunan. Pada tahun 2018 jumlah anggota pembiayaan mencapai 398 anggota. Pada tahun selanjutnya yakni tahun 2019 mengalami kenaikan yang cukup besar yakni sebanyak 438 anggota. Namun, jumlah anggota pada tahun 2020 sedikit mengalami penurunan jumlah anggota yakni dengan jumlah 319 anggota. Hal ini dikarenakan pada tahun 2020 terjadi wabah virus covid-19 yang mana berdampak terhadap jumlah anggota pembiayaan di BMT Muamalah. Tahun 2021 jumlah anggota pembiayaan mengalami kenaikan yakni sebesar 354 anggota. Dan pada tahun 2022 jumlah anggota pembiayaan pada BMT Muamalah Tulungagung mengalami kenaikan kembali menjadi 393 anggota. Bisa dilihat bahwa jumlah anggota pembiayaan selama 5 tahun terakhir mengalami sedikit penurunan, akan tetapi dapat mengalami kenaikan kembali pada tahun 2021.

Selain BMT Muamalah Tulungagung, terdapat juga KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung. KSPPS Harapan Umat Tulungagung merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang beralamatkan di Jln. Letjend Suprpto No. 24, Kepatihan, Kec. Tulungagung, Kab.

Tulungagung. BMT Harapan Umat dirintis pada tahun 1996 dan mulai beroperasi sepenuhnya pada 25 Januari 2002. Produk yang ditawarkan oleh BMT Harapan Umat meliputi penyertaan modal, simpanan, serta pembiayaan bagi hasil.

Tabel 1.2

Anggota Pembiayaan

KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung

Tahun	Anggota Pembiayaan
2018	4.620
2019	4.835
2020	4.916
2021	4.144
2022	5.339

Sumber: Data KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung

Pada tabel 1.2 bisa dilihat jumlah anggota pembiayaan KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung dari tahun 2018 sampai 2022. Data diatas merupakan total keseluruhan dari pembiayaan Murabahah dan tabungan serta deposito.

Pada tahun 2018 total jumlah anggota pembiayaan mencapai 4.620 anggota. Tahun 2019 jumlah anggota mencapai 4.835 anggota. Sedangkan pada tahun 2020 mencapai 4.916 anggota. Pada tahun 2021 dengan jumlah anggota 5.144 anggota. Dan pada tahun 2022 mencapai 5.339 anggota.

Dari tahun 2018 sampai tahun 2022 mengalami kenaikan jumlah anggota yang cukup signifikan. Bisa dilihat, dalam jangka 5 tahun kenaikan jumlah anggota KSPPS BMT Harapan Ummat Tulungagung mencapai 719 anggota. Dengan kenaikan jumlah anggota paling tinggi pada tahun 2020 dan 2021 dengan kenaikan sebesar 228 anggota.

Promosi adalah informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang (individu) maupun organisasi kepada sebuah tindakan yang menciptakan pertukaran di dalam pemasaran. Selain aspek produk yang ditonjolkan oleh suatu perusahaan maupun perbankan, peran promosi juga dinilai sangat penting. Tanpa adanya promosi, masyarakat maupun nasabah tidak akan mengerti dan memahami produk atau layanan apa yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau perbankan. Keberhasilan usaha pada perbankan terletak pada pengolahan manajemen pemasarannya. Pemasaran sendiri merupakan tombak terhadap produk yang ditawarkan, sedangkan promosi sendiri berperan sebagai perantara memperkenalkan produk kepada nasabah maupun calon nasabah.

Mengenai pemilihan lokasi yang dipilih adalah BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung karena lokasi tersebut sangat mudah dijangkau, serta tempatnya yang strategis yang dekat dengan pusat kota. Lokasi penelitian yang mudah dijangkau setiap saat jika ada kepentingan penelitian dan memiliki daya tarik tersendiri sehingga membuat peneliti memilih lokasi ini.

Mengenai pembahasan penelitian tentang peningkatan jumlah nasabah sudah banyak diteliti oleh para peneliti terdahulu. Yang membedakan adalah variabel pendukung untuk meningkatkan jumlah nasabah. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada dari kedua BMT untuk lebih meningkatkan kepuasan yang berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.

Dengan adanya hal ini, diharapkan dari pihak BMT Muamalah dan KSPPS BMT Umat Tulungagung untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan sebaik mungkin. Dengan semakin ketatnya persaingan di bidang lembaga keuangan konvensional maupun syariah maka diharapkan BMT Muamalah dan KSPPS BMT Umat Tulungagung terus menerus melakukan pengembangan strategi bisnis dan pemasarannya dengan memberikan kemudahan layanan dan pemahaman kepada nasabah dalam menggunakan jasa lembaga keuangan. Karena dengan pemasaran dan pengenalan produk yang baik akan berdampak pada peningkatan jumlah nasabah. Dengan ini peneliti mengambil judul **“Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan dan Promosi di BMT (Studi Kasus di BMT Muamalah Tulungagung Dan KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung)”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pembahasan latar belakang diatas, dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi peningkatan jumlah nasabah melalui kualitas pelayanan di BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung?
2. Bagaimana strategi peningkatan jumlah nasabah melalui promosi di BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung?
3. Bagaimana dampak strategi peningkatan jumlah nasabah melalui kualitas pelayanan di BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung?

4. Bagaimana dampak strategi peningkatan jumlah nasabah melalui promosi di BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji strategi peningkatan jumlah nasabah melalui kualitas pelayanan di BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung?
2. Untuk mengkaji strategi peningkatan jumlah nasabah melalui promosi di BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung?
3. Untuk mengkaji dampak strategi peningkatan jumlah nasabah melalui kualitas pelayanan di BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung?
4. Untuk mengkaji dampak strategi peningkatan jumlah nasabah melalui promosi di BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung?

D. Identifikasi Penelitian Dan Batasan Masalah

Ruang lingkup penelitian difokuskan pada kualitas pelayanan dan promosi produk layanan yang dimiliki oleh BMT Muamalah dan KSPPS BMT Umat dalam meningkatkan jumlah nasabah BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun kegunaan penelitian ini yaitu:

1) Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap dapat membawa manfaat bagi masyarakat baik secara khusus maupun umum serta dapat dijadikan referensi bagi peneliti yang akan datang dan dapat dijadikan sebagai penambah wawasan bagi para pembaca ataupun masyarakat.

2) Secara Praktis

- a. Bagi UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa/i dalam melakukan penelitian tentang perbankan syariah.
- b. Bagi lembaga BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung, diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai evaluasi dan acuan dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan perbandingan dalam penelitian selanjutnya.
- d. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat dijadikan pembelajaran yang nantinya dapat menerapkan ilmu yang didapatkan secara langsung.

F. Definisi Istilah

1. Konseptual

a. Kualitas Pelayanan

Umumnya, pelayanan lebih bersifat intangibles, tidak dapat dilihat dan diraba, sehingga penggunaanya hanya bisa merasakan melalui pengalaman langsung. Namun, sebuah pengalaman mencakup juga hal-hal yang tangibles, yang dapat dilihat dan diraba berupa dimensi fisik dari pelayanan itu sendiri. Usaha-usaha pelayanan jasa seperti perbankan serta usaha layanan memiliki dimensi yang kelihatan dan yang tidak kelihatan.⁷

Menurut Triguono, standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa. Berkualitas mempunyai arti memuaskan kepada yang dilayani, baik internal maupun eksternal dalam arti optimal pemenuhan atas tuntutan masyarakat.⁸

Kualitas pelayanan juga bergantung pada beberapa hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dari faktor manusia sangat memegang kontribusi terbesar dari kualitas pelayanan terhadap perusahaan. Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan

⁷ Antonius Atosokhi dkk, *Relasi Dengan Dunia*, (Jakarta: Elex Media komputindo, 2005), hal. 344.

⁸ Ahmad Mustanir, *Pelayanan Publik*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2022), hal. 47.

mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.⁹ Berdasarkan definisi di atas, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari pelanggan di perusahaan.

b. Promosi

Promosi merupakan salah satu dari kegiatan dari marketing mix. Pada kegiatan ini, setiap perusahaan akan mempromosikan produk yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung.

c. Nasabah

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 disebutkan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah terbagi atas nasabah penyimpanan dan nasabah debitur. Maka yang dimaksud dengan nasabah adalah orang yang menjadi langganan sebuah bank karena uangnya diputar melalui bank.¹⁰

2. Operasional

Dampak kualitas pelayanan dan promosi dalam peningkatan jumlah nasabah yang dimaksud peneliti dalam pembahasan ini adalah pengaruh dari variabel independen yakni kualitas pelayanan dan promosi dalam meningkatkan variabel dependen yakni jumlah

⁹Fendy Tjiptodan Gregorius Chandra, *Service, Citra Wisatadan Setifaction*. (Yogyakarta: Andi, 2005), hal. 121

¹⁰Soegeng Wahyoedi dan Saparso, "*Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi atas Religilitas, Kualitas Layanan, Trust dan Loyalitas*", (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hal. 23.

nasabah pada BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung.

Secara operasional yang dimaksud dari dampak kualitas pelayanan dan promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung adalah sejauh mana kualitas pelayanan dan promosi produk BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung dapat mempengaruhi tingkat kenaikan jumlah nasabah pada kedua BMT tersebut.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah memahami apa saja isi penyusunan skripsi ini, maka peneliti menuangkan kerangka sistematika ke dalam beberapa bab, sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan berisi tentang latar belakang pembahasan yang dipilih, tujuan, pembatasan masalah, manfaat dan definisi istilah, dan sistematika penulisan. Penelitian ini dibuat guna untuk melandasi munculnya penelitian tersebut.

BAB II Kajian Pustaka disini tentang teori yang bersangkutan dengan judul penelitian yang diambil dari buku-buku, jurnal atau referensi lainnya. Dalam penelitian ini juga dilengkapi penelitian terdahulu yang berguna untuk memperkuat penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan adanya teori yang nantinya dirujuk dari

pustaka atau hasil penelitian sebelumnya akan digunakan sebagai bahan pembahasan dari hasil penelitian di lapangan.

BAB III Metode Penelitian berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti saat observasi, data dan sumber data yang diperoleh, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan umum, dan tahap-tahap penelitian. Hal ini dibuat guna meyakinkan pembaca bahwa penelitian benar-benar fakta. Bukan tanpa penelitian di lapangan kemudian menghasilkan penelitian, tetapi memang adanya penelitian di lapangan kemudian menghasilkan suatu karya.

BAB IV Hasil Penelitian berisi tentang hasil data yang disajikan peneliti dalam pertanyaan di dalam rumusan masalah penelitian. Hasil data tersebut diperoleh peneliti melalui pengamatan di lapangan atau hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, serta informasi lainnya sebagaimana tersebut diatas.

BAB V Pembahasan ini memuat tentang pokok permasalahan dari penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana peningkatan jumlah nasabah BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung.

BAB VI Penutup berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran, dimana temuan-temuan tersebut sesuai dengan rumusan masalah.

DAFTAR Berisi tentang bahan-bahan pustaka dari buku, jurnal, skripsi PUSTAKA dan referensi lainnya yang digunakan untuk memperkuat penelitian ini.