

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh Lembaga Keuangan non-Bank untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya tetapi dalam pemasaran modern paradigma pemasaran telah bergeser, tidak hanya menciptakan transaksi untuk mencapai keberhasilan pemasaran tetapi perusahaan juga harus menjalin hubungan dengan pelanggan dalam waktu yang panjang dengan cara membina hubungan yang lebih dekat dan menciptakan komunikasi dua arah dengan mengelola suatu hubungan yang saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan.

Loyalitas anggota merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis terutama lembaga keuangan syariah. Anggota yang puas dan loyal (setia) tidak akan ragu untuk menjadi penyebar yang baik dari mulut ke mulut mengenai kebaikan produk yang dipakainya. Kepuasan yang di dapat cenderung menyebabkan anggota berperilaku positif dan kedekatan emosioanal terhadap lembaga dan produk sehingga membentuk kesetiaan anggota yang kuat.

Pelayanan merupakan suatu hal yang penting yang harus diperhatikan oleh Lembaga Keuangan Syariah. Pelayanan yang diberikan menentukan eksistensi dari suatu Lembaga Keuangan Syariah serta penilaian dari nasabah untuk memilih bahkan loyal terhadap Lembaga

tersebut. Selanjutnya dengan meningkatkan kualitas pelayanannya, maka LKS tentunya memiliki tempat istimewa di hati para nasabah karena pengalaman menyenangkan dari layanan jasa yang diberikan oleh LKS akan diingat oleh nasabah. Sehingga nasabah akan beranggapan bahwa LKS tersebut yang paling baik. Dan keputusan nasabah untuk tetap loyal terhadap LKS tersebut akan semakin besar.

Seiring dengan semakin banyak bermunculan lembaga keuangan syari'ah di Indonesia, tentunya telah memberikan alternatif baru bagi para konsumen pengguna jasa keuangan khususnya konsumen muslim untuk menggunakan produk-produk lembaga keuangan tersebut dengan metode non bunga atau sistem bagi hasil. Munculnya lembaga keuangan syari'ah dilatar belakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari kegiatan muamalahnya dari sistem riba. Untuk memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan bermuamalah yang sesuai dengan perintah agamanya dan sebagai alternatif lain dalam menikmati jasa-jasa pada lembaga keuangan yang dirasakannya lebih sesuai dan berlandaskan pada hukum Islam.

Koperasi sebagai sebuah lembaga ekonomi rakyat yang telah lama di kenal di Indonesia, bahkan Mohammad Hatta salah seorang proklamator Republik Indonesia dikenal sebagai bapak koperasi, mengatakan bahwa koperasi adalah badan usaha bersama yang umumnya perekonomian lemah yang bergabung secara suka rela dan atas persamaan hak dan kewajiban melakukan usaha yang bertujuan untuk memenuhi

kebutuhan para anggotanya. Menurut Undang-Undang nomer 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian pada Bab I (ketentuan umum) pasal I menyebutkan arti koperasi sebagai berikut¹:

“koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan”.

Begitu pula dengan lembaga keuangan yang memiliki basis syariah, di tuntut untuk memiliki ahklak yang lebih baik dari kinerja atau cara memimpinya. Syariat dan prinsip islam merupakan pondasi utama untuk menjalankan tugas dan pekerjaannya. Lembaga keuangan lebih tepatnya disebut LKS atau lembaga keuangan syariah yang merupakan organisasi ekonomi yang operasionalnya berdasarkan syariat Islam.²

Secara *harfiyah/ lughowi baitul mal* berarti rumah dana dan *baitut tamwil* berarti rumah usaha.³ Sehingga dapat ditarik kesimpulan *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) merupakan lembaga ekonomi keuangan yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai syariat Islam. BMT juga merupakan sebuah institusi yang menjalankan dua kegiatan secara terpadu yakni sebagai *baitul Mal* melakukan kegiatan sosial atau bisa disebut *mentasyarufkan* dana sosial

¹ Undang-undang No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.

² A.djuzali dan yadi januari, lembaga perekonomian umat (sebuah pengantar), jakarta :UII Pres 2002. Hal 4

³ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT), (Yogyakarta: UII Press, 2004) hal.126

BMT bergerak dalam bidang peningkatan ekonomi masyarakat kecil, melalui berbagai kegiatan menghimpun berbagai jenis simpanan atau tabungan dari nasabah yang biasa disebut anggota dan selanjutnya dikembangkan melalui pembiayaan, investasi atau penyertaan modal usaha bagi anggota lain yang membutuhkan. Sedangkan *baitul maal* sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang melakukan kegiatan sosial yakni mendorong, menggerakkan dan menghimpun zakat, infaq, shodaqoh dari para nasabahnya yang kemudian disalurkan melalui kegiatan sosial membantu masyarakat yang kurang mampu. Dan pada dataran hukum Indonesia badan hukum yang paling bisa digunakan untuk BMT adalah koperasi. "BMT berasaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berlandaskan prinsip syari'ah Islam, keimanan, keterpaduan (kaffah), kekeluargaan/ koperasi, kebersamaan, kemandirian, dan profesionalisme".⁴

Jones dan Sanserp sebagaimana dikutip oleh Hurriyati yang mempelajari persiapan penerapan berbagai kesempatan perdagangan di era globalisasi berkeyakinan bahwa "di era perdagangan bebas tidak terproteksi sama sekali, maka yang menjadi tumpuan perusahaan untuk tetap mampu bertahan hidup adalah anggota yang loyal".⁵ Loyalitas anggota dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu kualitas pelayan dan etika *account offiser*.

⁴ Ibid, hal. 129.

⁵ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal.56

Kemampuan untuk memberikan jasa dengan akurat dan mempunyai wawasan terhadap produk serta bertutur kata dengan keramahan, kesopanan dalam memberikan pelayanan, kemampuan menanamkan kepercayaan anggota juga merupakan salah satu kualitas dari sebuah pelayanan yang baik. Sehingga apabila sebuah lembaga mempunyai kualitas pelayanan yang baik juga akan mempengaruhi kepuasan dari para anggota itu sendiri dan akan memunculkan sifat kelayakan dari anggota.

Kondisi yang selalu berubah mengakibatkan sebuah lembaga mengalami kesulitan di dalam membentuk dan menciptakan para anggota yang loyal. Dengan kondisi BMT yang mempunyai produk yang relatif sedikit dan tetap, strategi pemasaran yang masih bersifat lokal, serta dipromosikan yang masih kurang gencar serta persaingan yang cukup ketat menyebabkan BMT kurang dikenal oleh masyarakat secara umum. Hal ini menjadi fenomena yang sangat menarik untuk mengetahui tingkat pelayanan dan etika *account officer* dan pada akhirnya akan berdampak pada kelayakan dari anggotanya.

Dunia bisnis akan bisa berjalan dengan baik jika mereka dapat menjaga keseimbangan dirinya dan lingkungannya. Profit bukanlah semata – mata tujuan yang harus selalu diutamakan. Dalam dunia bisnis etika – etika *account officer* dalam memasarkan produk itu penting. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk senantiasa berbuat baik di dunia. Bahkan ada yang berpendapat bahwa Islam itu akhlak karena mengatur

semua perilaku kita, mulai dari tidur sampai bangun kembali bahkan sampai pada ekonomi, bisnis dan politik. Etika atau moral dalam bisnis merupakan bagian dari keimanan, keislaman dan ketakwaan yang didasarkan pada keyakinan akan kebenaran Allah SWT. Islam diturunkan Allah pada hakekatnya adalah untuk memperbaiki akhlak atau etika.

Sejarah singkat berdirinya BMT Dinar Amanu. Sebelumnya BMT Dinar Amanu berdiri pada tahun 2002 dan nama lembaga keuangan syariah tersebut bernama koperasi amanu, masih berupa koperasi syariah dan pada tahun 2010 barulah berubah menjadi BMT Dinar Amanu. Dan berikut ini pendiri BMT Dinar Amanu yaitu : Drs. H. Maryoto Birowo, Drs. H. Supardi, MM, H. Nyadin, M .A.

Tabel 1.1

Tabel data BMT Dinar Amanu Tahun 2012-2015

NAMA LEMBAGA	TAHUN	ASET	JUMLAH KARYAWAN
BMT DINAR AMANU	2012	2.284.178.200	4
	2013	2.428.366.100	3
	2014	2.590.019.500	5
	2015	2.599.344.400	5

Sumber: diolah dari RAT BMT Dinar Amanu

Kenaikan pertumbuhan aset juga dialami BMT Dinar Amanu Tulungagung walaupun tidak signifikan. Pada tabel di atas dapat dilihat pada tahun 2012 BMT Dinar Amanu memiliki total aset Rp. 2.284.178.200. Tahun 2013 aset kembali mengalami kenaikan dengan jumlah total aset Rp. 2.428.366.100. Begitu pula tahun 2014 yang mengalami kenaikannya cukup banyak walaupun masih kalah dibandingkan tahun sebelumnya yaitu dengan total aset Rp. 2.599.344.400. Dan untuk tahun 2015 juga mengalami kenaikan walaupun tidak terlalu banyak dibanding dengan tahun sebelumnya. Sedangkan perkembangan jumlah karyawan mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2012 jumlah karyawan berjumlah 4 orang. Tahun 2013 jumlah karyawan menjadi 3 orang. Sedangkan tahun 2014 jumlah karyawan mengalami kenaikan dengan jumlah menjadi 5 orang. Dan untuk tahun 2015 jumlah karyawan tidak mengalami kenaikan maupun penurunan dari tahun sebelumnya yaitu berjumlah 5 orang.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **"ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN ETIKA ACCOUNT OFFICER TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA PADA BMT DINAR AMANU TULUNGAGUNG"**.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Identifikasi dan batasan masalah dari penelitian ini adalah untuk menghindari tidak terkendalinya bahasan masalah yang berlebihan pada studi kasus ini, maka batasan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan merupakan kunci utama dalam menarik minat anggota untuk melakukan pembiayaan di BMT Dinar Amanu. Kualitas pelayanan, tentunya dipengaruhi oleh etika *account officer* sebagai pelaksana dalam lembaga keuangan syariah.
2. Etika *Account Officer*. *Account Officer* merupakan pelaksana dalam memproses calon anggota atau pembiayaan di BMT Dinar Amanu. Sehingga etika seorang *Account Officer* sangat berpengaruh dalam hal tersebut.
3. Loyalitas anggota BMT adalah kesetiaan anggota terhadap BMT tersebut sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan dan etika *Account Officer*.

C. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu?
2. Apakah faktor etika *account officer* berpengaruh terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu?
3. Apakah faktor kualitas pelayanan dan etika *account officer* berpengaruh

secara simultan terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu?

4. Diantara kualitas pelayanan dan etika *account officer* manakah yang dominan berpengaruh terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu?

D. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan jawaban dari persoalan yang menjadi rumusan masalah diatas yang telah diajukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu.
2. Untuk menguji pengaruh etika *account officer* terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan etika *account officer* secara simultan terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu.
4. Untuk menguji manakah yang dominan berpengaruh antara kualitas pelayanan dan etika *account officer* terhadap loyalitas anggota di BMT Dinar Amanu.

E. Kegunaan penelitian

Untuk kegunaan penelitian dapat dibagi menjadi dua antara lain:

1. Kegunaan Secara Teoretis
Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat member sumbangsis pemikiran dalam bidang marketing.
2. Kegunaan Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi lembaga keuangan maupun peneliti lanjutan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan pedoman untuk:

a. Bagi BMT Dinar Amanu

Sebagai bahan evaluasi kinerja manajemen BMT dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan etika *Account Officer* demi kelayakan nasabah atau anggota dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syari'ah.

b. Bagi Akademis:

Diharapkan bermanfaat secara teori dan aplikasi terhadap pengembangan khazanah ilmu ekonomi Islam. Sekiranya penelitian ini adalah merupakan informasi yang berharga sebagai kontribusi pemikiran. Dan menambah arsip dokumen perbendaharaan pada IAIN Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya:

- Sebagai bahan informasi penelitian selanjutnya.
- Penelitian ini merupakan kesempatan bagi peneliti selanjutnya untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh kedalam praktik yang sesungguhnya, khususnya bagi lembaga keuangan yang diteliti.

F. Penegasan Istilah

a. Dfinisi secara konseptual

- Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan

dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁶

- Pengertian loyalitas nasabah menurut Jacoby dan Keyner dalam Pedersen dan Nysveen, yaitu pembelian non random dari waktu ke waktu pada suatu merek diantara banyak merek oleh konsumen. Selanjutnya pengertian loyalitas Oliver yang dikutip oleh Jacoby dan Nysveen, loyalitas sebagai komitmen yang dalam untuk melakukan pembelian ulang atau memilih kembali suatu barang atau jasa secara konsisten pada masa yang akan datang.⁷
- Pengertian Etika (Etimologi), berasal dari bahasa Yunani adalah “Ethos”, yang berarti watak kesusilaan, kebiasaan atau tujuan moral seseorang serta pandangan dunia mereka, yakni gambaran, cara bertindak ataupun gagasan yang paling komprehensif mengenai tatanan.⁸
- *Account officer* adalah aparat manajemen/petugas bank yang ditugaskan untuk membantu direksi dalam menangani tugas-tugas khususnya yang menyangkut bidang marketing dan pembiayaan.⁹

b. Definisi secara operasional

Peengaruh kualitas pelayanan dan etika *account officer* terhadap

⁶ Rambat Lumpiyadi dan Hamdan11i, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salemba Empat, 2001), hal 51

⁷ Agus Eko S. dan Rokhmat Subagiyo. *Membangun Loyalitas Nasabah...* hal 17-18

⁸ Ferry Novlia1di, *Hubungan antara Organization Based Self Esteem dengan Etos Kerja*, (Medan: Skripsi Tidak 1Diterbitkan, 2009), hal 4.

⁹ Jusuf, Jopie. *Panduan Dasar Untuk Account Officer*,(Yogukakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN,19971), hal. 8

loyalitas anggota pada BMT Dinar Amanu adalah bagaimana variabel kualitas pelayanan dan variabel *account officer* berpengaruh terhadap loyalitas anggota pada BMT Dinar Amanu.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I : Pendahuluan

Pendahuluan berisi uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, hipotesis penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II : Landasan Teori

Landasan teori memuat dua hal pokok, yaitu deskripsi teoretis tentang obyek (variabel) yang diteliti dan kesimpulan tentang kajian teori yang mendalam.

BAB III : Metode Penelitian

Metode penelitian memuat tentang rancangan penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel dan sampling, kisi-kisi instrumen, instrumen penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian

Hasil penelitian berisi tentang deskripsi karakteristik data pada masing-masing variabel dan uraian tentang hasil pengujian hipotesis.

BAB V : Pembahasan

Dalam pembahasan dijelaskan temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian.

BAB VI : Penutup

Dalam penutup berisi tentang dua hal pokok, yaitu kesimpulan dan saran.