

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada perekonomian suatu Negara, peranan bank begitu penting bagi kegiatan ekonomi, dapat dikatakan bahwa bank sebagai darahnya perekonomian suatu Negara. Oleh karena itu kemajuan suatu bank di suatu Negara dapat dijadikan ukuran kemajuan Negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu Negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan Negara tersebut. Dalam dunia modern ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar dan memiliki tempat yang teramat penting sebagai lembaga yang mempengaruhi kegiatan perekonomian. Lembaga perbankan merupakan salah satu tulang punggung perekonomian suatu Negara, karena memiliki fungsi intermediasi atau sebagai perantara antara pemilik modal (*fund supplier*) dengan pengguna dana (*fund user*).

Lembaga keuangan syariah seperti *Baitul Maal Wa Tamwil* memeliki dua fungsi utama, yakni *Baitul Tamwil* sebagai kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. Kedua *Baitul Mal* (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infaq dan sadaqoh serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa BMT memiliki andil yang besar dalam ikut berperan mengembangkan ekonomi yang berbasis ekonomi kerakyatan.

*Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) adalah hasil prakasa dari Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil Menengah (PINBUK), yang merupakan badan pekerja yang dibentuk oleh Yayasan Inkubasi Usaha Kecil dan Menengah (YINBUK). YINBUK sendiri dibentuk oleh ketua umum Majelis Ulama Indonesia (MUI), ketua umum Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan direktur utama Bank Muamalat Indonesia (BMI). Sebagai Lembaga Keuangan Syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah sesuai dengan UU No 10 Tahun 1998 tentang prinsip syariah yang digunakan dalam melakukan operasional BMT. BMT hadir karena Bank Muamalat belum bisa menjangkau masyarakat usaha mikro. Untuk itulah tugas dari BMT yang berlandaskan prinsip syariah di dalamnya mempunyai misi mengembangkan tatanan perekonomian masyarakat. BMT menawarkan transaksi yang tidak berlandaskan pada konsep bunga, yang dapat diharapkan untuk lebih optimal melayani kalangan masyarakat kecil yang belum dapat tersentuh oleh perbankan syariah seperti Bank Muamalat, dan memberikan pembiayaan dalam pengembangan usaha mikro berdasarkan sistem syariat islam.

Tjiptono mengungkapkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang tingkat kepuasan

pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula. Kotler menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Oleh sebab itu, program peningkatan kualitas biasanya juga meningkatkan profitabilitas.<sup>2</sup>

Menurut Tjiptono (2008), Kulitas pelayanan sebagaimana sebagaimana dirasakan pelanggan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyatanya mereka terima atau perolehan dengan pelayanan yang sesungguhnya meraka harapkan atau inginkan.<sup>3</sup>

Pengetahuan produk dalam hal ini merupakan semua informasi yang disimpan dalam ingatan anggota tentang berbagai macam produk dan jasa atau layanan, pengetahuan lain yang terkait dengan produk dan jasa atau layanan, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai anggota. Semakin baik tingkat pengetahuan yang dimiliki anggota, maka semakin tinggi keyakinan dan kepercayaan anggota untuk menginvestasikan dana yang dimiliki serta menjadi loyal terhadap BMT.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang diupayakan dalam pemasaran modern. Loyalitas sangat penting karena

---

<sup>2</sup> Ari Prasetio, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan*, vol 1 no 4 thn 2012 hal 2

<sup>3</sup> Harun Santosa dan Ulul Azmi, *Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Anggota Kepuasan KJKS BMT Tumang, Kabupaten Boyolali*, no 3, vol 3, thn 2017

diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu. Kesetiaan konsumen (loyalitas) terhadap suatu barang atau jasa merek tertentu tergantung pada beberapa faktor diantaranya adalah besarnya biaya untuk berpindah ke merek barang atau jasa yang lain, adanya kesamaan mutu, kualitas atau pelayanan dari jenis barang atau jasa pengganti, adanya resiko perubahan biaya akibat barang atau jasa pengganti dan berubahnya tingkat kepuasan yang didapat dari merek baru dibanding dengan pengalaman terhadap merek sebelumnya yang pernah dipakai. Konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, akan membeli produk dengan merek tertentu. Apabila merek yang dipilih konsumen itu dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya, maka konsumen akan memiliki suatu ingatan yang dalam terhadap merek tersebut. dalam keadaan semacam ini kesetiaan konsumen akan mulai timbul dan berkembang. Dalam pembelian yang berikutnya, konsumen tersebut akan memilih produk dengan merek yang telah memberinya kepuasan, sehingga akan terjadi pembelian yang berulang-ulang terhadap merek tersebut.<sup>4</sup>

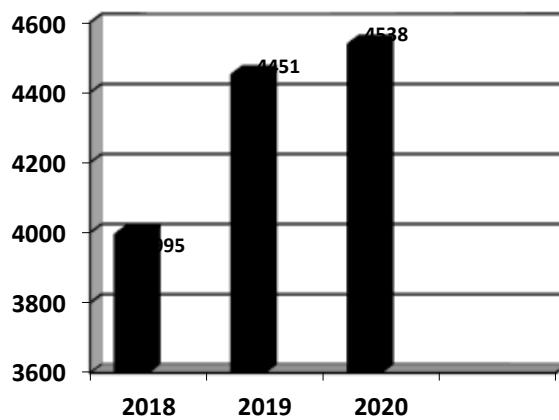
Salah satu BMT yang berkembang dengan baik adalah BMT Muamalah Tulungagung yang terletak di Jl. Mayjend Sungkono XI/02 Kutoanyar Tulungagung. BMT Muamalah Tulungagung pada awalnya adalah suatu lembaga ekonomi keuangan mikro syariah yang orientasinya pada profit oriented dan non profit yang didirikan oleh beberapa alumni STAIN

---

<sup>4</sup> Meyta prathandhari, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Bmt Amanah Ummah Sukoharjo, no 1 vol 3 thn 2015*

Tulungagung pada rapat pembentukan koperasi yang diselenggarakan pada tanggal 15 Juli 1998 yaitu oleh Bapak Nyadien, Bapak Ahmad Thohir, Bapak M. Agus Salim dan juga pihak-pihak lainnya seperti Bapak Muh. Isa Anshori dan Lyssa Sutiningsih, yang kemudian disahkan oleh Kepala Kantor Departemen Koperasi Pengusaha Kecil dan Menengah Kabupaten Tulungagung No.02/II/KDK.13/18/VIII/1998 pada tanggal 28 Agustus 1998, dengan nama koperasi Baitul Maal Wa Tamwil “Muamalah” (KBMT Muamalah) yang sebelumnya beralamat di Jl. HR Fatah Kios No. 33 Tulungagung yang kemudian sekarang bernama Kopsyah BMT Muamalah yang beralamatkan di Jl. Mayjen Sungkono IV/06 Tulungagung. Berikut tabel jumlah anggota Kopsyah BMT Muamalah:

**Grafik 1.1**  
**Jumlah Anggota Kopsyah BMT Muamalah**



Sumber: RAT BMT Muamalah

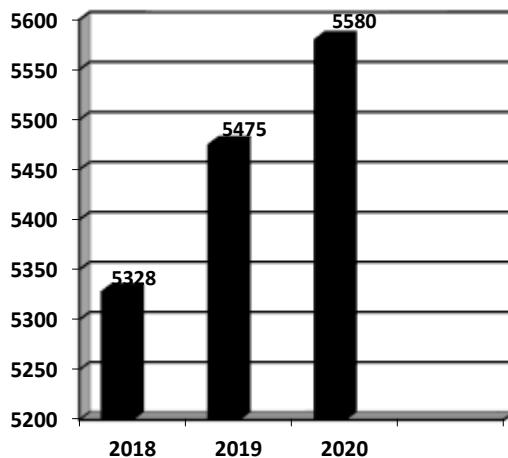
Dari data tersebut jumlah anggota di Kopsyah BMT Muamalah mengalami penambahan di setiap tahunnya. Pada tahun 2018 jumlah

anggota 3995 orang. Tahun 2019, jumlah anggota menjadi 4451 orang. Dan pada tahun 2020 jumlah anggota menjadi 4538 orang. Jadi, jumlah anggota Kopsyah BMT Muamalah pada 3 tahun terakhir dari tahun 2018-2020 terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Selain BMT Muamalah Tulungagung, BMT yang tidak kalah jauh pertumbuhannya adalah BMT Istiqomah sebagai lembaga alternatif untuk masyarakat yang ingin menghimpun dananya dengan prinsip Syariah. BMT Istiqomah memiliki dua kantor, satu sebagai kantor pusat yang beralamatkan di Jl.Dahlia No.8 Karangrejo – Tulungagung, dan satu sebagai kantor cabang yang beralamatkan di Jl.Mayor Sujadi No.12 PlosokandangTulungagung. Lokasi BMT Istiqomah cukup strategis, dekat dengan pusat kota sehingga mudah diketahui dan dijangkau oleh masyarakat.

BMT Istiqomah juga menawarkan berbagai produk, baik produk simpanan maupun pembiayaan. Baitul Maal Wat Tamwil sebagai salah satu lembaga keuangan yang memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat (*funding*) dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana (*financing*). Dengan kata lain, Baitul Maal Wat Tamwil sebagai lembaga perantara antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang membutuhkan dana. Berikut tabel jumlah anggota BMT Istiqomah:

**Grafik 1.2**  
**Jumlah Anggota BMT Istiqomah**



Sumber: RAT BMT Muamalah

Dari data tersebut jumlah anggota di BMT Istiqomah mengalami penambahan di setiap tahunnya. Pada tahun 2018 jumlah anggota 5328 orang. Tahun 2019, jumlah anggota menjadi 5475 orang. Dan pada tahun 2020 jumlah anggota menjadi 5580 orang. Jadi, jumlah anggota BMT Istiqomah pada 3 tahun terakhir dari tahun 2018-2020 terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Namun berbeda dengan Bank, Baitul Maal Wat Tamwil juga lembaga keuangan yang mengelola dana sosial, seperti: Zakat, Infaq, dan Sodaqoh. Pertumbuhan Baitul Maal Wat Tamwil sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya dalam menghimpun dana masyarakat, baik berskala kecil maupun besar dengan masa pengendapan yang memadai. Sebagai lembaga keuangan, masalah yang paling uatama adalah dana. Tanpa dana yang cukup, maka lembaga keuangan tidak dapat menjalankan fungsinya dengan baik. Uang tunai yang dimiliki oleh

lembaga keuangan tidak hanya berasal dari pemilik saja, tetapi juga berasal dari titipan pihak lain yang sewaktu-waktu akan ditarik kembali. Dana yang berasal dari pihak lain diperoleh dari simpanan/tabungan, deposito, dan giro. Simpanan/tabungan yang dimiliki pada setiap lembaga keuangan berbeda-beda, sehingga memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Menabung adalah bagian dari implementasi agama Islam yang telah dicontohkan oleh umat terdahulu.

Aktivitas menabung tidak boleh mengandung unsur yang dilarang dalam agama Islam, yaitu Riba. Oleh karena itu muncullah lembaga keuangan yang berbasis Syariah salah satunya yaitu Baitul Maal Wat Tamwil. Baitul Maal Wat Tamwil sebagai lembaga keuangan syariah yang menjalankan fungsinya harus berdasarkan dengan kaidah ekonomi Islam. Ekonomi Islam merupakan pengetahuan yang mempelajari aktivitas atau perilaku manusia secara actual dan empiris, baik dalam produksi, konsumsi, ataupun distribusi dengan berlandaskan Al Quran dan Hadits sehingga dapat menyeimbangkan kemaslahatan duniawi dan ukhrawi BMT Istiqomah Tulungagung sebagai salah satu lembaga keuangan alternatif untuk masyarakat yang ingin menyimpan uangnya dan dikelola sesuai dengan prinsip Syariah.

BMT Istiqomah sebagai wadah bagi masyarakat, terutama masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah kebawah yang ingin menabung, BMT Istiqomah menawarkan berbagai produk simpanan yang murah dan ringan sehingga mampu melayani kebutuhan masyarakat dalam

menyimpan dananya. Berdasarkan survei yang telah dilakukan, peneliti memperoleh data mengenai macam-macam produk BMT Istiqomah memiliki tiga produk simpanan, yaitu: SIMASYA (Simpanan Masyarakat Syariah), SIMPATI (Simpanan Pendidikan Istiqomah), dan SIJANGKA (Simpanan Berjangka). Ketiga produk simpanan tersebut juga mendapat respon baik dari masyarakat, dibuktikan dengan meningkatnya jumlah anggota yang terjadi disetiap tahunnya. Jumlah anggota produk Simpanan Masyarakat Syariah memiliki anggota yang paling banyak dibandingkan dua produk simpanan lainnya. Selain itu, peningkatan yang terjadi juga memberikan dampak pada perolehan dana yang berhasil dihimpun oleh BMT Istiqomah Tulungagung.

Penulis melakukan penelitian dengan metode kuantitatif, dengan semakin meningkatnya jumlah lembaga keuangan maka akan meningkatkan persaingan yang ketat, sehingga dalam menjalankan BMT harus bisa membaca memberikan terbaik pada anggota BMT, misal pemberian pelayanan kualitas dan pengetahuan produk untuk loyalitas anggota BMT harus di perhatikan dengan baik sebab agar anggota yang ada di BMT akan meningkat dan anggota menjadi loyalitas karena pelayanan dan pengetahuan produk di BMT sangat baik sehingga menjadi daya tarik tersendiri, jadi BMT akan mendapatkan keuntungan yang sangat memuaskan dari pelayanan dan pengetahuan produk kepada anggota BMT.

Penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan” oleh Erike Youlandha<sup>19</sup>. Penelitian ini mempuanyai dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kausalitas. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: ada persamaan tentang kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Syariah.

Dengan penjelasan latar belakang tersebut, peneliti mengambil judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Produk Terhadap Loyalitas Anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari penjelasan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diambil adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung ?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk terhadap loyalitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan pengetahuan produk secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat, maka peneliti memberikan maksud sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung
2. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk terhadap loyalitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan pengetahuan produk terhadap loyalitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung

### **D. Identifikasi Permasalahan**

Dalam penelitian pengaruh kualitas pelayanan dan pengetahuan produk terhadap loyaitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung, penulis melakukan penelitian dengan metode kuantitatif pembatasan penelitian guna memberikan kemudahan analisis terkait indikator-indikator dalam kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung sebagai berikut:

1. Fokus dari penelitian ini adalah yang memiliki keterkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan pengetahuan produk terhadap

loyalitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung

2. Sampel dari penelitian ini adalah anggota yang melakukan kegiatan transaksi di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung.

## **E. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoritis
  - a. Menjadi acuan atau bahan teori bagi peneliti selanjutnya mengenai masalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi diperbankan.
  - b. Untuk dapat memberikan sumbang asih pemikiran dalam bidang ilmu perbankan syariah.
2. Secara Praktis
  - a. Bagi Lembaga  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan bahan evaluasi agar dapat ditindak lanjuti bagi organisasi terkait dalam upaya pengembangan kualitas pelayanan dan pengetahuan produk ke depan nya di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah.
  - b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk referensi karya ilmiah dalam pengembangan kepustakaan di bidang lembaga keuangan syariah

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi atau bahan acuan bagi para pembaca dalam hal menguji kualitas pelayanan dan pengetahuan produk terhadap loyalitas anggota. Peneliti selanjutnya bisa menyempurnakan hasil penelitian ini dengan metode penelitian lain dan menemukan permasalahan yang lebih spesifik.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah**

Dalam penelitian ini ruang lingkup dari penelitian yang dilakukan yakni variabel yang hendak diteliti variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). variabel X dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X), pengetahuan produk (X). sedangkan variabel Y dalam penelitian ini adalah loyalitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung (Y).

Sedangkan untuk keterbatasan masalah dalam penelitian ini yakni pertama batasan daerah yaitu bertempat di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung kantor cabang Tulungagung. Pembatasan dari responden adalah nasabah yang melakukan transaksi di BMT. Serta batasan permasalahan dari penelitian ini yakni mengenai

pengaruh kualitas pelayanan , dan pengetahuan produk terhadap loyalitas anggota di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung.

## **G. Penegasan Istilah**

### 1. Secara Konseptual

#### a. Variabel Independen (X)

Variabel X dalam penelitian ini terdiri dari:

##### 1) Kualitas pelayanan (X1)

Adalah Kualitas Layanan di BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung adalah bentuk penilaian anggota terhadap tingkat layanan yang diterima (*preserved service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan.<sup>5</sup>

##### 2) Pengetahuan produk (X2)

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk, merek, terminologi produk, atribut produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Pengetahuan produk adalah pengetahuan konsumen akan sesuatu produk yang akan ia beli, sehingga

---

<sup>5</sup> Naomi Renta Uli Silaban, Jurnal Administrasi Bisnis (2015), Vol.11, No.1: hal. 61–83, (ISSN:0216–1249) 2015 Center for Business Studies. FISIP - Unpar .

informasi yang didapat mengenai suatu produk akan bermacam-macam.<sup>6</sup>

b. Variabel Dependend (Y)

Dan variabel terikat dalam dalam penelitian ialah loyalitas anggota BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung, bahwa loyalitas anggota merupakan komitmen anggota bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau pembelian ulang produk.<sup>7</sup>

2. Secara Operasional

Secara operasional penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh kualitas pelayanan strategi promosi, dan pengetahuan produk terhadap loyalitas anggota BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung.

## H. Sistematika Penulisan

Sistematikapenulisanskripsiangatdiperlukandalammemaparkanhasil penelitian supaya penulisan bisa dipahami oleh semua pihak. Adapun susunan penulisanskripsi yaitu sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Pada bagian ini terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata

---

<sup>6</sup> Ujang Sumarwan. *Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran.* (Jakarta: Ghilia Indonesia,2003).hlm,120

<sup>7</sup> Mardilan *persepsi, motivasi,Kepuasan, Dan Loyalitas Anggota Dalam Mengikuti Arisan Lelang Sepeda Motor upajawa VOL, 4 No, 2 Oktober 2020*

pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

## 2. Bagian Utama

### **Bab I Pendahuluan**

Dalam bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, identifikasi masalah, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penelitian.

### **Bab II Landasan Teori**

Teori Dalam bab ini berisi mengenai teori yang membahas variabel/sub variabel pertama, teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, dan seterusnya. Menguraikan kajian 24 penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

### **Bab III Metode Penelitian**

Dalam bab ini berisi mengenai pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan; populasi, sampling dan sampel penelitian; sumber data, variabel dan skala pengukurannya; teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian; serta analisis data.

### **Bab IV Hasil Penelitian**

Dalam bab ini terdiri dari hasil penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

### **Bab V Pembahasan**

Dalam bab ini berisi mengenai pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.

### **Bab VI Penutup**

Pada bab ini peneliti memberikan kesimpulan atas hasil yang sudah diperoleh atau yang sudah dijelaskan. Selain itu penulis juga memberikan saran.