

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi ini, yang ditandai dengan adanya perusahaan-perusahaan asing, menimbulkan terjadinya peningkatan standarisasi pelayanan yang sangat berpengaruh terhadap meningkatnya ekspektasi konsumen. Dalam era perdagangan bebas saat ini tiap-tiap perusahaan mengalami persaingan yang sangat ketat. Terjadinya peningkatan persaingan dibarengi dengan banyaknya jumlah pesaing memaksa tiap-tiap perusahaan selalu memperhatikan keinginan dan kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen dengan cara memberikan layanan ekstra yang lebih baik dari para pesaing. Dari perspektif konsumen, banyak keluhan dan hak-hak konsumen diabaikan menyangkut harga yang terlalu tinggi, pelayanan yang lambat dan tidak ramah, promosi yang merugikan, jaminan purna jual yang tidak memadai, rendahnya kualitas produk dan jasa. Perbedaan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh konsumen ini, bila tidak diantisipasi dengan baik oleh pengusaha akan menjadi bomerang bagi pengusaha itu sendiri.

Penerapan prinsip syariah dalam lembaga keuangan semakin berkembang pesat, sebagian masyarakat Islam di Indonesia yang kini sudah memiliki kesadaran, mengambil langkah positif untuk meninggalkan riba yang terdapat didalam perbankan konvensional. Definisi riba, riba secara bahasa bermakna *ziyadah* (tambahan). Dalam

pengertian lain, secara *linguistic* riba juga berarti tumbuh dan membesar adapun menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Dari berbagai pendapat tentang riba terdapat benang merah yang mengartikan riba sebagai pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam-meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalat dalam Islam.¹Mengenai hal ini Allah SWT mengingatkan dalam firman-NYA:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
 إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*” (An-Nisa:29)²

Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia nomor 16/Per/M.KUM/IX/2015 Tentang pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi Unit Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah, koperasi adalah unit yang bergerak di bidang usaha meliputi simpan pinjam dan pembiayaan sesuai prinsip syariah termasuk mengelola zakat, infa’ (sedekah), dan waqaf sebagai bagian dari kegiatan koperasi yang bersangkutan.³ Saai ini BMT sudah menyebar hampir disetiap kota (kabupaten) di seluruh Indonesia. Menurut data terbaru Kementerian

¹Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal.

²Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemah*, (Surabaya: CV. Sahabat Ilmu,2001),Hal. 80

³Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Nomor 16/Per/M. KUM/IX/2015 pasal 1

Koperasi dan Usaha Makro Kecil Menengah (UKM) pada tahun 2014 jumlah BMT di Indonesia ada 4.500 unit.⁴

BTM adalah kependakatan Baitul Tamwil Muhammdiyah, yaitu lembaga keuangan micro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip Syariah artinya, semua transaksi keuangan dilakukan dengan akad sesuai dengan syariat Islam.

Kedudukan lembaga keuangan ini merupakan Amal Usaha Ekonomi Muhammadiyah. Secara prinsip kedudukan BTM sama seperti AUM yang lain, misalnya sekolah, Rumah Sakit dan Panti Asuhan, tetapi karena ini merupakan lembaga bisnis, maka management memiliki kewenangan penuh dalam pengelolaan BTM.

BTM merupakan termasuk Jenis Koperasi dengan system KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah), BTM didirikan oleh warga Muhammadiyah beranggotakan orang per orang (bukan badan hukum) yang bisa seluruhnya atau sebagian di antaranya adalah Persyarikatan Muhammdiyah, dan beroperasi dilingkungan Muhammdiyah, di mana terdapat para pengusaha kecil dan mikro yang menjadi anggotanya.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat antara lembaga keuangan lainnya, maka perlu adanya peningkatan pada beberapa faktor - faktor yang ada di BTM Surya Dana. Salah satunya dengan peningkatan faktor kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan menggambarkan suatu keadaan kinerja karyawan suatu lembaga dan keseriusannya dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Kualitas kinerja karyawan dalam melayani nasabah menjadi ukuran penilaian nasabah dalam memutuskan melakukan pembiayaan atau pendanaan di lembaga keuangan syariah. Berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang

⁴Novi Kurniatun <https://nofikusriatun96.wordpress.com/2015/06/11/perkembangan-bmt-dari-tahun-ke-tahun/> diakses pada tanggal 5 Maret 2018, pukul 13.27 wib

melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kpuasannya.⁵ Agar dapat bersaing , bertahan hidup, dan berkembang maka lembaga di tuntutan untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Faktor lain yang dapat mendongkrak pangsa pasar dalam dunia lembaga keuangan syariah sehingga menciptakan loyalitas bagi para anggotanya adalah citra perusahaan. Citra bagi lembaga keuangan dapat mempengaruhi keputusan anggota terhadap kualitas produk dan pembiayaan yang akan diterima. Citra lembaga keuangan yang baik akan melekat pada benak para nasabah bahwa produk pada lembaga tersebut memiliki perbedaan dari lembaga yang lainnya

Mendapatkan citra perusahaan yang baik dimata masyarakat khususnya para anggota memiliki banyak manfaat salah satunya mempertinggi daya saing atau kemampuan bersaing, menghambat masuknya pesaing dalam industry, mampu mendorong semangat kerja para karyawannya, serta akan berdampak pada loyalitas dari anggotanya.

Loyalitas anggota merupakan ukuran kedekatan anggota pada perusahaan, termasuk kemungkinan anggota mengubah dukungannya terhadap kontrak kerjasama dengan perusahaan pembiayaan, berapa kemungkinan nasabah untuk meningkatkancitra yang positif suatu perusahaan. Jika perusahaan tidak mampu memuaskan nasabah, maka maka nasabah akan bereaksi dengan cara *exit* (nasabah berhenti menjadi nasabah). Nasabah loyal karena mereka merasa puas dan ingin menentukan hubungan pembelian ulang produk atau jasa kembali. Kesetiaan nasabah

⁵Atep Adya Barata, Dasar-dasar Pelayanan Prima. (Jakarta:Elex Media Komputindo,2004), hal.36

merupakan ukuran kedekaan pelanggan pada sebuah merek. Pelanggan menyukai produk/merek, menjadi *top of mind* (merek pertama yang muncul) jika mengingat sebuah kategori produk. Komitmen merek yang mendalam memaksa preferensi pilihan melakukan pembelian, membantu pelanggan mengidentifikasi perbedaan mutu sehingga ketika berbelanja akan lebih efisien.

Setiap lembaga keuangan syariah mempunyai produk unggulan masing-masing dalam lembaga tersebut, salah satunya yaitu di BTM yang ada di Campurdarat yaitu Koperasi Syariah BTM Surya Dana yang menggunakan akad *musyarakah* sebagai akad pembiayaan. Karena berdasarkan pada kehidupan sosial masyarakat di sekitar, yang mana sebagian besar masyarakat bekerja sebagai pengusaha dan pengrajin batu *onix* marmer serta saling memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap sesama. Di samping itu, lokasi lembaga yang di dekat kawasan pondok pesantren menjadikan masyarakat sekitar memiliki sifat religius yang cukup tinggi sehingga memegang teguh nilai-nilai Islam. Masyarakat sekeliling BTM mayoritas memiliki usaha yang sudah berjalan. Usaha itu seperti pedagang roti, pedagang makanan, usaha *laundry*, salon dan masih banyak lainnya. Selain itu Koperasi Syariah BTM Surya Dana ini dekat dengan pasar sehingga banyak masyarakat setempat memilih mengajukan pembiayaan *musyarakah* yang mana dilihat dari sistem angsurannya yang ringan serta nisbah bagi hasilnya yang rendah, ini dapat menjadi alasan anggota atau calon anggota lebih memilih mengajukan pembiayaan *musyarakah* dari pada melakukan pembiayaan yang lainnya.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan alasan tersebut serta analisis sosial ekonomi yang telah di lakukan BTM Surya Dana sehingga berani memberikan pembiayaan menggunakan akad *musyarakah*. Pada akad pembiayaan *musyarakah*

menetapkan porsi modal secara umum antara BTM dengan anggota sebesar 40% : 60% atau dapat dipertimbangkan melalui setengah dari harga jual barang jaminan. BTM belum berani memberikan porsi modal besar dari pada anggota, hal ini bertujuan untuk mengantisipasi terjadinya *wanprestasi*. Adapun data yang menunjukkan bahwa pembiayaan *musyarakah* di Koperasi syariah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung merupakan produk pembiayaan unggulan karena memiliki *user* terbanyak dibandingkan produk pembiayaan yang lainnya sebagai berikut:

Tabel 1.1
Presentase User Produk-Produk di Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat

No	Jenis Produk	Tahun 2015 (%)	Tahun 2016 (%)	Tahun 2017 (%)
1.	Tabungan:			
	Wadi'ah	19 %	19 %	17 %
	Simuka	17 %	16 %	18 %
	Albama	14 %	15 %	15 %
2.	Pembiayaan Modal Kerja:			
	<i>Musyarakah</i>	28 %	26 %	30 %
	Murabahah	20 %	20 %	22 %
	Qordhul Hasan	9 %	7 %	8 %
3.	Jasa :			
	Jual Beli Giro	1 %	1 %	1 %
	TOTAL	100 %	100 %	100 %

Sumber: Dokumen RAT Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat tahun 2013, 2014, 2015.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa fenomena tersebut merupakan kondisi yang di luar kebiasaan, dimana pembiayaan *murabahah* biasanya merupakan akad pembiayaan yang banyak digunakan oleh anggota dalam melakukan pembiayaan modal kerja. Tetapi di Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat akad pembiayaan *murabahah* bukan menjadi produk unggulan karena pengguna akad pembiayaan *murabahah* di lembaga ini tidak sebanyak pengguna akad pembiayaan *musyarakah*.

Disisi lain, hal ini bisa terjadi karena adanya peran pengurus Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat dalam memberikan arahan atau penjelasan kepada anggota maupun calon anggota yang mengajukan pembiayaan berdasarkan sistem pengangsuran. Bilamana, anggota atau calon anggota setiap bulan ingin membayar angsuran atas pinjamannya berupa angsuran pokok *plus* bagi hasil maka akad pembiayaan yang bisa diambil yaitu *musyarakah* dengan jangka waktu mulai dari 10 bulan, 12 bulan, 15 bulan, 18 bulan, 20 bulan dan maksimal 24 bulan. Sedangkan bagi anggota atau calon anggota yang setiap bulannya hanya ingin mengangsur atau membayar bagi hasilnya saja atas pembiayaan yang diajukan dan pada akhir jatuh tempo hanya membayar uang pokoknya saja maka akad pembiayaan yang bisa diambil yaitu *murabahah* dengan jangka waktu yang ditetapkan maksimal 6 bulan.

Pembiayaan *musyarakah* merupakan skema pembiayaan yang tidak sederhana dibanding dengan pembiayaan *murabahah*, karena dalam pembiayaan *musyarakah* harus melibatkan kedua belah pihak dalam manajemen usahanya. Sedangkan pembiayaan *murabahah* cukup *simple*. Pada pembiayaan *murabahah* salah satu pihak hanya berperan sebagai *shohibulmaal* saja, yakni biasanya diperankan oleh lembaga keuangan syariah, sedangkan pihak lain berperan sebagai pelaksana usaha. Jadi pada pembiayaan *murabahah* lembaga keuangan syariah tidak ikut campur dalam manajemen usaha atas dana yang telah direalisasikan pada anggota atau anggota pembiayaan.⁶

Dari uraian di atas, maka perlu diketahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan yang diberikan, sehingga dapat diketahui seberapa besar peluang untuk tetap eksis dan terus berkembang. Maka untuk mengetahuinya penulis

⁶Zainul Kiptiyah, "Peran Pembiayaan *Musyarakah* Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi Kasus Di Koperasi Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung)", *Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*, 2017. hal. 7

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS ANGGOTA DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA BTM SURYA DANA TULUNGAGUNG”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas dapat diketahui bahwa terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi dari variable-variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, citra perusahaan, lokasi dan loyalitas, beberapa masalah yang dapat diidentifikasi dari latar belakang diatas adalah :

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak BTM Surya Dana akan berdampak pada kepuasan bagi anggota sehingga akan meningkatkan loyalitas anggota dalam memilih pembiayaan musyarakah
2. Citra perusahaan yang baik dapat memberikan kesan baik dan kepercayaan bagi para anggota sehingga bisa meningkatkan loyalitas anggota dalam memilih pembiayaan musyarakah pada BTM Surya Dana.
3. Loyalitas anggota dalam memilih pembiayaan musyarakah dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan dan citra perusahaan BTM Surya Dana

C. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota dalam memilih pembiayaan musyarakah di BTM Surya Dana Tulungagung?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota dalam memilih pembiayaan musyarakah di BTM Surya Dana Tulungagung?

3. Apakah kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas anggota dalam memilih pembiayaan musyarakah di BTM Surya Dana Tulungagung

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota dalam memilih pembiayaan musyarakah Pada BTM Surya Dana Tulungagung
2. Untuk menguji pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan terhadap loyalitas anggota dalam memilih pembiayaan musyarakah Pada BTM Surya Dana Tulungagung
3. Untuk menguji pengaruh yang simultan antara kualitas pelayanan, citra perusahaan dan lokasi terhadap loyalitas anggota dalam memilih pembiayaan musyarakah Pada BTM Surya Dana Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

- a. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menjadi alat untuk mengembangkan ilmu ekonomi dan khususnya terkait dengan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota dalam memilih pembiayaan musyarakah.

- b. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman dan pertimbangan evaluasi bagi lembaga keuangan maupun peneliti lanjutan. Secara spesifik, manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi lembaga

Terkait Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan, sumbangan pikiran. Dan dari hasil penelitian ini, dapat digunakan BTM Surya Dana Tulungagung sebagai dasar pertimbangan untuk pengembangan ataupun evaluasi kualitas lembaga tersebut.

2. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan akan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dibidang ekonomi khususnya untuk mahasiswa FEBI agar dapat lebih mendalami teori yang diperoleh selama menempuh perkuliahan dan teori praktek di lapangan.

3. Bagi peneliti berikutnya

Semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dalam rangka pemenuhan informasi dan referensi atau sebagai bahan masukan yang dapat dipergunakan oleh pihak-pihak yang terkait dalam bidang perbankan khususnya perbankan syariah

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang lingkup

Dalam melaksanakan suatu penelitian diperlukan suatu batasan atau ruang lingkup untuk mempermudah pembahasan dengan jelas. Ruang lingkup mengemukakan mengenai variabel-variabel yang diteliti, populasi atau subyek penelitian, dan lokasi penelitian.

2. Batasan Penelitian

Batasan penelitian bertujuan untuk memberikan batasan-batasan pada penelitian sehingga pembahasannya tidak meluas dan tetap fokus pada rumusan masalah

penelitian. selain itu batasan penelitian juga berfungsi untuk menghindari kemungkinan pembahasan yang menyimpang dari pokok permasalahan yang telah ditentukan. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya berfokus pada kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas anggota memilih pembiayaan musyarakah pada BTM Surya Dana
- b. Adapun yang menjadi subjek dari penelitian ini adalah salah satu BTM yang berada di wilayah Tulungagung, yakni BTM Surya Dana Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

a. Definisi Konseptual

1. Kualitas pelayanan adalah totalitas bentuk dari karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaian pun akan mengenai *heart share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen. Dengan adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan⁷
2. Citra Perusahaan : Sutisna mengatakan satu hal yang dianalisis mengapa terlihat ada masalah, citra perusahaan adalah organisasi yang dikenal atau tidak dikenal. Dapat dipahami keterkenalan perusahaan yang tidak baik menunjukkan citra perusahaan yang bermasalah. Masalah citra perusahaan tersebut dalam

⁷Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007) hal 31

keberadaannya berada dalam pikiran atau perasaan konsumen, karna secara berkala perusahaan harus mensurvey publiknya untuk mengetahui baik atau buruknya citra perusahaan.⁸

3. **Loyalitas** :Pengertian loyalitas adalah kepatuhan atau kesetiaan. Menurut Hurriyati menyatakan bahwa loyalitas pelanggan (customer loyalty) merupakan dorongan yang sangat penting untuk menciptakan penjualan. Jadi loyalitas dapat didefinisikan sebagai komitmen mendalam untuk membeli ulang atau mengulang pola preferensi produk atau layanan di masa yang akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau suatu set merek yang sama, walaupun ada keterlibatan faktor situasional dan upaya-upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah merek.⁹

b. **Definisi Operasional**

1. **Kualitas pelayanan**, pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kemampuan secara sungguh - sungguh yang dimiliki oleh karyawan BTM Surya Dana dalam memberikan pelayanan anggotanya secara tepat, cepat, ramah, sopan dan sesuai dengan prinsip syariah. Sebagai ukuran harapan-harapan nasabah dalam memenuhi kepuasannya.
2. **Citra Perusahaan** dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi/pandangan nasabah atau masyarakat terhadap segala aktivitas yang ada di BTM Surya Dana Tulungagung.

⁸Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (PT. Remaja Rosdakarya: Bandung, 2001) hal

⁹Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Edisi 1*. (Bandung: Alfabeta, 2005) hal 35

3. Loyalitas dalam penelitian ini adalah kesetiaan nasabah terhadap BTM Surya Dana dalam menggunakan produk/jasa, dan tetap bertahan dari pesaing atau perusahaan lain sejenisnya.
4. Pembiayaan musyarakah dalam penelitian ini adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk memberikan suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana(atau amal/*expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

H. Sistematika Skripsi

BAB I Pendahuluan, bab ini berisi uraian mengenai latar (a) belakang masalah, (b) identifikasi masalah (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) penegasan istilah (h) sistematika skripsi

BAB II Landasan Teori, bab ini berisi mengenai penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian.

BAB III Metode Penelitian, bab ini memuat tentang rancangan penelitian, variabel penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, (jenis data dan skala pengukuran), teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

BAB IV Hasil penelitian. Terdiri dari gambaran umum objek penelitian, deskripsi data dan uji hipotesis serta temuan penelitian lainnya.

BAB V Pembahasan, berisi uraian bahasan dari hasil penelitian.

BAB VI Penutup, dalam bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan. Bagian akhir laporan penelitian ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan riwayat hidup peneliti.