

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan syariah memiliki fungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat. Pada lembaga keuangan syariah baik bank maupun non-bank kegiatan penyaluran dana dinamakan pembiayaan (*Financing*) dan penghimpun dana dinamakan (*funding*). Setiap lembaga keuangan bank maupun non bank melakukan pembaruan maupun inovasi produk jasa sehingga dapat menarik minat nasabah untuk melakukan transaksi *financing* maupun *funding*. Lembaga keuangan non bank dengan prinsip syariah sama-sama memiliki misi keumatan yang jelas. Salah satunya yaitu *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT). Diantara lembaga tersebut yang terkait langsung dengan upaya pengentasan kemiskinan adalah *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT).

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) belum mempunyai badan hukum sendiri. Akan tetapi *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) masih mengikuti Undang-Undang Perkoperasian. Koperasi sendiri merupakan salah satu lembaga keuangan non-bank yang ada di Indonesia. Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian pada Pasal 1 menjelaskan bahwa, "Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum Koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal

untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip Koperasi”.

Adapun ayat yang menerangkan tentang loyalitas, yaitu surat Al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ أَحَلَّتْ لَكُمْ بِهِمَةَ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحَلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.² (QS: Al-Maidah:1)

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) termasuk kedalam perusahaan jasa yang mana harus berusaha mewujudkan kepuasan pelanggannya sehingga menimbulkan loyalitas nasabah atau anggota *Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)* itu sendiri, sebab jika kepuasan tidak tercapai maka pelanggan akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan perusahaan lain. Hal ini akan berakibat pada menurunnya laba dan bahkan bisa menyebabkan kerugian. Terciptanya kepuasan pelanggan atau nasabah

² Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT. Serajaya Santra, 2008), 152.

dapat menjadikan hubungan antara penyedia jasa dengan pelanggannya menjadi harmonis, yang selanjutnya akan menciptakan loyalitas pelanggan dan akhirnya menguntungkan bagi perusahaan.

Loyalitas merupakan istilah kuno yang secara tradisional telah digunakan untuk melukiskan kesetiaan dan pengabdian antusias kepada negara, cita-cita, atau individu. Dalam konteks bisnis, istilah ini telah digunakan untuk melukiskan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada suatu perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan suka merekomendasikan produk perusahaan tersebut pada teman-teman dan rekannya. Jadi loyalitas merupakan keputusan pelanggan untuk secara suka rela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama.³

Salah satu indikator loyalitas anggota yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan sebuah nilai yang ada pada barang ataupun jasa yang dihasilkan disetiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. apa barang atau hasil tersebut dimaksudkan atau dibutuhkan. Pelayanan yang baik merupakan sebuah harapan yang utama bagi pelanggan, tak khayal jika pelanggan sering kecewa dengan pelayanan yang buruk. Dari pelayanan yang buruk biasanya sangat signifikan mengurangi pelanggan yang ada, karena

³ Christopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: PT Indeks, 2005), hal. 133.

pelanggan kecewa atas pelayanan yang buruk biasanya akan bercerita ke pelanggan yang lainnya, bahkan membuat citra yang buruk.⁴

Selain kualitas pelayanan, indikator loyalitas anggota lainnya yaitu Produk. Produk sendiri merupakan suatu yang memberikan manfaat baik dalam hal yang memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun kebutuhan jasmani. Untuk memenuhi kebutuhan keinginan yang dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya. Di dalam dunia perbankan dimana produk yang dihasilkan yaitu berbentuk jasa.⁵

Selain produk indikator loyalitas anggota lainnya yaitu promosi. Promosi merupakan suatu kegiatan yang mana bertujuan untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan harapkan nasabah dapat mengenal bank maupun produk yang dimiliki oleh bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasa.⁶ Kemudian promosi juga berfungsi

⁴ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal.

⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 136.

⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 245.

meningkatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata nasabahnya.⁷

Indikator loyalitas anggota lainnya yaitu lokasi. Lokasi sendiri yang di maksud yaitu lokasi bank di mana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).⁸ Penentuan satu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Lembaga keuangan yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Disamping lokasi yang strategis, hal lain yang juga mendukung lokasi tersebut adalah layout yang baik dan benar akan menambah kenyamanan anggota dalam berhubungan dengan baik. Pada akhirnya lokasi dan layout merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi.

KSPPS BMT PETA memiliki dua fungsi utama yaitu penghimpun dana dan penyaluran dana. Dalam penghimpun dana mempunyai berbagai macam produk simpanan yaitu Simpanan *Tabaruk* (simpanan umum), Simpanan *Taburi* (simpanan Idul Fitri), Simpanan *Takafur* (simpanan qurban), Simpanan *Tadabur* (simpanan berlibur), dan Simpanan *Tahajud* (simpanan Haji-Umroh terwujud). Penyaluran dana mempunyai macam

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*hal. 176.

⁸ *Ibid.*, hal. 163-164.

pembiayaan yaitu *Murabahah, Mudharabah, Musyarakah, Rahn, Ijarah,* dan *Qardh*.

KSPPS BMT PETA merupakan sebuah Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai dengan syariat Islam. Pengembangan produk simpanan di KSPPS BMT PETA terus mengalami pengembangan setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1
Data Nasabah Produk Simpanan Tahun 2015-2017

Produk Simpanan	2015	2016	2017
Tabaruk	15.722	21.231	24.381
Taburi	100	107	112
Tahajud	172	193	227
Tafakur	177	118	119
Tadabur	21	27	37
Jumlah	16.132	21.676	24.876

Sumber: KSPPS BMT PETA PUSAT

Tabel 1.2
Data Nasabah Pembiayaan Tahun 2015-2017

Pembiayaan	2015	2016	2017
Murabahah	1.676	2.664	445
Rahn	3.535	7.549	3.020
Qardh	201	228	38
Musyarakah	-	-	-
Mudharabah	-	-	-
Jumlah	5.412	10.501	3.513

Sumber: KSPPS BMT PETA PUSAT

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa produk simpanan atau tabungan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya yaitu data anggota tahun 2017 sebanyak 24.876 nasabah. Akan tetapi, pembiayaan atau penyaluran dana mengalami penurunan dari data anggota

tahun 2017 sebanyak 3513 anggota. Bisa dilihat minat anggota menabung di KSPPS BMT PETA sangat meningkat dan menunjukkan loyalitas terhadap KSPPS BMT PETA.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Produk, Harga, Lokasi terhadap loyalitas anggota . Apakah dalam kualitas pelayanan pada saat ini cukup mampu memuaskan anggota, sehingga penulis mencoba menganalisis loyalitas anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Perekonomian Tasyrikah Agung, dengan variable kualitas pelayanan, produk, promosi, lokasi terhadap loyalitas anggota melalui sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Promosi, Lokasi, terhadap Loyalitas Anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Jombang”**

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, agar pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai yaitu terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan, produk, promosi, lokasi yang mempengaruhi loyalitas anggota di KSPPS BMT PETA Cabang Jombang, dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota.

2. Pengaruh produk terhadap loyalitas anggota.
3. Pengaruh promosi terhadap loyalitas anggota.
4. Pengaruh lokasi terhadap loyalitas anggota.
5. Pengaruh kualitas pelayanan, promosi, produk, lokasi, yang dipresepsikan terhadap loyalitas anggota yang dipresepsikan Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Perekonomian Tasyrikah Agung secara bersama-sama.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah diatas, maka sebagai pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota ?
2. Apakah variabel produk berpengaruh terhadap loyalitas anggota ?
3. Apakah variabel promosi berpengaruh terhadap loyalitas anggota ?
4. Apakah variabel lokasi berpengaruh terhadap loyalitas anggota ?
5. Apakah variabel kualitas pelayanan, promosi, produk, lokasi, berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah dan pertanyaan penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota.
2. Untuk menguji pengaruh variabel produk terhadap loyalitas anggota.
3. Untuk menguji pengaruh variabel promosi terhadap loyalitas anggota.
4. Untuk menguji pengaruh variabel lokasi terhadap loyalitas anggota.
5. Apakah menguji pengaruh kualitas pelayanan, promosi, produk, lokasi, berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota.

E. Kegunaan Penelitian

1. Teoretis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu khususnya manajemen pemasaran jasa untuk mengetahui kualitas pelayanan, produk, promosi dan lokasi yang mempengaruhi loyalitas anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung.

2. Praktis

- a) Bagi lembaga keuangan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang akan diambil terhadap loyalitas anggota BMT sehingga transaksi tetap berjalan dengan lancar.

- b) Bagi anggota dan investor, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi ketika anggota dan investor memilih produk BMT. Sehingga anggota dan investor mempunyai gambaran tentang bagaimana kondisi lembaga keuangan mikro yang dapat menguntungkan mereka.
- c) Bagi akademisi, diharapkan dapat menambah wawasan dibidang lembaga keuangan mikro khususnya perbankan syariah dalam hal yang berkaitan dengan loyalitas anggota .

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup yang diteliti dalam penelitian ini yaitu pengaruh kualitas pelayanan, promosi, produk, harga, lokasi terhadap loyalitas anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Jombang. Dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan, promosi, produk, harga, dan lokasi.

Sedangkan batasan penelitian yaitu objek penelitannya yaitu anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Jombang. Dan dalam penelitian ini menggunakan data pada tahun 2015-2017.

G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini penegasan istilah terdiri dari dua, antara lain; penegasan konseptual dan penegasan operasional. Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

a. Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁹ Menurut Sugiarto kualitas pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuranyangberlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.¹⁰

b. Produk

Produk menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah barang yang menjadi unggulan tertentu.¹¹ Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.¹²

⁹ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Banyu media Publishing, 2011), hal.331.

¹⁰ Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 45.

¹¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta :Pusat Bahasa, 2008), hal. 945

¹² Kamir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 136.

c. Promosi

Promosi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memperkenalkan.¹³ Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan, baik produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.¹⁴

d. Lokasi

Lokasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah letak, tempat.¹⁵ Yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat di mana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).¹⁶

e. Loyalitas anggota

Loyalitas berasal dari kata dasar “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas sebagai komitmen yang mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau memilih kembali suatu barang atau jasa secara konsisten

¹³ Pusat Bahasa, *Kamus Besar ...*, hal. 604.

¹⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank... hal.*, 175

¹⁵ Pusat Bahasa, *Kamus Besar ...*, hal. 849.

¹⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank... hal.*, 163.

pada masa yang akan datang.¹⁷ Dari uraian tersebut bisa disimpulkan bahwa loyalitas nasabah merupakan respon perilaku yang berupa pemilihan suatu lembaga keuangan dari sekumpulan lembaga yang ada dan di ekspresikan dalam jangka waktu yang lama.

2. Secara Operasional

Definisi operasional merupakan definisi variabel secara operasional, secarapraktik, secara riil, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji adanya pengaruh kualitas pelayanan, produk, promosi, lokasi terhadap loyalitas anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Jombang. Merupakan definisi yang didasarkan pada sifat-sifat hal yang didefinisikan serta dapat diamati. Secara tidak langsung definisi operasional itu akan menunjuk alat pengambilan data yang cocok digunakan.

H. Sistematika Skripsi

Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Bagian awal memuat sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman pernyataan keaslian,

¹⁷ Agus Eko Sujianto, *Membangun Loyalitas Nasabah*, (Yogyakarta: Lingkar Media, 2014), hal. 18.

motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Adapun bagian isi, penelitian terdiri dari enam bab, yaitu:

- BAB I Pendahuluan, berisi uraian mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.
- BAB II Kajian Pustaka, memuat uraian tentang tinjauan pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori besar (*grand theory*) dan hasil dari penelitian terdahulu. Pembahasan dalam bab ini terdiri dari sub bab deskripsi teori mencakup teori-teori tentang pemasaran, kualitas pelayanan, produk, promosi, lokasi, loyalitas anggota.
- BAB III Metode Penelitian, bab ini membahas mengenai, pendekatan penelitian dan jenis penelitian, populasi sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel, dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.
- BAB IV Hasil penelitian, berisi tentang gambaran umum objek penelitian meliputi sejarah, profil lembaga, struktur organisasi, dan pegawai-pegawai yang ada di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Cabang Jombang, temuan penelitian meliputi Pengaruh Kualitas Pelayanan,

Produk, Promosi, Lokasi, terhadap Loyalitas anggota.

BAB V Pembahasan hasil penelitian yang memuat keterkaitan antara temuan penelitian dengan teori-teori besar yang diuraikan di kajian.

BAB VI Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dan saran-saran.