

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdirinya Bank Syariah tentunya di latar belakang oleh keinginan umat Islam untuk menghindari riba dalam kegiatan muamalahnya dan memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan muamalah yang sesuai dengan syariat Islam, sebagai alternatif lain dalam menikmati jasa-jasa perbankan yang dirasakan lebih sesuai, yaitu bank yang berusaha untuk beroperasi berlandaskan kepada hukum-hukum Islam. Salah satu lembaga keuangan yang berbasis syariah selain perbankan syariah adalah *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT).¹

Baitul Mal wa Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa al tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.

Kehadiran BMT memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi nasional yaitu memberikan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia. Bukan pertumbuhan ekonomi yang hanya dapat dirasakan

¹ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal. 126

segelintir orang saja sementara yang lain merasa kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasarnya. Dengan semakin berkembangnya perekonomian di suatu Negara berdampak pada peningkatan permintaan atau kebutuhan dari masyarakat akan permodalan untuk pengembangan usaha maupun investasi.

BMT Istiqomah Karangrejo adalah salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang mengalami perkembangan dan dapat menyelenggarakan pembiayaan untuk usaha masyarakat. Dengan adanya pembiayaan di BMT Istiqomah Karangrejo, diharapkan dapat membantu masyarakat untuk mendapatkan dana dengan cepat tanpa prosedur yang lama. Diantara beberapa produk pembiayaan yang ada, di BMT Istiqomah Karangrejo lebih mengedepankan pada pembiayaan *murabahah*. Pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan yang pembayarannya dilakukan oleh anggota setelah jatuh tempo pengembalian dengan harga dasar barang yang dibeli yang kemudian ditambah dengan keuntungan yang disepakati bersama. Kebutuhan akan modal membuat pembiayaan *murabahah* ini cukup diminati oleh masyarakat di sekitar BMT, sehingga banyak yang tertarik untuk mengajukan pembiayaan *murabahah*. Ini terbukti dari banyaknya anggota yang telah melakukan pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo.

Tabel 1.1**Perkembangan Pembiayaan BMT Istiqomah**

Jenis Pembiayaan	Tahun		
	2014	2015	2016
<i>Ba'I Bitsman Ajil (BBA)</i>	Rp 1.424.158.000	Rp 1.728.054.000	Rp 2.636.784.000
<i>Murabahah</i>	Rp 10.800.523.00	Rp 12.006.542.000	Rp 13.614.561.000
<i>Syirkah</i>	Rp 1.418.860.000	Rp 910.460.000	Rp 1.076.930.000
Jumlah	Rp 13.643.541.000	Rp 14.645.056.000	Rp 17.328.275.000

Sumber: Data RAT Tahun 2016 BMT Istiqomah

Berdasarkan dari data diatas diketahui bahwa dari tahun 2014-2016 perkembangan pembiayaan mengalami peningkatan. Data-data tersebut juga terlihat bahwa pembiayaan yang paling diminati oleh masyarakat adalah pembiayaan *murabahah*. Terlihat jelas bahwa jumlah pembiayaan *murabahah* mencapai Rp 17.328.275.000 pada tahun 2016.

Tabel 2.1**Jumlah Anggota Pembiayaan BMT Istiqomah**

Anggota Pembiayaan	2014	2015	2016
<i>Ba'I Bitsman Ajil (BBA)</i>	329	303	276
<i>Murabahah</i>	1056	959	899
<i>Syirkah</i>	153	137	126

Sumber: Data BMT Istiqomah Karangrejo

Berdasarkan dari data diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* paling banyak anggotanya. Dari tahun ke tahun pembiayaan *murabahah* mengalami penurunan. Yaitu dari 1056 anggota menjadi 899 anggota.

Perubahan lingkungan ekonomi yang berdampak pada proses keputusan beli nasabah. Daya beli konsumen yang menurun tajam telah mengondisikan konsumen pada situasi yang lebih terbatas menyangkut pilihan produk yang diinginkannya. Meskipun pemasar sudah memiliki segmen nasabah yang dianggap loyal, namun tekanan-tekanan persaingan yang gencar yang sengaja diarahkan untuk mengubah loyalitas nasabah, tidak dapat diabaikan karena akan berlanjut dengan perpindahan merek.

Kesejahteraan anggota sesuai dengan tujuan koperasi selalu diusahakan dengan berbagai cara agar dapat bersaing dan mempertahankan koperasi di tengah adanya pasar bebas. Oleh karena itu, terciptanya anggota yang loyal sangat diperlukan dan penting bagi pertumbuhan koperasi.

Loyalitas nasabah merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbarui kontrak dimasa yang akan datang, beberapa kemungkinan nasabah mengubah dukungannya terhadap merek, beberapa kemungkinan keinginan nasabah untuk meningkatkan citra positif suatu produk. Jika produk tidak mampu memuaskan nasabah, nasabah akan bereaksi dengan cara exit (nasabah menyatakan berhenti membeli merek atau produk) dan voice (nasabah

menyatakan ketidakpuasan secara langsung pada lembaga).² Loyalitas nasabah akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hal ini karena loyalitas nasabah memiliki nilai strategis bagi perusahaan.³

Tingkat *religiusitas* juga perlu diketahui karena secara umum sudah diketahui bahwa agama mempunyai pengaruh yang sangat kuat bagi seseorang. Orang yang mempunyai tingkat *religiusitas* yang tinggi dia akan lebih bisa membuka pola pikirnya bahwa keberadaan lembaga keuangan syariah ini adalah sangat bagus dalam rangka menghindari riba dalam semua transaksi keuangan dalam hidupnya. Pengaruh tersebut akan terlihat pada identitas atau karakter diri dan nilai seseorang yang akhirnya akan berpengaruh terhadap cara orang memilih lembaga dalam kelayaitasan nasabah untuk melakukan pembiayaan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu yang tidak dapat dipisahkan dari loyalitas nasabah. Setiap usaha jasa memiliki berbagai bentuk pelayanan yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar bisa bersaing dengan lembaga yang lain, baik lembaga yang sudah berdiri lama maupun lembaga yang baru. Keberadaan kualitas pelayanan tetap di pandang sebagai salah satu faktor penting dalam menumbuhkan kemauan anggota untuk menggunakan jasa kembali.

² Maruli DMK, Nilai Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan, <http://pengertian-loyalitas-nasabah-menurut.html> (diakses pada tanggal 20 Februari 2017 pukul 17.21)

³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 8

Dari harapan itu tentunya nasabah menginginkan sebuah kepuasan kinerja pelayanan yang baik. Konsumen atau pelanggan memilih penyedia jasa berdasarkan harapan dan setelah menikmati jasa mereka akan membandingkan dengan apa yang mereka harapkan. Bila kualitas jasa yang mereka nikmati ternyata berada jauh di bawah yang mereka harapkan maka konsumen akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut dan begitu sebaliknya. Oleh karena itu terutama bagi sebuah BMT juga perlu mengidentifikasi keinginan nasabah berkenaan dengan kualitas jasa tersebut. Nasabah akan tetap memberikan penilaian terhadap kualitas jasa dan BMT perlu memahami bagaimana sebenarnya pengharapan nasabah sehingga BMT dapat merancang jasa yang ditawarkan secara efektif.

Secara umum calon nasabah yang akan mengajukan pembiayaan tentu akan memilih BMT yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk memutuskan pembiayaan. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan di BMT, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya.

BMT Istiqomah Karangrejo merupakan salah satu BMT yang harus bersaing dengan lembaga keuangan yang ada di Tulungagung. BMT Istiqomah Karangrejo merupakan BMT yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, artinya BMT yang beroperasi mengikuti

ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.

BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, merupakan salah satu pelaku bisnis yang bergerak dalam industri perbankan, dengan menyediakan berbagai produk jasa yang tersedia untuk semua lapisan masyarakat, dari masyarakat menengah ke bawah maupun masyarakat menengah ke atas. Di dalam produk pembiayaan yang di miliki oleh BMT Istiqomah Karangrejo tersebut memiliki macam-macam jenis pembiayaan. Setiap produk pembiayaan pastinya memiliki perbedaan.

Dalam kaitannya dengan uraian diatas, maka penulis memilih obyek penelitian di BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, karena lokasinya yang cukup strategis, mudah dijangkau, dekat dengan aktivitas masyarakat, dan merupakan kantor pusat BMT Istiqomah. BMT Istiqomah juga merupakan lembaga keuangan syariah yang hadir untuk memberdayakan masyarakat kecil sesuai dengan syariah Islam. BMT Istiqomah Karangrejo didirikan sejak 3 Maret 2001 yang dibidangi oleh 36 pendiri. Dan mempunyai badan hukum koperasi dengan SK Nomor: 188.2/32/BH/424.75/2002 tanggal 17 Mei 2002. Kemudian mendapatkan izin pembukaan kantor cabang atau perwakilan kantor koperasi dari kantor koperasi dan UMKM Tulungagung dengan SK Nomor 188.2/21/KPT.C/304/V/2005 tanggal 7 Juli 2005.⁴

⁴ Dokumen, *Profil Koperasi BMT Istiqomah Tulungagung*, (Tulungagung: 2010), hal. 3

Dalam pemaparan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti Loyalitas Nasabah di BMT Istiqomah Karangrejo dengan judul **“Pengaruh *Religiusitas* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo”**.

B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini membahas tentang sejauh mana pengaruh *religiusitas* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo. Hasil penelitian ini adalah dilandasi pada teori-teori yang berkaitan, data RAT BMT Istiqomah Karangrejo, serta penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan.

C. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah, perlu diterangkan dalam rumusan masalah yang jelas untuk memberikan arah terhadap pembahasan selanjutnya. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *Religiusitas* terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo ?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo ?

3. Apakah *Religiusitas* dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan pada *Religiusitas* terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan pada Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo.
3. Untuk mengetahui *Religiusitas* dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Tingkat Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo.

E. Kegunaan Penelitian

Dari adanya penelitian ini, hasil penelitian diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun secara praktis adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Secara Teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan tentang *religiusitas* dan kualitas pelayanan. Dapat menambah ilmu pengetahuan dan literatur guna

pengembangan ilmu Ekonomi Islam, terutama pembiayaan *murabahah* di BMT.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis diharapkan dapat memberikan informasi kepada semua pihak, diantaranya:

- a. Bagi BMT Istiqomah Karangrejo, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai saran yang bermanfaat untuk merencanakan strategi didalam menarik dan mempertahankan kualitas pelayanan nasabah sehingga melahirkan komitmen dan tumbuhlah loyalitas yang tinggi untuk tetap menjadi nasabah di BMT Istiqomah Karangrejo.
- b. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, berguna untuk pertimbangan atau referensi dalam karya-karya ilmiah bagi seluruh aktivitas akademika di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung dan atau pihak lain yang membutuhkan.
- c. Untuk masyarakat secara umum, sebagai informasi dalam pemilihan produk tabungan di BMT Istiqomah Karangrejo sehingga dapat meningkatkan eksistensi BMT sebagai lembaga intermediasi keuangan syariah.
- d. Untuk penelitian yang akan datang, diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam meningkatkan eksistensi BMT Istiqomah Karangrejo sebagai lembaga intermediasi keuangan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup pembahasan ini dimaksud untuk pembatasan masalah agar pembahasan lebih terarah, adapun ruang lingkup dalam skripsi ini mengenai pengaruh *religiusitas* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo.

Peneliti menilai nasabah yang loyal itu dilihat dari 3 variabel, variabel pertama *religiusitas*, variabel ini menilai seluruh kegiatan-kegiatan BMT Istiqomah Karangrejo sedangkan variabel pelayanan, meneliti pelayanan dari karyawan. Untuk variabel loyalitas dilihat dari pelanggan membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh perusahaan, pelanggan melakukan pembelian antar lini produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, pelanggan melakukan komunikasi dari mulut kemulut berkenaan dengan produk tersebut kepada orang lain, pelanggan tidak akan tertarik terhadap tawaran produk sejenis yang dihasilkan oleh pesaing.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman, memudahkan menelaah, dan memahami pokok-pokok permasalahan dalam uraian selanjutnya, maka terlebih dahulu penulis mengemukakan pengertian yang ada dalam judul skripsi diatas. Adapun istilah-istilah yang dikemukakan dalam judul adalah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

- a) *Religiusitas* adalah tingkah laku manusia yang sepenuhnya dibentuk oleh kepercayaan kepada keghaiban atau alam ghaib yaitu kenyataan-kenyataan supra-empiris.⁵
- b) Kualitas pelayanan adalah memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Heizer dan Render mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan produk atau jasa memenuhi kebutuhan pelanggan.⁶
- c) Loyalitas nasabah adalah keputusan nasabah untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama.⁷

2. Definisi operasional

Definisi operasional adalah meletakkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel. Variabel penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X), Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi:

a. *Religiusitas* (X1)

Penilaian nasabah terhadap keyakinan penerapan ajaran agama (Islam) dalam seluruh kegiatan BMT.

b. Kualitas Pelayanan (X2)

⁵ Majid R, *Islam Kemoderenan dan Ke-Indonesiaan*, (Bandung: Mizan Pustaka, 1997), hal, 47.

⁶ Prof. Dr. Wibowo, S.E., M.Phil., *Manajemen Kinerja Cet. Keempat*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hal. 13

⁷ Christopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Indeks, 2005), hal. 133

Pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkah laku yang dilakukan oleh pihak lembaga untuk memberikan kepuasan pelayanan yang baik terhadap nasabah.

c. Loyalitas Nasabah (Y)

Loyalitas Nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kesetiaan seorang pelanggan dari suatu lembaga untuk terus melakukan transaksi di lembaga tersebut.

H. Sistematika Pembahasan

- BAB I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.
- BAB II Landasan Teori, membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, yang terdiri dari deskripsi teori, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.
- BAB III Metodologi Penelitian, terdiri dari berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.
- BAB IV Pembahasan hasil penelitian, terdiri dari deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V Pembahasan, yaitu pembahasan berdasarkan rumusan masalah.

BAB VI Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan, dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.