

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan lembaga keuangan dibuktikan dengan semakin banyaknya lembaga keuangan yang berdiri dan semakin meningkat pula pengetahuan masyarakat mengenai fungsi dan peranan lembaga keuangan menyebabkan masyarakat sudah pandai memilih lembaga keuangan mana yang akan mereka gunakan untuk membantu kegiatannya terutama dalam ekonomi. Lembaga keuangan yang awal muncul di Indonesia adalah lembaga keuangan konvensional dan karena mayoritas penduduknya beragama Islam membuat pemerintah membentuk sebuah lembaga keuangan berlandaskan syariah. Suatu lembaga keuangan yang berlandaskan sistem syariah, seperti Baitul Maal Watamwil (BMT), Koperasi syariah dan juga Bank Penkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang menggunakan prinsip-prinsip syariah seperti Al-Quran dan Al-Hadis didalam melakukan operasionalnya.

Sekarang mayoritas masyarakat muslim sudah mulai mengerti prinsip syariah dalam kegiatan bisnisnya, sehingga mengarahkan bisnis ekonomi pada prinsip syariah. Kegiatan bisnis syariah akan berdampak meningkatkan kualitas dari aspek ekonomi maupun sosial. Masyarakat muslim lebih memilih untuk memanfaatkan lembaga keuangan syariah yang ada dibandingkan lembaga keuangan konvensional yang telah lebih dulu berdiri.

Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 91/Kep/IV/KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah serta pembaharuan tentang Undang-Undang Perkoperasian Republik Indonesia No 17 Tahun 2012 berdasarkan ketentuan yang disebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak dibidang pembiayaan, investasi dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah).<sup>2</sup> Demikian merupakan realisasi atas kepedulian pemerintah untuk berperan memberikan payung hukum terhadap pertumbuhan dan perkembangan ekonomi masyarakat dalam lingkup Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.

Dengan berkembangnya kenyataan itu membuktikan bahwa sistem ekonomi syariah dapat diterima dan diterapkan dalam masyarakat Indonesia bahkan mempunyai nilai positif dalam membangun masyarakat Indonesia dalam kegiatan ekonomi sekaligus membuktikan kebenaran hukum ekonomi syariah mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan sistem ekonomi komunis maupun ekonomi kapitalis. Indonesia yang masyarakatnya mayoritas beragama Islam adalah lahan subur bagi tumbuh berkembangnya ekonomi syariah.

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan lembaga keuangan tentunya mendorong pertumbuhan lembaga keuangan semakin pesat, sehingga semakin ketat persaingan antar lembaga keuangan baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non-bank. Semakin ketatnya persaingan tentunya yang menjadi tantangan setiap lembaga keuangan untuk menerapkan strategi yang

---

<sup>2</sup> Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, Keputusan Menteri tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syariah, Nomor 91/Kep/IV/KUKM/IX/2004, ps. 1

tepat supaya tetap bertahan ditengah persaingan dan mempertahankan nasabahnya. Strategi yang dapat diterapkan diantaranya adalah meningkatkan kinerja pemasaran, menerapkan etika bisnis dan juga meningkatkan kualitas pelayanan atau dengan kata lain melakukan pelayanan prima kepada setiap anggotanya, meningkatkan kualitas produk yang dimiliki atau bahkan menambah produk untuk menarik nasabah. Sehingga nasabah akan bertahan atau loyal terhadap lembaga keuangan tersebut atau bahkan akan menambah nasabah baru.

Etika bisnis adalah tuntutan harkat etis manusia dan tidak bisa ditunda sementara untuk membenarkan tindakan dan sikap tidak adil, tidak adil jujur dan tidak bermoral. Etika bisnis digunakan guna mengendalikan persaingan bisnis agar mentaati norma – norma yang ada. Etika bisnis juga dapat digunakan oleh para pelaku usaha bisnis agar dapat berfikir, apakah dalam melaksanakan kegiatan dapat merugikan bisnis orang lain atau tidak.<sup>3</sup>

Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam mencapai keberhasilan adalah kualitas pelayanan. Menurut Philip Kotler dalam Husnul Khatimah<sup>4</sup> “Kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi”. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

---

<sup>3</sup> Ernawan dan Erni R, *Business Ethic*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm.13

<sup>4</sup> Husnul Khatimah, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura)”, Tanpa Tahun, hlm. 2

Pelayanan prima merupakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan sebagai usaha mencapai kepuasan pada pelanggan. Dalam pelayanan prima, dimensi yang layak diperhatikan adalah reliabilitas, daya angkap, jaminan, empati, dan bukti fisik.<sup>5</sup> Sehingga memberikan pelayanan yang baik serta memiliki kualitas produk yang baik menjadi kunci keberhasilan dalam menarik nasabah. Apabila suatu Lembaga Keuangan memiliki kualitas pelayanan yang baik, tentunya akan dicari oleh nasabah. dan untuk pertama kalinya nasabah datang tentunya akan menanyakan tentang produk yang dimiliki. Ketika nasabah sudah tertarik untuk memakai produk yang dimiliki Lembaga Keuangan Syariah dan merasa puas maka ia secara tidak langsung akan mempromosikan produk tersebut kepada masyarakat dan dengan begitu nasabah yang lain akan berdatangan.

Menarik nasabah bukan hal yang mudah, maka nasabah yang sudah ada harus dipertahankan. Membuat nasabah bertahan juga merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu Lembaga Keuangan menghadapi persaingan. Membuat nasabah tetap bertahan atau bisa dibilang membuat nasabah tetap loyal adalah senjata utama yang harus dilakukan oleh suatu bank atau lembaga keuangan. Bagaimana cara Lembaga Keuangan Syariah mempertahankan nasabahnya dan membuat nasabahnya menjadi nasabah yang loyal atau memiliki loyalitas tinggi sehingga tidak berpindah ke Bank atau Lembaga yang lain. Strategi apa yang sebaiknya digunakan dan akan membawa hasil memuaskan bagi Lembaga tersebut.

---

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*,(Yogyakarta: CV Andi Offset 2011), hlm. 198

Lembaga Keuangan Syariah lainnya sebaiknya tidak boleh berhenti apabila telah memberikan kepuasan kepada nasabahnya, tetapi terus berupaya bagaimana menciptakan agar nasabah tersebut tidak berpindah ke bank lain dan nasabah menjadi semakin loyal. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menentukan strategi yang tepat supaya tetap bertahan ditengah persaingan yang ketat.

Peranan etika dalam kegiatan bisnis menurut Fandy Tjiptono dalam Haurissa<sup>6</sup> adalah Etika berperan sebagai penghubung pelaku bisnis. Pelayanan purna jual tentu merupakan refleksi nilai atau etika bisnis yang diterapkan perusahaan untuk menjaga loyalitas konsumennya. Etika juga berperan sebagai syarat utama untuk kelanggengan atau konsistensi perusahaan. Loyalitas konsumen akan dapat membantu perusahaan agar tetap bisa bertahan.

Menurut Barata dalam Silvester Kukuh<sup>7</sup> Dewasa ini dalam kegiatan pelayanan dikenal istilah pelayanan prima, yang artinya adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan. memberikan pelayanan prima agar kepuasan dapat dipenuhi serta dapat memunculkan kepercayaan dan loyalitas. Pemberian pelayanan prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan

---

<sup>6</sup> Lina Juliana Haurissa dan Maria Praptiningsih, "Analisis Penerapan Etika Bisnis pada PT Maju Jaya di Pare Jawa Timur", AGORA, Vol. 2 No. 2, 2003

<sup>7</sup> Silvester Kukuh, "Pengaruh Variabel Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Bank Negara Indonesia Cabang Jalan Margonda Raya)", Universitas Gunadarma, Tanpa Tahun

Loyalitas nasabah adalah puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk yang di konsumsinya. Mereka memiliki kredibilitas yang tinggi, karena tidak di bayar oleh pihak manapun untuk merekomendasikan produk atau merk perbankan tersebut. Mempertahankan nasabah yang loyal memang harus mendapatkan prioritas yang utama dari pada mendapatkan nasabah baru, karena untuk merekrut atau mendapatkan nasabah baru bukanlah hal yang mudah karena akan memerlukan biaya yang banyak, maka sangatlah rugi bila perusahaan melepas nasabah yang telah loyal secara begitu saja.

Tugas untuk mengelola loyalitas nasabah menjadi tantangan yang tidak ringan, kepergian nasabah merupakan tolak ukur berjalannya suatu bisnis yang dalam hal ini adalah lembaga keuangan itu sendiri. Loyalitas nasabah dapat dijadikan dasar dalam pengambilan kebijakan untuk menambah atau mengurangi nilai produk bagi nasabah. Loyalitas nasabah juga dapat membuktikan seberapa tingkat kepercayaan nasabah terhadap produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan.

KJKS BTM Mentari Kademangan merupakan salah satu dari sekian banyak lembaga keuangan dengan prinsip syariah. Dalam menjalankan kegiatannya tidak hanya untuk mencari keuntungan melainkan juga untuk menolong sesama dalam menjalankan bisnisnya. KJKS BTM Mentari memiliki dua produk pembiayaan yaitu pembiayaan *mudharabah* dan pembiayaan

*musyarakah*. Selain kedua produk pembiayaan tersebut, KJKS BTM Mentari memiliki produk simpanan atau tabungan yaitu simpanan *wadiah* (SIWADA).

Produk – produk pembiayaan dan juga produk tabungan yang tersedia di KJKS BTM Mentari disesuaikan dengan kondisi masyarakat yang ada di sekitar kantor, tentunya yang menjadi target *marketing* untuk mendapatkan nasabah. Terhitung sampai tanggal 01 Januari 2017, jumlah nasabah di KJKS BTM Mentari adalah sebanyak 300 orang. Dengan rincian, nasabah pembiayaan *musyarakah* sebanyak 100 orang. Nasabah *mudharabah* sebanyak 50 orang dan nasabah simpanan *wadiah* sebanyak 150 orang. Dari data yang diperoleh per Januari pada tahun 2014 jumlah seluruh anggota mencapai 157, kemudian 2015 sebanyak 190 dan pada tahun 2016 menjadi 248

**Tabel 1.1 Jumlah Anggota KJKS BTM Mentari Kademangan**

NO.	Tahun	Jumlah
1.	2014	157
2.	2015	190
3.	2016	248
4.	2017	300

*Sumber: KJKS BTM Mentari*

Dari data jumlah nasabah yang diperoleh di atas dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah lainnya tentunya sangat berbeda jauh. Hal tersebut yang menjadi ketertarikan peneliti yaitu jumlah anggota KJKS BTM Mentari yang lebih sedikit dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya yang sama – sama sedang bersaing. Oleh karena itu, nasabah sangat penting bagi KJKS BTM Mentari untuk bertahan ditengah persaingan ketat. Menambah nasabah memang sangat perlu, namun yang lebih penting adalah mempertahankan

nasabah yang sudah ada atau dipertahankan selamanya, menjadi nasabah yang loyal.

Upaya dalam mempertahankan pelanggan agar tetap loyal atau setia di KJKS BTM Mentari Kademangan Blitar tentu para anggota harus dilayani dengan baik yaitu dengan pelayanan yang prima (*optimal*). Bahkan sebelum pelanggan atau konsumen memberitahukan apa yang diinginkan (keluhan) para karyawan sudah mengetahui keluhan apa yang diinginkan konsumen atau pelanggan tersebut. Di samping pelayanan prima yang diberikan pada anggota yang sudah memegang erat Islamnya, pihak lembaga keuangan syariah harus benar-benar memajemen lembaga keuangan syariah sesuai dengan kebutuhan anggotanya.

Dalam dunia perbankan atau lembaga keuangan, dimana setiap jasa keuangan mengemas jasa mereka sedemikian rupa untuk menarik para nasabah. Bahkan pelayanan tidak hanya terbatas pada fungsi awal bank atau koperasi sebagai lembaga keuangan yang berfungsi untuk menyimpan dan meminjam uang. Berdasarkan uraian di atas bahwa lembaga keuangan harus mampu memberikan sebuah pelayan yang prima, dimana pelayanan prima tersebut juga didukung dengan pengembangan etika bisnis yang dapat dijadikan sebagai keunggulan dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya sehingga mampu mempertahankan nasabahnya menjadi nasabah yang loyal dan mampu bertahan dalam iklim persaingan yang ketat.

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti sejauh mana etika bisnis dan pelayanan prima memberikan pengaruh terhadap loyalitas anggota. Untuk lebih



meningkatkan kinerja lembaga keuangan syariah. Berdasarkan latar belakang dalam penelitian, maka penelitian bermaksud melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Penerapan Etika Bisnis dan Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Anggota KJKS BTM Mentari Kademangan Kabupaen Blitar”***.

#### **B. Identifikasi Masalah.**

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Tidak semua lembaga keuangan menerapkan etika bisnis yang sesuai norma dengan baik dan benar. Penerapan etika bisnis disetiap lembaga keuangan berbeda – beda sesuai dengan kebijakan yang telah dikeluarkan oleh pimpinan.
2. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah dianggap sudah baik sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh pimpinan namun belum sepenuhnya memuaskan nasabah.

#### **C. Rumusan Masalah.**

1. Apakah penerapan etika bisnis berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota KJKS BTM Mentari Kademangan Blitar?
2. Apakah pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota KJKS BTM Mentari Kademangan Blitar?
3. Apakah penerapan etika bisnis dan pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota KJKS BTM Mentari Kademangan Blitar?

#### **D. Tujuan Penelitian.**

1. Untuk menguji pengaruh penerapan etika bisnis terhadap loyalitas anggota KJKS BTM Mentari Kademangan Blitar.

2. Untuk menguji pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas anggota KJKS BTM Mentari Kademangan Blitar.
3. Untuk menguji pengaruh penerapan etika bisnis dan pelayanan prima terhadap loyalitas anggota KJKS BTM Mentari Kademangan Blitar.

#### **E. Kegunaan Penelitian.**

##### 1. Kegunaan Teoretis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk pengembangan keilmuan yaitu sebagai literatur yang dapat memberikan tambahan pengetahuan tentang etika bisnis, pelayanan prima dan loyalitas nasabah.

##### 2. Kegunaan Praktis.

- a. Bagi KJKS BTM Mentari, sebagai masukan untuk pihak terkait yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan upaya-upaya yang strategis dalam membangun citra yang lebih baik di masyarakat.
- b. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan literatur dalam ilmu Ekonomi.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, semoga bisa menjadi referensi dan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian dengan tema yang sesuai.

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

Penelitian ini akan membahas mengenai hubungan antara Etika Bisnis dan Pelayanan Prima yang diterapkan di KJKS BTM Mentari Kademangan terhadap Loyalitas anggota KJKS BTM Mentari Kademangan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang menjadi subyek yaitu Etika Bisnis

dan Pelayanan Prima sedangkan terdapat satu variabel yang menjadi obyek dalam penelitian ini yaitu Loyalitas Anggota KJKS BTM Mentari Kademangan Blitar.

Penelitian hanya memfokuskan pada variabel Etika Bisnis, Pelayanan Prima dan Loyalitas Anggota sehingga tidak menyertakan unsur lainnya. Keterbatasan penelitian terletak pada waktu yang singkat saat melakukan penelitian di lapangan dan saat pengerjaannya serta tenaga peneliti yang juga terbatas kemampuannya.

## **G. Penegasan Istilah.**

### 1. Definisi Konseptual.

#### a. Etika Bisnis.

Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan masyarakat. Etika bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham dan masyarakat. Etika bisnis adalah tuntutan harkat etis manusia dan tidak bisa ditunda sementara untuk membenarkan tindakan dan sikap tidak adil, tidak adil jujur dan tidak bermoral.<sup>8</sup>

#### b. Pelayanan Prima.

Pelayanan mengandung pengertian usaha untuk melayani kebutuhan orang lain. Layanan adalah sebagai kegiatan yang ditawarkan oleh

---

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, *Service, Quality*...., hlm. 198

organisasi atau perorangan kepada konsumen yang tidak berwujud. Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan dengan terus mengupayakan penyelesaian kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab guna mewujudkan kepuasan pelanggan agar selalu loyal terhadap perusahaan.<sup>9</sup>

c. Loyalitas Pelanggan.

Definisi loyalitas menurut Oliver yang diterjemahkan oleh Ratih Hurriyati mengemukakan definisi loyalitas pelanggan adalah:

Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha – usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.<sup>10</sup>

2. Definisi Operasional.

Etika bisnis adalah melakukan suatu kegiatan bisnis yang dalam hal ini adalah lembaga keuangan syariah atau BTM Mentari, kegiatan bisnis yang dilakukan sesuai dengan norma yang berlaku. Pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang sebaik baiknya kepada pelanggan atau anggota BTM Mentari. Dan loyalitas pelanggan atau loyalitas anggota adalah

---

<sup>9</sup> Gazpersz, 1997, “*Modul Etika Perbankan dan Pelayanan Prima*”. Dalam Heri Sulistyio, (Universitas Sebelas Maret: 2008)

<sup>10</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 129

kesediaan anggota untuk bertahan menggunakan suatu produk jasa dari BTM Mentari secara terus menerus.

#### **H. Sistematika Skripsi.**

Untuk mempermudah dalam memahami serta menelaah pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis mengklasifikasikan dalam bentuk BAB I – BAB V sebagai berikut :

- BAB I Merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, serta definisi operasional.
- BAB II Merupakan bab landasan teori yang berisi kerangka teori, kajian penelitian, kerangka koseptual, dan hipotesis penelitian. Dalam kerangka teori dijelaskan mengenai etika bisnis, pelayanan prima, dan loyalitas pelanggan.
- BAB III Merupakan bab metode penelitian yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, teknik analisis data.
- BAB IV Bab Hasil Penelitian dalam bab ini memuat deskripsi singkat hasil penelitian, terdiri dari: a) Deskripsi Data dan b) Pengujian Hipotesis
- BAB V Bab ini berisi pembahasan hasil penelitian untuk menjawab masalah penelitian, menafsirkan temuan penelitian, dan menjelaskan implikasi hasil penelitian.

BAB VI Merupakan bab penutup berisi kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan yang dilanjutkan dengan bagian akhir skripsi, yakni daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.