

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hal ini dikarenakan perekonomian suatu bangsa menjadi penting karena dapat menurunkan tingkat kesejahteraan bangsa tersebut.¹ Serupa dengan pendirian Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Indonesia, kemajuan secara signifikan ataupun krusial telah dicapai dalam perekonomian negara. Masyarakat menyadari bahwasanya Lembaga Keuangan akan menganut standar syariah akan lebih halal dan etis sebab menerapkan sistem reward dan proses yang sejalan bersama hukum islam.

Keberadaan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Indonesia sebenarnya bukanlah suatu hal baru. Tetapi dari tahun 1992, dibentuk Lembaga Keuangan Islam yang melarang penggunaan prinsip bunga (riba) dalam kegiatannya.² Pelarangan riba dengan jelas dalam Al-Qur'an merupakan teks yang sangat penting dalam landasan hukum islam. Riba merupakan tambahan yang disediakan tanpa pengganti atau transaksi bisnis yang sesuai syariah.³ Semua bisnis harus bekerja untuk meningkatkan kemampuan daya saing mereka karena jumlah pesaing keuangan terus meningkat. Hal ini diperlukan karena imbalan yang diterima oleh lembaga keuangan berasal dari produksi yang terlalu berharga dan gampang disaingi kepada pesaing lain.

BMT menerapkan prinsip syariah yang bersumber dari prakteknya riba yang diperbolehkan kepada islam. Keberadaan Lembaga Keuangan Mikro Syariah atau BMT sebagaimana diketahui telah memberikan banyak keuntungan keuangan terhadap warga luas, khususnya warga kecil yang tidak selalu memahami bank dan riba dikarenakan mempengaruhi perekonomian kerakyat negara.⁴

¹ Zulhazmi dan Ilmiawan Auwalin, "Peran Pembiayaan Terhadap Perkembangan Usaha Dan Peningkatan Kesejahteraan Anggota Baitul Maal Wat Tamwil," Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan, 2020.

² Fichia Melina, "Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt)," Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance 3, no. 2, 2020, 269–280, [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5878](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5878).

³ Agus Saron, "Explorasi Hukum Riba Dari Berbagai Macam Pandangan Serta Penerapan Ilmu Hukum Dalam Aplikasinya," Diponegoro Private Law Review 7, 2020.

⁴ Yetti Afrida Indra et al, "Strategi Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Daerah Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu Melalui Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)," Batusangkar International Conference 11, no. 14, 2017.

Pemasaran adalah suatu yang harus diperhatikan dari semua pelaku usaha ataupun pemilik usaha.⁵ Hal ini dikarenakan pelaku bisnis harus memberikan produknya secara langsung kepada konsumen untuk memaksimalkan keuntungan dan mendapatkan respon yang positif dari konsumen. Tujuan setiap perusahaan adalah menemukan gambar atau kesan yang bagus. BMT menggunakan beberapa strategi untuk membangun kepercayaan nasabah yang pada dasarnya dilandasi oleh komitmen dan loyalitas nasabah untuk mendapat sasaran yang diharapkan.

Satu diantara yang perlu perhatian utama yang dialami sama BMT adalah perlunya membentuk kepercayaan konsumen. Hal ini bisa dipahami bahwasanya tidak setiap orang mempunyai kepercayaan dan loyalitas yang diperlukan agar nasabah setia dan patuh. Mengingat saat ini ada sejumlah nasabah yang masih berpindah-pindah.⁶ Lembaga keuangan adalah jenis bisnis yang berfokus kepada kepercayaan konsumen. Tanpa dukungan konsumen, suatu Lembaga tertentu tidak bisa dapat melaksanakan aktivitas bisnisnya secara efektif.⁷ Situasi akan terwujud ketika bisnis mampu meningkatkan kepercayaan bagi pelanggan mereka, memungkinkan mereka untuk bertransaksi dan bertahan dengan bisnis tersebut.⁸ Diakui dengan baik di dunia perbankan bahwa mendapatkan kepercayaan ataupun mempertahankan sangat penting untuk keberhasilan bisnis bank.⁹ Kepercayaan sungguh dihormati sama perusahaan dikarenakan bisa berdampak kepada proses kerja pemasaran.¹⁰ Sehingga, sesuai dengan anggapan, pelanggan memiliki persyaratan penting untuk beberapa

⁵ Rosa Jatnika Sari and Ine Aprianti, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Loyalitas Nasabah," *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)* 2, no. 2, 2020, 77, <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i2.377>.

⁶ Denis Lapasiang et al, "Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Karombasan Manado," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 5, no. 3, 2017.

⁷ Endang Wahyuni, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah," *Akmenika* 12, no. 2, 2015.

⁸ U Suhud and M Rizan, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Kepercayaan Merek Pada Perusahaan Asuransi Jiwa," *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan-JBMDK* 1, no. 2, 2020. <http://103.8.12.68/index.php/jbmdk/article/view/79%0Ahttp://103.8.12.68/index.php/jbmdk/article/download/79/117>.

⁹ Andre Misa Putra and Fernos Jhon, "Pelaksanaan Pelayanan Prima Terhadap Kepercayaan Nasabah Di Pt. Bank Perkreditan Rakyat Jorong Kampung Tengah Pariaman," 2019, 9, <https://osf.io/preprints/inarxiv/c3fy4/>.

¹⁰ Ahmad Guspul and Awaludin Ahmad, "Kualitas Pelayanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Di Wonosobo," *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ* 1, no. 3, 2014, 156–70, <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/ppkm/article/view/253>.

kriteria utama, seperti loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, menurunkan harga, menaikkan upah minimum, dan meningkatkan efisiensi dan daya produksi karyawan.¹¹

Memiliki loyalitas nasabah tinggi dapat membantu perusahaan mencapai potensinya. Loyalitas di antara konsumen diartikan menjadi kebutuhan konsumen demi membeli kembali barang atau jasa dan tidak beralih terhadap bisnis lainnya. Jika mereka membutuhkan produk atau layanan serupa, pelanggan yang berkomitmen akan secara konsisten melakukan pembelian ulang setiap hari.¹² Loyalitas kepada bank sangat penting bagi industri perbankan syariah karena jika satu bank pindah ke lain bank, jumlah uang harus dibayarkan untuk bisnis yang bertambah. Komitmen seseorang terhadap obyek tertentu dapat dinyatakan sebagai loyalitas nasabah. Untuk memastikan bahwa setiap produk atau jasa yang dapat dijual tetap memiliki pelanggan, loyalitas terhadap perusahaan menjadi tujuan utamanya. Kepuasan konsumen merupakan komponen krusial untuk membangun loyalitas pelanggan. Banyak faedah yang dapat dimanfaatkan dari bisnis serta tingkat loyalitas konsumen yang besar, termasuk kemampuan untuk mengembangkan kepekaan konsumen, mencegah ketidakpuasan pelanggan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan, menurunkan tarif operasi yang berpengaruh dari bertambahnya total konsumen.

Kualitas layanan adalah bentuk penilaian kepada tingkat dukungan yang dibagi dari bisnis tertentu. Loyalitas nasabah kepada bank, meskipun terbukti, tidak sepenuhnya memperhitungkan probabilitas bahwa ini adalah hasil dari standar layanan nasabah yang buruk pada konsumen. Turunnya loyalitas konsumen menjadi dampak kurangnya kualitas layanan terhadap konsumen yang diserahkan menyebabkan banyak konsumen mengamankan uangnya ke bank lainnya yang telah berdiri akan memasarkannya industri yang sudah berdiri untuk menawarkan bisnisnya sampai bisa bersaing di kawasan industri lain. Standar kualitas produk yang sengit akan berpengaruh oleh kepercayaan konsumen, mengharuskan penjualan supaya bisnis bisa tumbuh dengan sukses. Keunggulan pelayanan sangat penting untuk bisnis karena memiliki dampak langsung pada seberapa baik

¹¹ Eugenia Andrea Dennisa, Suryono Budi Santoso, and Jurusan Manajemen, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang)," *Diponegoro Journal of Management* 5, no. 3, 2016, 1–13, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

¹² Muhammad Zakiy Ishak and Evrita Putri Azzahroh, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)* 3, no. 1, 2017, 26, <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3599>.

kinerja suatu produk di pasar dan memiliki potensi untuk mencapai posisi terbaik dalam persaingan.

Setiap industri beroperasi dengan mantap dan sukses dengan mengintegrasikan keunggulan dan keunikan ke dalam setiap produk untuk sepenuhnya memenuhi keinginan nasabah. Peter and Olson mengatakan seumpama nasabah kurang puas, mereka akhirnya akan beralih merek dan bahkan mengadu ke produsen, atau bahkan konsumen lain. Sejalan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sekarang, pertumbuhan perusahaan ini serta makin cepat. Usaha bisa dikatakan sukses jika dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cara memenuhi harapan pelanggan. Sejak beberapa tahun yang lalu, telah ada kepuasan yang utama dalam satu perkumpulan perusahaan, dikarenakan industri yakin bisa meningkatkan pemahaman nasabah.¹³

Perusahaan berusaha mencari strategi yang efektif untuk mengatasi masalah dan memperkuat loyalitas nasabahnya. Jika sebuah perusahaan mempunyai rencana bagaimana mempertahankan operasinya saat ini, seperti berfokus pada membangun hubungan dengan pelanggan, maka akan mampu bersaing dengan bisnis lain. Pendapat Kotler dan Keller mewujudkan pertalian tahan dan awet pada konsumen suatu keinginan para pengusaha, ini merupakan penting untuk keberhasilan waktu lama. mewujudkan hubungan yang awet dan kuat terhadap konsumen merupakan keinginan seluruh penjual serta sangat penting untuk kesuksesan jangka panjang.

Kajian mengenai bagaimana membangun kepercayaan dan loyalitas pada pelanggan sudah diteliti antara lain hasil dari penelitian ini menyatakan kepercayaan konsumen kepada bank syariah bisa terbangun dari pelayanan yang bermutu, yang mana makin berpengalaman pelayanan bank syariah maka kepercayaan konsumen akan makin kuat.¹⁴

Griffin menyatakan, bahwa seseorang yang merupakan pelanggan setia akan menunjukkan perilaku menggunakan produk secara terus menerus dari hari ke hari. Supaya konsumen selalu setia, industri tetap bisa mengusahakan mutu secara baik. Indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan menurut Deng et.al

¹³ Ove C. and Marie Albinsson. Hansemark, "Customer Satisfaction and Retention: The Experience of Individual Employess," *Managing Service Quality Journal*, 2004.

¹⁴ Nurfarida & Rita, "Peranan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Membangun Kepercayaan Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* Vol. 1 No., no. 2, 2014, 63–73, <https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/1534>.

dan Gremler & Brown adalah selalu menggunakan layanan perusahaan, dan merekomendasikan pada orang lain (*word of mouth*).¹⁵

Menurut Kotler dan Armstrong, tindakan membeli secara terus menerus pada suasana terkait kualitas yang awet dikekalkan demi kesetiaan, yang mana pelanggan akan minat membeli ulang merek yang sama dan menyangka tepat untuk memilih label tersebut. Indikator kesetiaan pelanggan menurut Kotler dan Keller adalah kepercayaan nasabah kepada industri, membeli ulang produk, pelanggan tidak memakai jasa bank lainnya, menyarankan kepada orang lain.¹⁶

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Selvy Damayanti dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah diperoleh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.¹⁷ Namun penelitian oleh Fredi Pradana dengan judul Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah PT FAC Sekuritas Indonesia di Yogyakarta, diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah PT FAC Sekuritas Indonesia di Yogyakarta.¹⁸

KSPPS Yaummi Mas merupakan salah satu Lembaga keuangan syariah yang berdiri sejak tahun 1984 dan berlokasi di Jl. Diponegoro 155 Pati Jawa Tengah. Seiring berjalannya waktu, KSPPS Yaummi Mas semakin berkembang. KSPPS Yaummi Mas memiliki jaringan pelayanan nasabah yang berjumlah 24 cabang. Salah satu kantor cabang pembantu yang banyak diminati Masyarakat adalah KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana dimana kantor cabang ini terletak di kawasan strategis tidak jauh dari Pasar Juwana dan pemukiman warga. Sebagaimana tertulis pada laporan tahunan KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana, terdapat adanya naik turun pertumbuhan jumlah

¹⁵ Jill Griffin, *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga, 2003.

¹⁶ Prasasti. 2013. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Ekonesia.

¹⁷ Adya Hermawati, "Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya" 10, no. 1 (2021): 13, <https://repository.stiesia.ac.id/id/eprint/2271/>.

¹⁸ Fredi Pradana, "Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta," *Jurnal Manajemen Bisnis* 9, no. 2 (2018): 210, <https://doi.org/10.18196/mb.9262>.

nasabah pada 5 tahun terakhir. Hal ini dapat ditunjukkan dari tabel berikut:

Tabel 1.1
Pertumbuhan Nasabah KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Selisih
1.	2019	1.025	-
2.	2020	1.040	15
3.	2021	1.075	35
4.	2022	1.115	40
5.	2023	1.127	12

Berdasarkan tabel diatas, bisa dilihat apabila pertumbuhan nasabah KSPPS Yaummi Mas selama 5 tahun terakhir mengalami naik turun dari tahun ke tahun. Adanya naik turunnya jumlah nasabah tersebut menandakan bahwa KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana belum melakukan kinerjanya dengan baik. Oleh karena itu, KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana harus menyadari dan memperhatikan betapa pentingnya suatu pelayanan yang berkualitas.

KSPPS Yaummi Mas memiliki reputasi yang menonjol dibandingkan dengan lembaga keuangan non-bank syariah lainnya. Hal ini dikarenakan adanya layanan jemput bola yang menjadi salah satu faktor yang menimbulkan ketertarikan masyarakat untuk menjadi anggota dalam BMT ini. Berada di lokasi yang dekat dengan pasar, KSPPS Yaummi Mas menjadi pilihan pedagang-pedagang untuk menabung pada lembaga ini karena karyawan akan senantiasa berkeliling keseluruhan pasar untuk menarik uang yang akan ditabungkan di KSPPS. Dengan demikian, para pedagang yang tidak bisa meninggalkan kios untuk menabung di lokasi merasa terbantu atas layanan ini. KSPPS Yaummi Mas juga melayani penukaran uang kecil bagi anggota nasabah maupun masyarakat yang membutuhkan. Dengan melayani hampir semua yang dibutuhkan oleh anggota dan masyarakat, KSPPS Yaummi Mas dianggap dapat memberikan pelayanan yang berkualitas karena berusaha untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh anggota nasabah.

Hal tersebut juga relevan dengan hasil wawancara dengan Bapak Yogo Nur Setiyo selaku ketua cabang KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan ternyata masih belum maksimal karena KSPPS Yaummi Mas dinilai kurang cepat dan tanggap saat menghadapi banyaknya nasabah yang datang untuk melakukan transaksi sehingga terjadi antrian panjang. Kekurangan KSPPS ini juga terdapat pada bangunan fisiknya seperti

ruang tunggu dan area parkir yang kurang luas dimana hal ini dapat mengganggu kenyamanan nasabah.

Dari masalah di atas, mengakibatkan KSPPS Yaummi Mas masih mengalami hambatan dalam loyalitas nasabah. Mengingat bahwa lembaga keuangan adalah industri jasa dengan loyalitas nasabah sebagai faktor yang paling penting, maka penelitian terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan bertujuan untuk meningkatkan mutu layanan dan mempertahankan nasabah untuk waktu yang lama. Berdasarkan uraian di atas, penulis terdorong melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, bahwa peneliti mencoba lebih lanjut tentang pembahasan berikutnya. Rumusan masalah dalam penelitian tersebut adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana?
4. Apakah kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana?

C. Tujuan Penelitian

Dalam susunan rumusan masalah tersebut, Adapun yang mempengaruhi tujuan pada penelitian tersebut yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana?
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana?
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan pada KSPPS Yaummi Mas Cabang Juwana?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian tersebut dinantikan bisa membagikan kontribusi ilmu pemahaman khususnya dalam keahlian peningkatan jumlah nasabah yakni mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dan menambah sumber informasi kepastakaan sebagai bahan bacaan ilmiah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi akademisi, penelitian tersebut dinantikan bisa menjadikan petunjuk yang bermanfaat dalam hal kajian materi dan juga bisa dipakai menjadi sumber referensi bagi pembaca.
- b. Bagi Praktisi, sebagai pedoman atau referensi bagi praktisi perbankan, apalagi yang berurusan dengan objek nasabah kualitas layanan, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika yaitu unsur penting pada penulisan skripsi supaya penulisan penelitian ini bisa terarahkan. Berikut sistematika penulisan pada penelitian tersebut, diantaranya:

1. Bagian Awal

Bagaian ini terdapat halaman judul, pengesahan majelis pengujian munaqosyah penjelasan keaslian skripsi, abstrak, moto, persembahan, transliterasi arab-latin, kata pengantar, tabel isi, daftar tabel dan daftar gambar grafik.

2. Bagian Utama atau Isi

Unsur tersebut terdapat 5 bab yaitu:

BAB II : PENDAHULUAN

Bagian tersebut, mengulas berbagai topik termasuk latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bagian tersebut membahas mengenai uraian teori-teori yang berkaitan pada penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab tersebut membahas mengenai metode penelitian yang dipakau terhadap penulisan skripsi ini, yang terdiri: jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, Teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian bab tersebut meliputi tentang deskripsi obyek penelitian, deskripsi data penelitian dan analisis data penelitian serta membahas pada analisis data.

BAB V : PENUTUP

Pada bab V ini merupakan bab terakhir yang berisi mengenai simpulan dari penelitian yang sudah dilaksanakan, saran-saran untuk penelitian berikutnya dan penutup.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

