

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga keuangan yang pesat dalam masyarakat dinilai sangat menguntungkan bagi para pelaku ekonomi, karena mereka dapat lebih mudah menjalankan kegiatan ekonominya untuk mempertahankan kelangsungan hidup. Persaingan yang ketat dan banyak bermunculan lembaga keuangan sejenis yang baru mengharuskan perusahaan atau lembaga untuk berusaha mempertahankan pemasarannya dengan memprioritaskan kepada nasabah atau anggota yang sudah ada. Mempertahankan nasabah atau anggota dan menjaga loyalitasnya menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan atau lembaga.

Di Indonesia, terdapat dua bentuk lembaga keuangan yaitu lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan konvensional merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran secara umum berdasar pada ketentuan dan prosedur yang ditetapkan oleh negara. Lembaga Keuangan Syariah menurut Undang-undang tentang perbankan adalah lembaga keuangan yang kegiatannya menarik dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat berdasarkan prinsip syariah.¹ Lembaga Keuangan Syariah (LKS) menurut Dewan Syariah Nasional (DSN) merupakan lembaga keuangan yang mengeluarkan produk keuangan syariah dan mendapatkan izin operasional sebagai lembaga keuangan syariah.²

Lembaga keuangan syariah memiliki macam dan bentuk yang sama, diantaranya lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan bukan bank syariah. Salah satu lembaga keuangan syariah bukan bank syariah yaitu

¹ Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008), 5.

² Ahmad Supriyadi, *Bank Syariah: Studi Perbankan Syariah dengan Pendekatan Hukum* (Kudus: STAIN Kudus, 2011), 1.

BMT (*Baitul Mal wat Tamwil*). Kegiatan utama yang dilakukan yaitu mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam kegiatan ekonomi dengan harapan dapat meningkatkan kualitas pengusaha mikro dan kecil. Lembaga keuangan ini mendapat tanggapan positif di kalangan masyarakat karena memfokuskan kegiatannya pada pemberdayaan usaha mikro yang mayoritas dikelola oleh para pedagang kecil atau masyarakat kurang mampu. Adanya lembaga ini diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat yaitu dengan terpenuhinya kebutuhan seperti kependudukan, ketenagakerjaan, taraf dan pola konsumsi, kemiskinan, serta kebutuhan sosial lainnya.

Baitul Mal wat Tamwil (BMT) berasal dari dua kata yaitu *Baitul Mal* dan *Baitut Tamwil*. Baitul Mal adalah lembaga keuangan yang mengumpulkan dan menyalurkan dana yang sifatnya nirlaba (sosial). Sumber dananya diperoleh dari zakat, infaq, sedekah, wakaf dan sumber lain yang halal seperti hibah. Sebaliknya Baitut Tamwil adalah lembaga keuangan yang mengumpulkan dan menyalurkan dana yang mengarah pada profit (keuntungan). Dananya diperoleh dari kegiatan simpanan dan penyalurannya dilakukan dalam bentuk pembiayaan atau investasi yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah.³

Fungsi sosial memberikan pengajaran bahwa setiap manusia harus memiliki sifat peduli terhadap lingkungan sekitarnya. Bukan hanya itu, adanya BMT juga mengenalkan kepada masyarakat mengenai ekonomi islam dan mengajarkan bahwa bunga itu tidak diperbolehkan dalam islam (haram), serta menunjukkan eksistensi lembaga keuangan syariah bukan bank di Indonesia. Keberadaan BMT di lingkungan masyarakat diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar terutama di pedesaan. Mereka yang tidak dapat dijangkau perbankan atau memiliki pengalaman tidak menyenangkan dengan

³ Shochrul Rohmatul Ajija, dkk., *Koperasi BMT: Teori, Aplikasi dan Inovasi* (Karanganyar: CV Inti Media Komunika, 2018), 12.

perbankan dapat memperhitungkan untuk menggunakan BMT. Adanya fungsi sosial diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat untuk berorientasi pada kehidupan di dunia dan juga akhirat.

Pada awalnya, BMT tidak memiliki badan hukum yang resmi. BMT berkembang sebagai Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) atau Kelompok Simpan Pinjam (KSP). Kemudian, oleh lembaga pembina BMT seperti PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil), BMT diarahkan untuk berbadan hukum koperasi. Dalam UU No.25/1992 tentang Perkoperasian dijelaskan bahwa koperasi harus memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dan ikut serta dalam pembangunan perekonomian nasional untuk mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur. Modal koperasi berdasarkan UU ini terdiri dari simpanan pokok, simpanan wajib, dana cadangan dan hibah yang bersumber dari anggota, koperasi lain, bank, dan lembaga keuangan lainnya. Bentuk usahanya berkaitan langsung dengan kepentingan anggota untuk meningkatkan usaha dan kesejahteraan anggota.⁴

BMT sebagai lembaga keuangan bukan bank dapat mengembangkan peluang bisnisnya pada sektor riil atau sektor keuangan lain. Kegiatan transaksi yang dilakukan harus sesuai dengan kaidah moral dan nilai-nilai yang terdapat dalam Al-Qur'an. Al-Qur'an menegaskan bahwa semua tindakan dan transaksi haruslah dilakukan dengan tujuan hidup yang lebih baik.⁵ Perkembangan BMT di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang sangat pesat. BMT saat ini diawasi dan dibina oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Kementerian Koperasi dan UMKM. BMT dan lembaga keuangan mikro syariah lainnya di Indonesia memilih untuk berbadan hukum koperasi. Pertumbuhan BMT yang cukup signifikan dibuktikan melalui data Permodalan BMT (PBMT) ventura

⁴ Sukron Kamil, *Ekonomi Islam, Kelembagaan, dan Konteks Keindonesiaan Dari Politik Makro Ekonomi Hingga Realisasi Mikro* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), 199-200.

⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2008), 261.

sebagai asosiasi BMT di Indonesia, di tahun 2015 ada sekitar 4.500 BMT yang melayani anggota kurang lebih 3,7 juta dengan aset sekitar Rp.16 Triliun.⁶ Dengan potensi BMT yang besar seharusnya diimbangi dengan pengarahannya untuk menjaga tingkat kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat kepada BMT, apalagi yang berhubungan dengan bagaimana simpanan anggota yang dipercayakan kepada BMT dapat di pertanggung jawabkan secara hukum jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan.

Salah satu faktor konsumen menjadi pelanggan atau anggota dari suatu lembaga adalah kepercayaan anggota atau pelanggan kepada pihak lembaga tersebut. Kepercayaan pelanggan merupakan suatu perasaan percaya yang bersifat psikologis terhadap suatu produk, baik produk secara fisik maupun manfaat yang diberikan oleh produk tersebut. Kepercayaan merupakan aset yang sangat penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar perusahaan atau lembaga. Perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang dapat membentuk kepercayaan agar dapat menciptakan, memelihara, mengatur dan meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Pelanggan yang memiliki kepercayaan tinggi pada sebuah produk akan cenderung loyal pada produk tersebut. Pelayanan baik yang diterima sekarang akan berlanjut untuk kedepannya, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan.⁷

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis mengenai produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan hal yang harus dilakukan perusahaan atau lembaga untuk dapat bertahan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan. Jika pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan pelanggan

⁶ Gusti Dirga Al Fakhri P., "*Menyongsong Perkembangan BMT di Indonesia*", Website sharianews.com Selasa, 9 Juli 2019, Diakses pada Sabtu, 5 Oktober 2019, <https://sharianews.com/posts/menyongsong-perkembangan-bmt-di-indonesia>.

⁷ Ni Made Marta Nidyatantri, dkk., "*Pengaruh Kepuasan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedelai Jepang Edamame Pendekatan Structural Equation Modeling*", Jurnal Agribisnis dan Agrowisata 5 no.1 (2016) : 2.

maka pelanggan akan sangat puas, begitu juga sebaliknya jika pelayanan yang diberikan lebih rendah dari harapan maka pelanggan menjadi kecewa atas pelayanan yang diberikan.⁸ Persaingan pelayanan yang terjadi pada jasa lembaga keuangan dari waktu ke waktu semakin tajam. Oleh karena itu, lembaga keuangan harus memiliki strategi khusus untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan atau anggota.⁹

Dalam menjalankan suatu bisnis, membangun hubungan yang erat dengan pelanggan atau anggota dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang nantinya menciptakan kepuasan pada pelanggan sekaligus membentuk loyalitas pelanggan atau anggota. Pemasaran yang dilakukan lembaga keuangan dalam bisnis yang dipusatkan pada anggota akan membentuk kepuasan anggotanya. Hal ini bergantung pada kuat atau tidaknya pemahaman lembaga atas pesaingnya serta kekuatan kompetitif yang dimilikinya. Kepuasan anggota ditentukan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan anggota.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor pendorong utama untuk menciptakan loyalitas pelanggan atau anggota. Loyalitas anggota menunjukkan bahwa lembaga mendapatkan timbal balik dari produk yang ditawarkan kepada pelanggan, sehingga pelanggan melakukan pembelian ulang produk baik barang ataupun jasa. Komitmen yang terjalin akan mempererat hubungan antara perusahaan atau lembaga dengan pelanggannya. Hal ini akan berdampak positif dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan. Pada dasarnya perusahaan atau lembaga akan dapat tumbuh maju dan berkembang dengan

⁸ Rini Dwiyani Hadiwidjaja, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal wat Tamqil”, Jurnal Ilmu Akuntansi 10 no.2 (2017): 290.

⁹ Diah Yulisetiari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan”, Jurnal Bisnis dan Manajemen .9 no.1 (2015): 19.

baik dengan menciptakan dan mempertahankan anggotanya.¹⁰

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat dikatakan bahwa suatu perusahaan atau lembaga keuangan haruslah mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan atau anggota melalui kualitas yang diberikan lembaga kepada pelanggan, sehingga pelanggan dapat merasa puas dengan produk baik barang ataupun jasa yang ditawarkan. Dengan begitu perusahaan atau lembaga keuangan mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, dan mampu menciptakan serta mempertahankan pelanggan atau anggota yang memiliki loyalitas tinggi.

Salah satu lembaga yang sudah lama bergerak dalam bidang keuangan bukan bank adalah KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera. KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera merupakan lembaga keuangan syariah yang melakukan pendampingan manajemen ilmu kewirausahaan, mengembangkan sumber daya manusia dan teknologi, kerjasama antara bidang finansial dan pemasaran, sehingga pemberdayaan wirausaha-wirausaha baru siap dalam menghadapi persaingan dan perubahan pasar. KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera menerapkan beberapa azas yaitu kesepakatan, keadilan, kesetaraan dan kemitraan, baik antara lembaga dan anggota maupun antar sesama anggota. KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera berdiri sejak tanggal 10 November 1996 yang berkantor pusat di Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang, dan sudah memilik kantor cabang hingga kurang lebih 115 yang tersebar diberbagai wilayah di Jawa dan luar Jawa.¹¹

KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera memilik produk-produk unggulan yang terdiri dari produk simpanan dan pembiayaan. Keduanya mempunyai peran penting dalam keberlangsungan perusahaan atau lembaga. Produk-produk simpanan terdiri dari Simpanan Suka Rela Lancar (Si Rela), Simpanan Suka Rela Berjangka (Si

¹⁰ Sofjan Assauri, *Strategi Marketing Sustaining Lifetime Customer Value* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 5-16.

¹¹ *Perkembangan Kelembagaan*, Diakses pada Sabtu, 5 Oktober 2019, <https://bmtbus.co.id/profil/perkembangan-kelembagaan/>.

Suka), Simpanan Pendidikan (Si Sidik), Si Mapan dan Simpanan Haji dan Umroh (Si Haji). Produk simpanan diminati oleh banyak masyarakat. Oleh karena itu, dalam melakukan pemasaran produk jasa ini haruslah mempertahankan kepercayaan yang telah diberikan, mengedepankan kualitas pelayanan yang dimiliki serta menciptakan kepuasan anggota terhadap produk jasa yang telah digunakan.¹²

Permasalahan penelitian ini berfokus pada fenomena lapangan yang terjadi di salah satu cabang KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera yaitu KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang. Berikut perkembangan jumlah anggota simpanan dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Anggota Simpanan
KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan
Rembang Tahun 2016-2019

Tahun	Jumlah Anggota Simpanan
2016	4897
2017	5543
2018	6245
2019	6863

Sumber: BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang, 2019

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dengan jumlah anggota simpanan di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang selama empat tahun terakhir ini, cenderung mengalami kenaikan cukup signifikan. Ditunjukkan pada tahun 2017 jumlah anggota baru sebesar 646 anggota, kemudian pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 702 anggota, dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 618 anggota. Ketatnya persaingan yang terjadi antara perusahaan atau lembaga yang sejenis menjadikan perusahaan atau lembaga harus berlomba-lomba untuk menumbuhkan kepercayaan

¹² *Perkembangan Kelembagaan*, Diakses pada Sabtu, 5 Oktober 2019, <https://bmtbus.co.id/profil/perkembangan-kelembagaan/>.

anggota dan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga anggota dapat merasa puas karena telah menggunakan jasa dari KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang. Dengan kepuasan yang dirasakan oleh anggota, diharapkan mampu menciptakan loyalitas anggota dan mempertahankannya.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Simpanan (Studi Kasus Pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas anggota simpanan pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota simpanan pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas anggota simpanan pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang?
4. Apakah kepercayaan, kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas anggota simpanan pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota simpanan pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota simpanan pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang.

3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota simpanan pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kepuasan terhadap loyalitas anggota simpanan pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun para pembaca pada umumnya, dan penelitian ini dapat bermanfaat sebagaimana mestinya. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan dan memperluas wawasan dalam bidang ekonomi dan manajemen pemasaran dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang bermanfaat bagi pembaca sebagai salah satu sumber referensi.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian bagi penelitian selanjutnya, mengenai pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan atau anggota.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman terkait permasalahan yang diteliti khususnya mengenai Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Simpanan pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang.
 - b. Bagi Mahasiswa atau Masyarakat

Sebagai referensi bahan pengetahuan mahasiswa dan masyarakat tentang Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Simpanan pada

KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang.

c. Bagi Akademisi

Sebagai referensi kepada peneliti berikutnya yang berkaitan tentang Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Simpanan pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang.

d. Bagi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang

Sebagai bahan pengetahuan bagi perusahaan mengenai seberapa besar Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Simpanan pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Sedan Rembang.

E. Sistematika Penulisan

Untuk dapat menyampaikan gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi-informasi dan hal-hal yang dibahas tiap bab. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul, lembar pengesahan, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar atau daftar grafik.

2. Bagian Isi

Bagian isi terdiri dari beberapa bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang deskripsi teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan hasil penelitian

terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian yang berisi gambaran objek penelitian dan analisis data serta pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang simpulan dan saran-saran

3. Bagian Akhir

Bab ini berisi tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

