

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan mempunyai peran yang penting hampir pada semua kegiatan ekonomi. Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan bidang keuangan. Kegiatan usaha lembaga keuangan dapat berupa menghimpun dana dan menyalurkan dana sekaligus, dimana kegiatan usaha lembaga keuangan diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa. Sesuai dengan kegiatan operasional lembaga keuangan, lembaga keuangan dapat berbentuk lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah.<sup>1</sup>

Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis terkait.<sup>2</sup> Lembaga keuangan syariah di bagi menjadi 2 yaitu lembaga keuangan syariah perbankan dan lembaga keuangan syariaiah non perbankan. Lembaga keuangan syariah non perbankan meliputi BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*), Pegadaian Syariah, *Leasing* Syariah, Modal Ventura Syariah dan lain-lain.<sup>3</sup>

Lembaga keuangan syariah non perbankan yang paling pesat pertumbuhannya adalah BMT. Badan hukum BMT berupa koperasi. Mengingat bentuk operasional atau transaksional perkoperasian BMT berupa transaksi simpan pinjam maka penamaan perkoperasian BMT dari waktu ke waktu mengalami perubahan. Dari Koperasi Simpan Pinjam (Kospin) Syariah, Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS), yang terakhir Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan

---

<sup>1</sup> Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenada Media, 2009), 29.

<sup>2</sup> Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, 35.

<sup>3</sup> Farizal Agustian, "Analisis Strategi Pelayanan BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah Dalam Menghadapi Persaingan", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, no.2 (2021) :47.

Syariah (KSPPS).<sup>4</sup> KSPPS merupakan lembaga non bank yang melakukan kegiatan operasional dalam skala mikro dan bertujuan menghimpun dan menyalurkan dana kepada anggotanya. Tujuan dari KSPPS yaitu pemberian manfaat dalam perekonomian yakni dengan menciptakan sumber pembiayaan serta menyediakan modal untuk sektor UMKM sebagai pelaku usaha produktif.<sup>5</sup>

BMT adalah lembaga keuangan mikro syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Islam. *Baitul maal* dan *baitul tamwil* adalah dua fungsi BMT dari segi konsep. *Baitul maal* mengisyaratkan bahwa BMT adalah entitas sosial keagamaan yang menerima zakat, infaq, sedekah (ZIS), dan titipan wakaf dan menyalurkannya kepada orang yang berhak sesuai dengan norma yang berlaku. BMT didefinisikan dalam gagasan *baitul tamwil* sebagai organisasi keuangan yang mencari keuntungan dengan mendirikan kegiatan usaha produktif dalam rangka memperkuat ekonomi pengusaha kecil dan mikro melalui tabungan dan mendukung kegiatan ekonomi mereka.<sup>6</sup>

Persaingan dalam dunia bisnis sekarang ini semakin ketat. Untuk dapat memenangkan pesaingan, maka perusahaan harus bisa memberikan yang terbaik untuk pelanggannya agar mereka merasa puas dan tetap loyal. BMT Mitra Mandiri Sejahtera merupakan lembaga keuangan syariah yang fokus usahanya adalah pelayanan jasa keuangan syariah. Langkah yang dapat diambil adalah dengan mengemas produk dan jasa menjadi semenarik mungkin serta memberikan pelayanan yang lebih dari apa yang diharapkan oleh anggota. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa sebuah bisnis lembaga keuangan harus mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga pelayanan tersebut dapat menjadi ciri khas dan keunggulan dari BMT itu sendiri

---

<sup>4</sup> Syarifuddin M. Kasiman dan Sugeng Nugroho Hadi, "Pengaruh Lima Dimensi Mutu Pelayanan Perspektif Islam terhadap Kepuasan Mitra pada KSPPS BMT Binamas," *Jurnal Ekonomi Islam*, no. 1 (2019): 77.

<sup>5</sup> Wahid Wachyu Adi Winarto dan Fatimatul Falah, "Analisis Sistem Pengelolaan Keuangan Pembiayaan Syariah Dengan Akad Murabahah," *Jurnal Perbankan Syariah*, no.2 (2020): 152-153.

<sup>6</sup> Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tammwil* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 23.

dibandingkan dengan kompetitor lain. Menurut Cotley dalam penelitian yang dilakukan oleh Karyono dan Romdony yang mengungkapkan bahwa untuk meningkatkan keunggulan bersaing dan mempertahankan pelanggan adalah dengan cara meningkatkan pelayanan sehingga akan tercipta kepuasan bagi pelanggan.<sup>7</sup>

Tingkat kepuasan dari anggota BMT harus dibarengi dengan loyalitas. Loyalitas anggota penting bagi BMT karena menyangkut kelangsungan hidup BMT. Dengan demikian, maka BMT harus dapat mempertahankan loyalitas anggota. Menurut Hadiyati dalam penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Rastini mendefinisikan bahwa loyalitas pelanggan adalah upaya pelanggan untuk tetap setia pada suatu produk berdasarkan kesadaran penuh, kesan kualitas yang kuat, kepercayaan dan kebanggaan yang kuat terhadap produk, dan pembelian lebih lanjut.<sup>8</sup> Loyalitas pelanggan adalah perilaku atau kebiasaan pembelian ulang, relevansi dan keterlibatan yang tinggi dalam pilihan serta ditandai dengan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternatif.<sup>9</sup>

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa orang yaitu Novi Anggraeni dengan judul “Peran *Account Officer Funding* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Untuk Menabung di PT. BPRS UMMU Bangil”, penelitian ini menjelaskan bahwa petugas *Account Officer Funding* di BPRS Ummu Bangil dalam meningkatkan loyalitas nasabah adalah melalui sistem jempot bola yang dilakukan melalui beberapa cara yaitu, memberikan pelayanan yang maksimal, meningkatkan kualitas jasa, menjaga citra dan nama baik lembaga. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Imelda dengan judul “Strategi Pelayanan *Teller* Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT.BRI KCP Kayutangi Banjarmasin” penelitian ini menyatakan bahwa terjadi perbedaan antara pelayanan yang diharapkan oleh nasabah dan

---

<sup>7</sup> Otong Karyono dan Jefry Romdony, ”Membentuk Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal J-Ensitac*, Vol. 04 No.01 November (2017) : 162

<sup>8</sup> I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini, “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Nasabah dan Looyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali”, *Junal Manajemen* 5, no 1 (2016): 710.

<sup>9</sup> Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2015), 96.

kualitas yang diberikan oleh *Teller* PT BRI KCP Kayutangi Banjarmasin. Pelayanan yang diberikan oleh *Teller* di PT BRI KCP Kayutangi Banjarmasin dianggap kurang memuaskan oleh nasabah. Untuk mengatasi masalah tersebut PT BRI KCP Kayutangi akan meningkatkan kinerja pelayanan melalui TERRA (*Tangible, Emphthy, Reability, Responsiveness dan Assurance*).<sup>10</sup>

Penelitian lain yang dilakukan oleh Yenni Octavia dan Rinto Alexandro yang berjudul “Efektivitas *Customer Servis* (CS) Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Menabung Pada Bank Muamalat Cabang Palangkaraya” penelitian ini menunjukkan bahwa peran *customer service* untuk dalam memberikan pelayanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah sangat penting.<sup>11</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Nik Haryanti dan Diyanus Abdul Haqi yang berjudul “Strategi *Service Quality* sebagai media Dalam Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan” penelitian ini menunjukkan bahwa terciptanya loyalitas pelanggan adalah dengan menjaga citra perusahaan melalui membentuk pandangan positif terhadap atribut produk dan menerapkan *recovery service* untuk pelanggan.<sup>12</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Farizal Agustian dengan judul “Analisis Strategi Pelayanan BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah dalam Menghadapi Persaingan” penelitian ini menyatakan bahwa BMT UGT Sidogiri menerapkan strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan yaitu memprioritaskan konsep pelayanan agar nasabah merasa puas dan pengelolaan yang baik berdasarkan ajaran Islam, menjalankan konsep yang sudah matang kemudian kembali lagi ke visi misi dan tujuan yaitu terwujudnya BMT yang

---

<sup>10</sup> Sri Imelda, “Strategi Pelayanan *Teller* Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT. BRI KCP Kayutangi Banjarmasin”, *Jurnal Intekna* 17, no.1 (2017): 52.

<sup>11</sup> Yenni Octavia dan Rinto Alexandro, “Efektivitas *Customer Service* (CS) Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Cabang Palangkaraya,” *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Administrasi Negara*, no.1 (2020):12.

<sup>12</sup> Nik Haryanti dan Diyanus Abdul Haqi, “Strategi *Srevice Quality* Sebagai Media Dalam Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal of Sharia Economics*, no.2 (2019) :125

terdepan dan memberikan pelayanan prima untuk tercapainya kepuasan nasabah, serta setiap awal bulan mengadakan rapat untuk mengevaluasi kinerja satu bulan.<sup>13</sup>

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Mitra Mandiri Sejahtera adalah lembaga keuangan mikro syariah yang berada dibawah naungan koperasi yang melakukan jasa simpan pinjam. Keberadaan BMT Mitra Mandiri Sejahtera menjadi pilihan untuk bertransaksi keuangan yang layak bagi masyarakat umum. Saat ini BMT Mitra Mandiri Sejahtera mempunyai kantor pusat dan satu kantor kas pelayanan (kantor cabang). Kedua kantor BMT Mitra Mandiri Sejahtera terletak di lokasi yang berbeda antara kantor pusat dan kantor cabang. Kinerja pelayanan adalah hal yang sangat diperhatikan oleh BMT Mitra Mandiri Sejahtera. Prinsip utama BMT Mitra Mandiri Sejahtera adalah beroperasi secara syariah dan kepuasan anggota juga menjadi prioritas agar kesinambungan usaha BMT Mitra Mandiri Sejahtera dapat bertahan. Dari observasi awal, bahwa BMT Mitra Mandiri Sejahtera menekankan pelayanan dalam hal mengembangkan loyalitas anggota. Karena hal tersebut, BMT harus mengutamakan kualitas layanannya. Kualitas layanan organisasi keuangan dapat menarik calon anggota untuk menjadi loyal. Pentingnya pelayanan dilakukan untuk mempertahankan dan menarik calon anggota baru, sehingga pelayanan yang digunakan haruslah menggunakan suatu strategi yang tepat agar dapat mempertahankan anggota maupun menarik calon anggota baru.<sup>14</sup>

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Pelayanan dalam Mempertahankan Loyalitas Anggota Pada BMT Mitra Mandiri Sejahtera”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Sangat penting untuk mempersempit ruang lingkup ketika berhadapan dengan materi yang sangat luas. Dengan

---

<sup>13</sup> Farizal Agustian, “Analisis Strategi Pelayanan BMT UGT Sidogiri Capem Sokobanah Dalam Menghadapi Persaingan”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, no.2 (2021) :47.

<sup>14</sup> Wawancara langsung kepada narasumber pimpinan BMT Mitra Mandiri Sejahtera, pada tanggal 6 januari 2021

demikian, pembahasan lebih terfokus pada pencapaian tujuan. Penulis membatasi masalah strategi pelayanan dalam mempertahankan loyalitas anggota pada BMT Mitra Mandiri Sejahtera.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana strategi pelayanan dalam mempertahankan loyalitas anggota pada BMT Mitra Mandiri Sejahtera?
2. Apa saja faktor yang mendukung dan menghambat BMT Mitra Mandiri Sejahtera dalam mempertahankan loyalitas anggota?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui strategi pelayanan BMT Mitra Mandiri Sejahtera dalam mempertahankan loyalitas anggota.
2. Untuk mengetahui faktor yang mendukung dan menghambat BMT Mitra Mandiri Sejahtera dalam mempertahankan loyalitas anggota.

### **E. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kontribusi pengetahuan di bidang ilmu ekonomi yang berhubungan dengan strategi pelayanan di lembaga keuangan mikro syariah dan memberikan wawasan mengenai strategi pelayanan dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini secara praktis membantu sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menyusun kebijakan BMT Mitra Mandiri Sejahtera khususnya pada strategi pelayanan dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

## F. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penyusunan penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Menjelaskan mengenai teori yang digunakan untuk mendukung riset ini, yang terdiri dari kajian teori tentang uraian strategi dan pelayanan, loyalitas, nasabah, *baitul maal wattanwil* dan penelitian terdahulu serta kerangka penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Menjabarkan tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasannya yang terdiri dari gambaran umum BMT Mitra Mandiri Sejahtera, deskripsi data dan analisis data penelitian.

### **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan yang didapatkan melalui hasil pembahasan dan bab-bab sebelumnya dan saran yang diharapkan bermanfaat untuk pembaca, masyarakat, dan pihak terkait.