

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

BMT yakni kependekan dari tutur Baitul Mall Wat Tamwil ataupun Pusat Bisnis usaha Mandiri Terpadu, ialah Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang beroperasi bersumber pada prinsip syariah. Baitul Mal wat Tamwil (BMT) adalah pusat bisnis mandiri terintegrasi yang isinya adalah kegiatan pengembangan upaya produktif serta penanaman modal dalam tingkatan mutu aktivitas finansial usaha kecil serta menengah dengan mendorong aktivitas menabung dan menjunjung tinggi pembiayaan kegiatan ekonomi mereka. Selain itu, Baitul Mal Wat Tamwil juga dapat menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta mendistribusikannya sesuai dengan ketentuan dan amanat.¹

Perubahan era 21 ialah bentuk perekonomian Indonesia yang diramaikan dan diwarnai oleh ekonomi Islam. Mulai dari bank syariah, bank perkreditan syariah, reksadana syariah, multi-level marketing syariah dan koperasi syariah. Undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan dan Undang-undang Nomor 23 tahun 1999 tentang Perbankan Indonesia telah memberikan konfirmasi dan melegalkan keberadaan bank syariah di Indonesia, bahkan saat ini telah diterbitkan secara khusus.²

Semakin berkembangnya di dunia BMT, masing-masing BMT berupaya untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya dengan meningkatkan kualitas baik dari pemasaran, serta citra perusahaan, dengan pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang. Tingkat persaingan yang ketat serta munculnya lembaga keuangan yang baru membuat perusahaan terutama BMT untuk berusaha mempertahankan market share-nya dengan prioritas mempertahankan nasabah yang telah ada dan mempertahankan nasabah serta menjaga loyalitasnya merupakan hal yang sangat penting bagi BMT.

Koperasi syariah adalah satu lembaga ekonomi kerakyatan yang menjadi syariah. Koperasi syariah ialah usaha yang merupakan badan hukum koperasi dalam melaksanakan kegiatannya berdasarkan nilai syariah Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan hadis rasul. Dalam melaksanakan upaya koperasi syariah memiliki banyak produk

¹ Dr. Andri Soemitra, M.A, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP. 2009), 51.

² Fandy, Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 111* (Yogyakarta: Andi. 2008), 78.

salah satu produk upaya koperasi syariah merupakan simpan sanggam.³

Koperasi simpan pinjam syariah ini memiliki perbandingan dengan lembaga simpan pinjam konvensional yang umumnya menggunakan instrumen bunga (riba). Koperasi syariah dalam usaha simpan pinjam dengan sistem operasionalnya hampir sama dengan Baitul Mal Wat Tamwil (BMT). BMT adalah lembaga ekonomi kerakyatan yang bertujuan buat mendukung serta mendorong aktivitas ekonomi rakyat kecil serta mereka yang menginginkan, dengan mempraktikkan nilai syariat Islam selaku landasannya. Aktivitas upaya penting BMT mencakup 2 perihal ialah baitul tanwil serta baitul maal.⁴

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) AL-Roudloh adalah badan finansial mikro yang beroperasi dengan prinsip syariah, dengan tujuan untuk meningkatkan usaha mikro serta pedangang kecil dalam rangka mengangkat derajat serta memberdayakan ekonomi syariah di masyarakat. BMT AL-Roudloh selaku badan finansial syariah sudah beroperasi semenjak tahun 2007 meningkatkan lebih lanjut usaha kecil serta menengah dengan membagikan pembiayaan baik untuk modal tetap ataupun modal usaha. Sementara itu, pengusaha kecil dan menengah sanggup bertahan walaupun dalam situasi krisis.⁵

Faktor utama yang bisa mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu pemasaran syariah. pemasaran syariah merupakan sebuah proses bisnis yang mempraktikkan nilai-nilai Islamiah. Menurut Hermawan Kertajaya, pemasaran syariah yakni disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses, penciptaan, dan pertukaran nilai yang berasal dari pemrakarsa menjadi pengelola kepentingan bisnis yang secara totalitas mematuhi prinsip muamalah dalam Islam.⁶

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah BMT AL-Roudloh Todanan yaitu citra perusahaan. Citra perusahaan adalah kesan dari para nasabah terhadap suatu perusahaan, kesan ini mereka dapatkan dari pengetahuan dan pengalaman yang mereka dapatkan

³ Altje Tumbel, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Btpn Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan", dalam Jurnal LPPM bidang EkoSosBudKum, Vol. 3, No. 1 (2018): 38.

⁴ Ninik Mas'adah, Elvina Assadam, dan Afifah Eka Oktavianti, "Analisis Sistem Bagi Hasil Pada Koprasi Syariah (Studi Koprasi Serba Usaha Syariah Surya Perkasa Solokuro Lamongan)", Journal of Economics, Management, and Business Research (JEMBER) 1, no.2 (2020): 154.

⁵ Suratno, Moh Syaimuri, and Muzakir, *Buku Diklat Basic Training Level 1 Koprasi Serba Usaha Unit Jasa Keuangan Syariah " BMT AL-ROUDLOH*, 2007, 5-6.

⁶ Kartajaya and Syakir Sula, *Marketing Syariah* (Bandung: MIzan, 2006). 42.

selama menggunakan jasa BMT tersebut. Citra perusahaan ini sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah karena jika citra yang buruk akan berdampak menurunnya jumlah nasabah pada BMT tersebut. Selain itu citra perusahaan juga mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan membentuk stabilitas BMT yang diwujudkan dengan keunggulan BMT yang mampu bertahan dalam pergantian situasi finansial di masa depan, reputasi positif perusahaan yang diwujudkan dengan etika dan penampilan karyawan dalam melayani nasabah, serta nama baik BMT dibenak pelanggan.⁷

Selain citra perusahaan, kepercayaan juga dianggap sebagai yang paling penting untuk membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan dalam jangka panjang. Kepercayaan muncul dari suatu proses yang butuh waktu lama sampai kedua belah pihak untuk saling mempercayai. Jika kepercayaan telah timbul antara BMT dan anggota, maka usaha untuk membina kerjasama akan lebih mudah sehingga akan memberi keuntungan kedua belah pihak. Membangun kepercayaan serta kredibilitas tidak dapat dilakukan secara instan. Untuk memperkuat kepercayaan, dibutuhkan resiko untuk terbuka dengan masyarakat serta konsumen. Ketika kepercayaan bertimbal balik, akan ditemukan keyakinan di antara kedua belah pihak. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diberikan kepada anggota, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitasnya.⁸

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu. Dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Syofian menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI KC Bengkulu. Hal ini dikarenakan semakin meningkat citra perusahaan maka loyalitas akan meningkat. Untuk mempertahankan nasabahnya supaya tetap loyal serta setia memakai jasa BRI KC Bengkulu maka bank perlu memperhatikan nasabah dengan cara tetap menjaga citra perusahaan supaya nasabah merasa yakin serta percaya.⁹ Akan tetapi bertolak belakang dengan penelitian Deri Pranoto dan Mawardi menunjukan bahwa Citra Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI KC Tenggarong. Hal ini dikarenakan bahwa

⁷ M. Gilang Saputra, Hanifati Intan, dan Neneng Miskiyah, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Arief Palembang," *Jurnal Aplikasi manajemen & Bisnis*, Vol.2 No.1 (2021): 5-6.

⁸ Alifuddin and Mashur Razaq, *Kewirausahaan Teori Dan Aplikasi* (Jakarta: Magna Script Publishing, 2015), 33.

⁹ Syofian, "Pengaruh Citra Perusahaan, Ekspektasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI KC Bengkulu," *Creative Research Management Journal* No.2 Vol.3 (2020): 2.

citra perusahaan tidak menjadikan suatu alasan serta dasar untuk seorang nasabah menjadi nasabah yang loyal di perusahaan tersebut.¹⁰

Hasil penelitian Anita Rahmawaty dan Wahibur Rokhman yang menunjukkan bahwa pemasaran syariah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah BMT di Kudus. Hal ini dikarenakan BMT harus mempertahankan dan meningkatkan pemasaran syariah dengan menjalankan BMT secara profesional, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.¹¹ Sedangkan bertolak belakang dengan penelitian menurut Fetty Rahayu Sri yang menunjukkan pemasaran syariah tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada BPRS Bumi Rinjani Kapanjeng Malang.¹²

Berdasarkan paparan diatas, BMT memerlukan strategi guna menumbuhkan daya tarik masyarakat supaya bertransaksi di BMT tersebut, persaingan BMT dalam memberikan pelayanan perlu diperhatikan dan harus memberikan nilai lebih dari lembaga keuangan yang lain. Oleh karena itu, peneliti menganggap penting adanya penelitian loyalitas nasabah yang dapat menumbuhkan kinerja perusahaan. Kinerja tersebut akan diukur dengan menjalin hubungan baik terhadap nasabah, pemasaran produk dan citra perusahaan pada BMT. Sehingga peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pemasaran Syariah dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT AL-Roudloh Todanan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yakni berikut:

1. Apakah Pemasaran Syariah Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah BMT Al-Roudloh Todanan?
2. Apakah Citra Perusahaan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah BMT Al-Roudloh Todanan?

¹⁰ Deri Pranoto & Mawardi, "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada PT. Bank BRI Persero TBK.Cabang Tenggarong)," Jurnal Jemi Vol.21 No.2 (2021): 2.

¹¹ Anita Rahmawaty dan Wahibur Rakhman, "Peran Pemasaran Syariaah Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris BMT di Kabupaten Kudus)." Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.11 No.1, (2018): 3.

¹² Fetty Rahayu Srimulyani, M. Hufron dan M.Khoiril, "Pengaruh Penerapan Marketing Syariah, Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPRS Bumi Rinjani Kapanjen Malang," Jurnal Riset Manajemen, Vol.2 No.1, (2019): 2.

C. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian akan mempunyai nilai jika penelitian tersebut memiliki tujuan. Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas maka tujuan penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menelaah akibat pemasaran syariah kepada loyalitas nasabah BMT Al-Roudloh Todanan.
2. Untuk menelaah akibat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah BMT Al-Roudloh Todanan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan serta tujuan penelitian di atas, hasil penelitian ini diharapkan bisa membagikan manfaat untuk pihak-pihak yang bersangkutan baik dengan teoritis ataupun praktis, antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan teori di Indonesia, khususnya tentang loyalitas nasabah BMT Al-Roudloh Todanan.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan teori bagi peneliti yang baru untuk kemampuan dalam memecahkan masalah.
2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk perusahaan atau lembaga keuangan lainnya untuk memenuhi faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah BMT Al-Roudloh Todanan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ataupun penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga dapat diperoleh penelitian yang sistematis dan alamiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian Awal

Sampul terdiri dari: halaman judul, halaman catatan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, dan daftar table.

2. Bagian Isi, meliputi:

Bagian ini berisi garis besar yang terdiri dari 5 bab, antara bab 1 sampai bab V saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, ke V bab itu yakni sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang pengaruh pemasaran syariah, citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah BMT, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, sifat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variable penelitian dan defisi oprasional, dan uji instrument penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian akhir meliputi: daftar pustaka, daftar riwayat hidup dan lampiran-lampiran