

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian, disebabkan pertumbuhan perekonomian suatu bangsa memerlukan pola pengaturan pengelolaan sumber-sumber ekonomi yang tersedia secara terarah dan terpadu serta dapat di manfaatkan untuk kesejahteraan masyarakat. Lembaga-lembaga keuangan saling bahu membahu dalam menggali potensi ekonomi agar berhasil secara optimal, tetapi badan perekonomian di Indonesia banyak yang tidak menggunakan cara-cara syariah dalam kegiatan operasionalnya, oleh sebab ini umat islam berusaha mengembangkan lembaga keuangan yang berbasis syariah. Sistem keuangan yang bebas dari prinsip bunga yang di harapkan mampu menjadi alternatif terbaik dalam mencapai kesejahteraan masyarakat, penghapusan prinsip bunga ini memiliki dampak makro yang cukup signifikan.

Salah satu lembaga jasa keuangan mikro yang menganut sistem keuangan syariah di Indonesia adalah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). BMT hadir dengan menggabungkan konsep maal dan tamwil dalam satu kegiatan usahanya. Baitul Maal merupakan bidang sosial yang bergerak dalam penggalangan dana untuk kepentingan sosial secara terpola dan kontinu. Sedangkan Baitul Tamwil merupakan penggalangan dana masyarakat dalam bentuk simpanan serta penyalurannya dalam bentuk pembiayaan usaha mikro

dengan sistem jual beli, bagi hasil, maupun jasa yang sesuai dengan syariat islam. BMT sebagai sebuah lembaga keuangan yang tengah berkembang, tentunya tidak terlepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan lainnya. Dengan menanggapi situasi persaingan yang ketat, salah satu upaya yang dapat dilakukan BMT dengan menumbuhkan sikap loyal pada anggota BMT. Anggota yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi word of mouth advertisers, namun juga kemungkinan besar loyal pada produk dan jasa perusahaan-perusahaan selama bertahun-tahun.

Loyalitas nasabah atau pelanggan memegang peranan penting dalam organisasi bisnis atau usaha yang dilakukan. Loyalitas adalah sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya. Menurut Griffin, menyatakan pendapatnya tentang loyalitas nasabah yaitu : “konsep loyalitas nasabah lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (*Behavior*) dari pada sikap. Bila seseorang merupakan nasabah loyal, ia menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian nonrandom yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan”.¹ Sedangkan menurut Tjiptono, dalam sri lestari dkk, mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk kembali melakukan pembelian atas jenis barang ataupun merek barang yang sama.²

¹ jill griffin, *Customer Loyalty Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (jakarta: erlangga, 2023).

² Sri Lestari, puji listyowati Rahayu, and ria unna Safitri, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Kspps Bmt Tumang Cabang Boyolali)’, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13.1 (2022), 35–39 <<https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>>.

Secara teori banyak faktor yang mempengaruhi terhadap loyalitas nasabah. Berikut ini beberapa faktor utama yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah³: 1). Kualitas produk atau layanan: kualitas produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan dapat menjadi faktor penting dalam mempengaruhi loyalitas nasabah. 2). Kepuasan pelanggan : kepuasan pelanggan merujuk pada tingkat kepuasan nasabah terhadap interaksi dan pengalaman mereka dengan perusahaan. 3). Kepercayaan : kepercayaan adalah faktor kunci dalam membangun loyalitas nasabah perlu merasa percaya terhadap perusahaan, produk, dan layanan yang mereka gunakan. 4). Komunikasi dan hubungan: komunikasi yang baik antara perusahaan dan nasabah dapat memainkan peran penting dalam membangun loyalitas. 5). Pengalaman pengguna : pengalaman pengguna yang positif dapat meningkatkan loyalitas nasabah. 6). Kepribadian merek : identitas dan kepribadian merek perusahaan juga dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. 7). Harga dan nilai : harga produk atau layanan relative terhadap nilai yang diberikan juga dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. 8). Inovasi : kemampuan perusahaan untuk terus berinovasi dan memperkenalkan produk atau layanan baru yang relevan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.

Dari faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah di atas salah satunya variabel kualitas pelayanan yang merupakan salah satu faktor yang menentukan loyalitas nasabah, menurut Philip kotler dan Gary Armstrong,⁴

³ Susriyanti, Nandan Limakrisna, and Lusiana, *Membangun Loyalitas Berdasarkan Kualitas Jasa Model Brady Cronin, e-Sq, e-Crm, Dan Komitmen Nasabah Perbankan, Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2020, VII.

⁴ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Principles Of Marketing*, 18th edn, 2021.

mendefinisikan istilah kualitas layanan sebagai kemampuan perusahaan jasa untuk mempertahankan pelanggannya. Artinya, menurut mereka retensi pelanggan adalah ukuran kualitas layanan terbaik. Menurut Kasmir, dalam sri lestari dkk, mendefinisikan pengertian kualitas pelayanan sebagai tindakan seseorang atau organisasi atau perusahaan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan atau karyawan. Pada umumnya ketika pelanggan menerima pelayanan sebagaimana yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dikategorikan memuaskan atau baik, sebaliknya ketika pelanggan merasa tidak terpuaskan terhadap pelayanan yang diberikan, kualitas pelayanan dikategorikan jelek atau tidak memuaskan.⁵ Menurut Kotler dan Keller,⁶ mengidentifikasi lima dimensi (ukuran) penentu kualitas pelayanan yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

Faktor yang mempengaruhi loyalitas selanjutnya adalah variabel kepercayaan, Menurut Kotler, dalam anisa dan mila, kepercayaan adalah kesediaan suatu perusahaan bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan bisa mendorong maksud untuk membeli atau menggunakan produk dengan menghilangkan keraguan. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antarorganisasi, seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran, dan kebaikan.⁷ Sedangkan menurut Firmansyah,⁸ kepercayaan dianggap sebagai cara yang paling penting dalam membangun dan

⁵ Lestari, Rahayu, and Safitri.

⁶ philip kotler and kevin lane Keller, *Marketing Management*, 15th edn, 2016.

⁷ Anisa Nuri Lutfiani and Mila Fursiana Salma Musfiroh, 'Pengaruh Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah', *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2.3 (2022), 64–74.

⁸ anang firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*, *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, 2019.

memelihara hubungan dengan konsumen dalam jangka panjang. Hal ini menjelaskan bahwa penciptaan awal hubungan dengan partner didasarkan pada kepercayaan (*trust*).

Penelitian ini dilakukan di BMT Trans Redjo Mulyo Dadi, yang merupakan salah satu lembaga yang sudah lama bergerak di bidang keuangan. BMT Trans Redjo Mulyo Dadi yang berada di Desa Telang Rejo Kecamatan Muara Telang Kabupaten Banyuasin. Kegiatan BMT Trans Redjo Mulyo Dadi secara umum adalah sebagai perantara ataupun mediator yang menjembatani kepentingan dan kebutuhan anggota dan calon anggota, yaitu dengan melakukan penghimpunan dana melalui simpanan, kemudian simpanan tersebut disalurkan melalui kegiatan pembiayaan. BMT Trans Redjo Mulyo Dadi memiliki dua jenis produk dan layanan yang terdiri dari simpanan dan pinjaman atau pembiayaan. Dalam produk simpanan terdapat dua jenis simpanan yaitu SIMAKSA (Simpanan Masyarakat Suka-Suka) dan SIDIA (Simpanan Pendidikan). Sedangkan didalam pembiayaan terdapat tiga jenis pembiayaan yaitu pembiayaan Mudharabah, pembiayaan Musyarakah dan pembiayaan pertanian. Dari segi Pembiayaan ada yang mingguan, bulanan, dan ada juga yang tahunan karna rata-rata warga Desa Telang Rejo berprofesi sebagai petani.

Kualitas layanan yang telah diberikan BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo Kecamatan Muara Telang kepada nasabah yaitu layanan simpan pinjam dan menyapa nasabah yang datang dan menanyakan apa keperluannya, akan tetapi nasabah merasa kecewa dengan kualitas pelayanan

yang diterima karena terkadang ada karyawan yang kurang senyum dan tidak memberikan solusi yang memadai terkait masalah yang dihadapi. Dan fasilitas di BMT Trans Redjo Mulyo Dadi bisa terbilang masih kurang yang dimana BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo tersebut belum memiliki musholla, toilet rusak, dan tempat parkir yang masih sangat sempit dan komputer yang sering rusak. Salah satu keluhan yang umum dari nasabah tentang layanan BMT adalah antrian yang panjang. Seringkali, nasabah mengungkapkan ketidakpuasan dengan kecepatan dan kecukupan layanan yang diberikan oleh BMT.⁹ Meski BMT berupaya memberikan pelayanan yang cepat, namun nasabah merasa belum memenuhi harapannya. Hal ini membuat nasabah merasa tidak nyaman dan tidak puas terhadap layanan BMT Trans Redjo Mulyo Dadi.

Kepercayaan yang diberikan oleh BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo kepada nasabah meliputi transparansi tentang produk dan layanan termasuk syarat-syarat, biaya dan ketentuan lainnya, kejujuran dalam bertransaksi, amanah dalam menyimpan atau mengelola uang konsumen secara optimal, serta memberikan pelayanan yang adil dan berbasis syariah. Permasalahan yang terjadi terkait kepercayaan diantaranya bahwa terkadang karyawan BMT tidak datang tepat pada waktunya. Permasalahan tersebut sebagian disebabkan oleh kurangnya kepercayaan anggota terhadap kehandalan BMT, terbukti dengan adanya anggota yang menarik seluruh dana

⁹ Nasabah BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo Kecamatan Muara Telang, 2023

dari rekening tabungannya dan ada yang tidak lagi menyetor dana karena penarikannya perlu konfirmasi terlebih dahulu.¹⁰

Dari permasalahan-permasalahan di atas Kualitas pelayanan dan kepercayaan merupakan hal penting yang perlu di perhatikan untuk meningkatkan loyalitas anggota. Apalagi ditengah-tengah persaingan lembaga keuangan yang semakin pesat. Kualitas pelayanan yang diberikan BMT akan berdampak pada kepuasan nasabah ataupun ketidakpuasan nasabah, sehingga dapat mempengaruhi perkembangan BMT di masa datang. Berikut perkembangan jumlah anggota BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo Kecamatan Muara Telang dari tahun 2019-2023 dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1

Perkembangan Jumlah Anggota BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo Kecamatan Muara Telang Tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Anggota
2019	297
2020	224
2021	230
2022	173

¹⁰ Nasabah BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo Kecamatan Muara Telang, 2023

2023	107
------	-----

Sumber : Data anggota BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo

Tahun 2023

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dengan jumlah anggota BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo Kecamatan Muara Telang selama lima tahun terakhir ini. Ditunjukkan pada tahun 2019 jumlah anggota sebesar 297 anggota, kemudian pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 73 anggota, kemudian pada tahun 2021 mengalami kenaikan 6 anggota baru, pada tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 57 anggota, dan pada tahun 2023 mengalami penurunan sebesar 66 anggota. Dari penurunan tersebut jelas menjadi masalah bagi pihak BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo karena sangat mengurangi omset pemasukan untuk BMT.¹¹ Untuk menambah jumlah nasabah, BMT harus memastikan bahwa setiap nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan. Kepuasan nasabah bisa mendorong mereka untuk melakukan transaksi berulang secara terus menerus, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas mereka terhadap BMT. Salah satu faktor penting yang dapat membuat nasabah merasa puas adalah kepercayaan. Jika nasabah memiliki kepercayaan terhadap BMT, maka cenderung akan melakukan pembelian kembali dan menjadi loyal. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menumbuhkan rasa percaya nasabah terhadap nilai yang mereka terima.

¹¹ Karyawan BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo Kecamatan Muara Telang, 2023

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah telah dilakukan oleh beberapa peneliti dan memperoleh hasil yang beragam. Penelitian-penelitian yang di rangkum dengan fenomena gap dan keragaman argumentasi (*research gap*).

Tabel 1.2

***Research Gap* Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah**

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah	Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah	Yulianingsih sugiharto (2022)
	Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah	Fiqri Satria Eka Nugraha Dyah Astarini (2023)

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber, 2023

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah yang diteliti oleh yulianingsih dan sugiharto¹² menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fiqri Satria Eka Nugraha dan Dyah

¹² Sugiharto Yulianingsih, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada KSPPS BMT Berkah Mandiri Sejahtera', *ELESTE : Economic Skill Journal*, Vol 2.2 (2022), 196–203.

Astarini yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah¹³.

Tabel 1.3

Research Gap Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah	Terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap loyalitas nasabah	Adelina Lubis Ihsan Effendi Dhian Rosalina (2022)
	Tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah	Anisa Nuri Lutfiani Mila Fursiana Salma Musfiroh (2022)

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber, 2023

Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah yang diteliti oleh Adelina Lubis, Ihsan Effendi dan Dhian Rosalina menunjukkan bahwa

¹³ Fiqri Satria and Diah Astarini, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah', *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3.1 (2023), 1911–24 <<https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16124>>.

kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah¹⁴. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anisa Nuri Lutfiani dan Mila Fursiana Salma Musfiroh yang menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah¹⁵.

Dari fenomena data tersebut, dapat ditarik simpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya research gap dalam penelitian terdahulu. Penelitian di atas menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda dari kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan permasalahan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bmt Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo Kecamatan Muara Telang”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo Kecamatan Muara Telang ?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Redjo Kecamatan Muara Telang ?

¹⁴ Adelina Lubis, Ihsan Effendi, and Dhian Rosalina, ‘Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Medan’, *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3.4 (2022), 896–902 <<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1600>>.

¹⁵ Lutfiani and Musfiroh.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah di uraikan diatas, maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo Kecamatan Muara Telang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo Kecamatan Muara Telang.

D. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian diatas, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi kepustakaan yang dapat digunakan untuk kepentingan ilmiah atau dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin menggali lebih dalam tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi BMT Trans Redjo Mulyo Dadi dalam meningkatkan analisis yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan. Menjadi bahan

pertimbangan dan evaluasi dalam menentukan kebijakan-kebijakan berkaitan loyalitas nasabah. Menambah informasi kepada perguruan tinggi dan tambahan dalam perpustakaan.