

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah (LKS) merupakan suatu lembaga keuangan syariah yang prinsip operasionalnya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah yang harus terhindar dari unsur riba, gharar, maisir, dan akad-akad yang bathil. Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait. Adapun yang dimaksud dengan prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan dan keuangan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang dimiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Prinsip syariah yang dianut oleh lembaga keuangan syariah dilandasi oleh nilai-nilai keadilan, kemanfaatan keseimbangan dan keuniversalan (rahmatan lil'aalamin) (Andri. S, 2009:36).

Untuk mendukung perkembangan LKS di Indonesia, maka diperlukan perangkat hukum yaitu peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan LKS. Hal ini diperlukan untuk mengantisipasi persengkataan ekonomi syariah yang akan terjadi dimasa mendatang. Dalam kegiatan LKS tidak cukup hanya diatur oleh perundang-undangan saja, namun juga dibutuhkan Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mempunyai otoritas di bidang keagamaan.

Atas dasar itu, MUI membuat lembaga khusus menangani masalah-masalah yang berhubungan dengan aktifitas LKS yaitu Dewan Syariah Nasional (DSN), yang termuat dalam keputusan Dewan MUI Nomor kep-754/MUI/II/1999. Fungsi utama DSN adalah mengawasi produk-produk LKS agar sesuai dengan syariat islam. Untuk menjamin bahwa operasional LKS tidak keluar dari tuntutan syariah, maka DSN-MUI membentuk Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk mengawasi operasional LKS agar sesuai dengan tuntutan syariah.

Di indonesia ada 2 jenis lembaga keuangan syariah yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan nonbank. Salah satu LKS nonbank yang menjalankan kegiatan operasionalnya menerapkan prinsip-prinsip syariah adalah Baitul Maal wa Tamwil (BMT). BMT merupakan kependekan kata Balai Usaha Mandiri Terpadu atau Baitul Maal wa Tamwil, yaitu lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah BMT (Andri. S, 2009:51). Sebagai LKS yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil oleh karena itu, BMT harus tetap menjaga prinsip-prinsip syariah dengan menetapkan fatwa MUI yang telah ada agar masyarakat tidak merasa dirugikan.

BMT khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) semakin beragam. Menurut data yang dihimpun saat ini jumlah BMT yang terdaftar secara resmi dalam Pusat Koperasi Syariah (PusKopSyah) mencapai 84 Buah (Koran sindo.com). Dengan jumlah BMT yang semakin banyak di wilayah DIY maka semakin mudah pula untuk masyarakat dalam mengajukan

pembiayaan untuk kelancaran usaha masyarakat tersebut. Keberadaan BMT sangat membantu dalam mendapatkan pembiayaan sekaligus dapat mengatasi masalah permodalan guna memperkuat usaha dan mengembangkan usaha masyarakat.

Salah satu BMT di DIY yang menitik beratkan pada pemberdayaan ekonomi kelas bawah adalah BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta dikarenakan banyaknya usaha kecil yang kebutuhan modalnya dicukupi oleh rentenir yang notabene suku bunganya sangat besar disamping itu kecenderungan dakwah Islam belum mampu menyentuh kebutuhan ekonomi, sehingga dakwah belum terasa sempurna (PROFILE BMT BIF). Semakin tahun kinerja BMT BIF Yogyakarta semakin meningkat, untuk aset tahun 2016 mencapai Rp. 78.571.907 dan pada tahun 2017 meningkat dengan mencapai Rp. 89.054.050. Selain itu setiap tahunnya jumlah anggota (nasabah) di BMT BIF Yogyakarta juga semakin meningkat dari tahun 2016 yang berjumlah 35.908 orang dan pada tahun 2017 meningkat dengan jumlah, jumlah 40.000 orang, jumlah tersebut sudah termasuk jumlah anggota penabung dan jumlah anggota peminjam (RAT BMT BIF Yogyakarta).

Dengan total aset yang semakin bertambah dan jumlah anggota yang semakin meningkat, maka diharapkan BMT BIF Yogyakarta dapat mengoptimalkan peran mereka dalam meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabahnya mengingat masih banyak tantangan yang dihadapi. Tantangan yang harus dihadapi oleh BMT BIF Yogyakarta dapat meliputi dari kualitas pelayanan dan promosi. Untuk itu pihak BMT BIF Yogyakarta harus

memiliki strategi dalam menghadapi tantangan tersebut sehingga akan meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah. Namun, hal itu membutuhkan usaha lebih keras mengingat loyalitas dan kepuasan nasabah merupakan faktor yang sulit untuk didapatkan. Peneliti mengambil data dari salah satu cabang saja, yaitu BMT BIF Yogyakarta cabang berbah karena untuk memfokuskan peneliti untuk mengetahui pengaruh loyalitas dan kepuasan nasabah.

Sangat penting untuk setiap lembaga keuangan memperhatikan nasabahnya termasuk dalam kualitas pelayanan dan promosi. Konsep kualitas pelayanan telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan organisasi, baik organisasi profit maupun non profit. Karena apabila nasabah atau konsmen merasa bahwa kualitas pelayanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka akan merasa puas dan akan menjadi nasabah yang loyal. Nasabah yang puas terhadap barang / jasa, maka akan dengan mudah membentuk niatnya dalam membeli ulang dan berkecenderungan akan mempersering pembelian barang / jasa, serta semakin loyal terhadap lembaga keuangan tersebut (Mulyo dan Ukudi, 2007:215). Pada akhirnya terbentuklah hubungan jangka panjang antara konsumen atau nasabah dengan produsen.

Kepuasan nasabah atau konsumen merupakan kunci dalam menciptakan keberhasilan dari suatu perusahaan. Kepuasan nasabah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatkan reputasi

perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurang biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisien dan produktifitas karyawan (Yoestini, 2012:3).

Pemasaran produk merupakan kegiatan yang paling penting untuk pengembangan suatu lembaga keuangan. Salah satu usaha yang digunakan untuk meningkatkan penjualan yaitu melalui kegiatan promosi. Pemilihan strategi promosi yang tepat akan menjadikan pemasaran produk lebih efektif agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Salah satu promosi yang efektif yaitu menggunakan brosur. Promosi menggunakan brosur akan mempermudah nasabah mengetahui produk-produk yang terdapat di lembaga keuangan tersebut, sehingga lembaga keuangan tersebut harus lebih meningkatkan kualitas isi brosur tersebut sehingga nasabah tidak akan kesulitan membacanya.

Selain brosur ada juga cara untuk promosi lainnya yaitu dengan cara penyampaian informasi wiraniaga (karyawan) terhadap nasabah. Cara karyawan menyampaikan informasi kepada nasabah diperlukan softskill yang lebih mumpuni, karena tata cara penyampaian informasi kepada mahasiswa dan orang tua tentu akan berbeda tidak bisa disamakan sehingga membutuhkan bahasa yang lebih sederhana untuk dimengerti oleh orang tua. Dan diperlukan metode lain untuk menyampaikan produk misalkan bisa melalui sketsa bergambar yang menarik sehingga mudah dipahami oleh orang tua atau ibu-ibu dan penjelasan pun tidak hanya menggunakan kata-kata saja.

Dari tantangan yang sudah dijabarkan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS DAN KEPUASAN NASABAH DI BMT BINA IHSANUL FIKRI YOGYAKARTA”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BMT BIF Yogyakarta cabang Berbah ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT BIF Yogyakarta cabang Berbah?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BMT BIF Yogyakarta cabang Berbah?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT BIF Yogyakarta cabang Berbah ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BMT BIF Yogyakarta cabang Berbah ?
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT BIF Yogyakarta cabang Berbah?
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BMT BIF Yogyakarta cabang Berbah?
4. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BMT BIF Yogyakarta cabang Berbah?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Akademis

Peneliti berharap hasil penelitian menambah pengetahuan, wawasan dan informasi terkait kualitas pelayanan dan promosi dalam loyalitas dan kepuasan nasabah.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas dan kepuasan nasabah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan masyarakat agar masyarakat lebih memperhatikan tingkat kualitas pelayanan dan promosi sehingga menciptakan loyalitas dan kepuasan tersendiri bagi masyarakat.

b. Bagi Lembaga Keuangan

Dapat mengetahui upaya-upaya terbaik yang dapat dilakukan lembaga keuangan guna meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi di BMT BIF Yogyakarta khususnya di cabang Berbah guna meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah dan untuk meningkatkan komitmen kerja karyawan agar lebih produktif.