

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

*Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) merupakan salah satu bagian dari lembaga keuangan Islam yang turut berperan bagi kemajuan sektor riil. 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 memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah. Prinsip syariah yang dianut oleh lembaga keuangan syariah dilandasi oleh nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan, dan keuniversalan (*rahmatan lil 'alamin*) (Andri, 2010: 35-36).

Implementasi penerapan prinsip keadilan, kemanfaatan, keseimbangan, dan keuniversalan tersebut dalam skala ekonomi mikro tercermin dari keberadaan BMT. Pada dasarnya BMT merupakan lembaga swadaya masyarakat, dalam pengertian didirikan dan dikembangkan oleh masyarakat. BMT dapat dikatakan sebagai salah satu lembaga keuangan Islam yang

memiliki fungsi mengelola keuangan pada sektor mikro. Sebagaimana sebuah perusahaan *profit oriented* , BMT menjalankan kegiatan usahanya dengan cara bertindak sebagai lembaga *intermediary*, yaitu lembaga penghubung antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana, yang menghimpun dana dari anggota, untuk disalurkan kembali kepada anggota yang membutuhkan dana, guna dikelola ke sektor-sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan.

Sebagai salah satu lembaga keuangan syariah, BMT dipercaya lebih mempunyai peluang untuk berkembang dibanding dengan lembaga keuangan lain yang beroperasi secara konvensional. Hal ini dikarenakan BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang dijalankan dengan prinsip syariah dengan konsep keadilan, wajar dan rasional, dimana keuntungan yang diberikan kepada nasabah penyimpan adalah benar-benar berasal dari keuntungan penggunaan dana oleh para pengusaha lembaga keuangan syariah. Dengan pola ini, maka lembaga keuangan syariah terhindar dari *negative spread*, sebagaimana lembaga keuangan konvensional. Lembaga keuangan syariah mempunyai misi yang sejalan dengan program pemerintah, yaitu program pemberdayaan ekonomi rakyat, sehingga peluang kerjasama antara lembaga keuangan syariah dengan pemerintah lebih besar.

BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) merupakan lembaga keuangan syariah dengan menggunakan pola bagi hasil. Pada prinsipnya usaha BMT BIF dibagi

menjadi dua yaitu *baitul maal* (usaha sosial) dan *baitul tamwil* (bisnis). Usaha sosial ini bergerak dalam penghimpunan dana zakat, infaq, dan shodaqoh serta mentasyarufkannya kepada delapan *ashnaf*. Usaha bisnisnya bergerak dalam pemberdayaan masyarakat ekonomi kelas bawah dengan intensifikasi penarikan dan penghimpunan dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito berjangka serta menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan/kredit kepada pengusaha kecil dan kecil bawah dengan sistem bagi hasil. Dengan demikian keberadaan BMT BIF memiliki fungsi utama, yaitu sebagai penyalur pendayagunaan zakat, infaq, shodaqoh, dan wakaf, serta dapat berfungsi sebagai insitusi yang bergerak dibidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana layaknya bank. Sebagai lembaga keuangan BMT BIF bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota) yang mempercayakan dananya untuk disimpan dan dikelola oleh BMT BIF.

Dalam lembaga bisnis jasa keuangan secara umum baik skala mikro maupun makro, aspek kepercayaan di benak anggota merupakan syarat fundamental yang harus dibangun agar lembaga pengelola jasa keuangan tersebut dapat tetap survive ditengah situasi persaingan yang setiap waktu terlihat semakin ketat dan kompetitif. Begitupun bagi para manajer, pihak pengelola lembaga keuangan harus mampu menjaga kepercayaan yang telah diberikan anggota terhadap lembaga bisnisnya, karena dalam hal ini telah

dianggap sebagai pihak yang dapat dipercaya mampu mengelola sejumlah dana pihak ketiga (DPK) yang dimiliki.

Secara umum, BMT BIF menginginkan usahanya dapat hidup terus menerus tanpa dibatasi oleh waktu. Hal ini merupakan salah satu tujuan didirikannya suatu BMT untuk dapat hidup terus menerus artinya BMT itu terus beroperasi, berkembang menikmati laba dan panjang umur. Semakin panjang umur suatu BMT, semakin baik. Dalam praktiknya kehidupan suatu usaha beragam, mulai dari yang berumur panjang hingga ratusan tahun (untuk beberapa generasi) sampai yang hanya hidup beberapa tahun saja. Bahkan tidak sedikit BMT yang sudah mati sebelum beranjak dewasa. Agar BMT BIF bisa panjang umur, perlu dicarikan resep untuk mengatasinya. Resepnya adalah terus ditingkatkan omzetnya dan penjualannya atau di perbanyak anggotanya, karena hanya dengan bertambahnya omzet, atau jumlah anggota, tujuan BMT akan tercapai (Kasmir, 2005: 1).

Pada dunia bisnis, kualitas pelayanan sudah dianggap sebagai kerja keras dan usaha yang harus diberikan oleh perusahaan kepada mitra maupun konsumen. Meningkatnya persaingan BMT saat ini mendorong BMT untuk mencari cara yang menguntungkan diri mereka terhadap pesaing (Diah, 2006: 36). Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan bisnis dalam sektor lembaga keuangan syariah adalah memberikan pelayanan yang paling optimal, meningkatkan kualitas produk, menentukan harga yang sesuai

dengan selera pasar, meningkatkan promosi penjualan, terus mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Kegiatan meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan pada dasarnya adalah untuk memunculkan pelanggan atau anggota yang loyal dengan perusahaan standar diatas pesaing karena jika pesaing melakukan hal yang lebih baik dari BMT kita, kemungkinan usaha kita akan menjadi sia-sia. Hal yang harus diingat oleh BMT adalah pesaing tidak pernah tidur dan selalu mencari celah untuk mengambil anggota pesaing lainnya. Pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan kepada anggota, disamping akan mampu mempertahankan anggota yang ada , juga akan mampu menarik calon anggota baru untuk menggunakan jasa BMT (Kasmir, 2005: 2-3). Buruknya kualitas pelayanan atau manajemen jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota akan mengakibatkan banyak kerugian, baik bagi perusahaan, mitra, maupun bisnis itu sendiri.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya karyawan BMT BIF harus melakukan 15 kriteria kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan anggota yang loyal terhadap BMT yaitu, seorang karyawan BMT harus senyum bila bertemu dengan anggota dimana saja berada, karyawan BMT harus menyapa atau menjawab sapaan dengan ramah dan bersahabat, karyawan BMT harus mempersilahkan anggota duduk ditempat yang nyaman dan menanyakan maksud kedatangannya, karyawan BMT harus mempersilahkan dengan baik-

baik agar anggota antri bila pelayanan sedang sibuk, karyawan BMT harus mencurahkan seluruh perhatian kepada anggota apabila sedang melakukan perbincangan, karyawan BMT harus mengucapkan terimakasih bila transaksi telah selesai, karyawan BMT harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh anggota, karyawan BMT harus segera meminta maaf bila melakukan kekeliruan kepada anggota dan mintalah saran kepada anggota untuk memperbaikinya, karyawan BMT harus menjelaskan dengan bijak apabila anggota melakukan kekeliruan, karyawan BMT harus mendengarkan dan memperhatikan dengan seksama setiap keluhan anggota dan mencatat setiap keluhannya, lalu melakukan tindakan perbaikan setelah berkoordinasi dengan karyawan lain yang bersangkutan, karyawan BMT harus mencatat setiap perjanjian dengan anggota dan meneruskan kepada karyawan lain yang bersangkutan, karyawan BMT harus menepati janji yang sudah disepakati sekecil apapun isi perjanjian tersebut, karyawan BMT harus ramah dan bersahabat serta senyum tulus meskipun suasana hati sedang tidak baik dengan anggota yang bersangkutan, karyawan BMT harus menempatkan barang-barang perlengkapan pelayanan pada tempatnya segera setelah menyelesaikan pekerjaan, dan karyawan BMT harus dengan rela hati memenuhi panggilan anggota, apabila keadaan tidak memungkinkan berilah penjelasan yang bijak untuk menghindar atau menawarkan kesempatan lain untuk melakukan perbincangan dan jangan lupa dengan janji yang sudah disepakati (SOM BMT BIF, 2012: 1).

Kenyataannya, karyawan BMT BIF tidak melakukan apa yang seharusnya ia lakukan, anggota terkadang hanya dibiarkan menunggu apabila karyawan dari BMT sedang sibuk, terkadang anggota mengeluh karena karyawan tidak membawa tabungan ke pasar, terkadang karyawan terburu-buru dalam memberikan pelayanan kepada anggota, terkadang karyawan lupa akan senyum dan keramahannya. Besar kecilnya kepuasan anggota dapat dilihat dari seberapa baik kinerja yang dilakukan oleh karyawan BMT dan seberapa besar ketersediaan karyawan untuk memberikan pelayanan kepada anggota BMT. Sebuah penelitian yang pernah dilakukan untuk menganalisis penyebab anggota lari dari BMT menyimpulkan bahwa 3% anggota lari karena anggota pindah tempat tinggal, 5% anggota lari karena menemukan produk/jasa/pelayanan yang lebih baik, 9% anggota lari karena bujukan pesaing, 14% anggota lari karena tidak puas dengan produk/jasa yang dibelinya, dan 68% anggota pergi karena sikap masa bodoh yang diperlihatkan oleh pengelola atau karyawan BMT. Kepuasan anggota dalam menggunakan jasa BMT tidak terlepas dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada anggota, dengan demikian kebijakan mengenai pengelolaan anggota haruslah diatur dengan sebaik mungkin

Anggota yang loyal adalah alat promosi yang efektif. Dengan adanya anggota yang loyal akan sangat membantu pihak BMT, karena anggota yang loyal, merupakan alat promosi dari mulut ke mulut yang efektif. Anggota

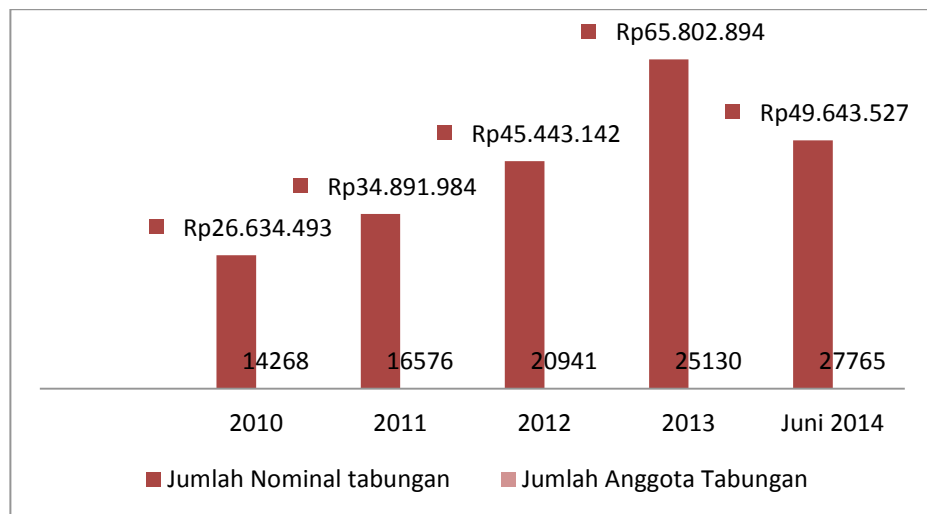
yang loyal akan membawa anggota lainnya untuk menikmati pelayanan produk yang ditawarkan oleh BMT. Semakin meningkat jumlah anggota yang dilayani, semakin meningkat pula omzet dan laba BMT.

**Gambar 1.1**

**Perkembangan Nominal dan Anggota Tabungan pada BMT BIF**

**Yogyakarta**

**Periode 2010- Juni 2014**



*Sumber : Data di olah Profil BMT BIF Yogyakarta*

Berdasarkan grafik diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah anggota dan jumlah nominal tabungan anggota BMT BIF selama 5 tahun terakhir yaitu, tahun 2010 sampai dengan tahun 2013 mengalami peningkatan dan pada Juni 2014 mengalami penurunan, dimana pada tahun 2010 jumlah anggota tabungan BMT BIF sebanyak 14,268 anggota dengan jumlah nominal Rp 26,634,493 dan sampai pada Juni 2014 jumlah anggota tabungan sebanyak



27,765 anggota dan nominal tabungan mengalami penurunan dengan jumlah Rp 49,643,527. Penurunan jumlah nominal tabungan ini bisa terjadi karena banyaknya dana yang dialokasikan untuk anggota pembiayaan (*lending*), sedangkan *funding* pada BMT BIF masih tergolong rendah.

Pada grafik perkembangan jumlah nominal tabungan dan jumlah anggota tabungan pada kenyataannya berbanding terbalik yaitu dimana jumlah perkembangan nominal tabungan tidak sesuai dengan perkembangan jumlah anggota tabungan pada BMT BIF Yogyakarta. Seharusnya bertambahnya jumlah nominal tabungan diikuti dengan bertambahnya jumlah anggota, agar tidak terjadi *underliquid*. Apabila keduanya tidak sama BMT akan merasa kesulitan dalam melayani anggota yang akan melakukan tarik tunai. Perkembangan jumlah anggota maupun jumlah nominal disebabkan karena adanya promosi yang terus menerus dan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat menarik minat calon anggota untuk bergabung menjadi anggota tabungan di BMT BIF Yogyakarta.

Penelitian ini memilih Baitul Maal Wa Tamwil Bina Ihsanul Fikri (BMT BIF) kota Yogyakarta sebagai objek penelitian karena dianggap *representative* sebagai lembaga keuangan syariah yang sedang berkembang pesat baik dari segi jumlah anggota ataupun *asset*, terbukti dengan perkembangan tabungan di BMT BIF yang dalam 1 tahun terakhir ini telah mencapai 44,78 milyar (Majalah Peluang, nomor 57 edisi Desember 2014).

Bagi perusahaan, faktor utama yang membentuk pelayanan yang baik adalah kesiapan dari sumber daya insani (SDI) dalam melayani anggota atau calon anggota. Oleh karena itu, sumber daya insani (SDI) harus dipersiapkan secara matang sehingga mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada anggota atau calon anggota. Berdasarkan fenomena yang ada maka peneliti ingin menguji sejauh manakah **peran *service performance* dalam mempengaruhi loyalitas anggota dengan kepuasan anggota sebagai moderating variable.**

## **B. Rumusan Masalah**

Terdapat ketimpangan antara perkembangan jumlah anggota dengan jumlah nominal tabungan di BMT BIF Yogyakarta. Hal ini terjadi karena perkembangan jumlah anggota tabungan tidak seiring dengan perkembangan jumlah nominal tabungan. Seharusnya bertambahnya jumlah nominal tabungan diikuti dengan bertambahnya jumlah anggota, agar tidak terjadi *underliquid*. Pelayanan yang kurang optimal akan berdampak negative bagi sebuah BMT, baik dari segi eksternal maupun internal.

Berdasarkan fenomena diatas, dapat diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *service performance*/kinerja terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri di Yogyakarta?

2. Bagaimana pengaruh kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri di Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh *service performance*/kinerja karyawan dan kepuasan anggota sebagai *moderating variable* secara simultan terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri di Yogyakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui *service performance*/kinerja karyawan mempunyai pengaruh secara langsung terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui kepuasan anggota mempunyai pengaruh secara langsung terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri di Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh *service performance*/kinerja karyawan dan kepuasan anggota sebagai *moderating variable* secara simultan terhadap loyalitas anggota BMT Bina Ihsanul Fikri di Yogyakarta.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk proses belajar dan untuk menambah wawasan/pengetahuan mengenai industri jasa perbankan.

## 2. Bagi BMT BIF

Hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menentukan kebijakan perusahaan agar mempunyai anggota yang loyal terhadap perusahaan (BMT).

## 3. Bagi Pihak Lain

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam memberikan sumbangan konsep pemecahan masalah sebagai model spesifik dalam hubungan ketiga konstruk: service performance, kepuasan anggota dan loyalitas anggota sehingga dapat digunakan sebagai referensi oleh peneliti-peneliti yang tertarik pada masalah terkait khususnya di industri jasa lembaga keuangan syariah.