

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan perekonomian di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) semakin pesat. Hal ini membuktikan bahwa DIY merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari dunia bisnis, meskipun cenderung “kental” dengan dunia pendidikannya. Berbagai macam bisnis yang berkembang di DIY juga semakin beraneka ragam, mulai dari lembaga pendidikan hingga lembaga keuangan. DIY tidak akan terlepas dari dunia perbankan dan lembaga keuangan lain, karena berfungsi mengatasi berbagai permasalahan yang mungkin timbul dari lalu lintas keuangan. Salah satunya dengan memberikan berbagai pilihan pelayanan perbankan atau lembaga keuangan yang sesuai keinginan dan kebutuhan masyarakat. Lembaga keuangan atau lembaga pembayaran yang sedang berkembang dengan menawarkan layanan tanpa bunga, namun menggunakan sistem bagi hasil yang kemudian sering disebut sistem syariah.

Salah satu lembaga pembiayaan yang menggunakan sistem syariah adalah *Baitul Mal Watamil* (BMT). Lembaga keuangan atau lembaga pembayaran ini merupakan lembaga keuangan bukan bank dengan skala kecil yang memiliki dua fungsi. Fungsi BMT tersebut adalah sebagai *baitul mal* dan *baitut tamil*. *Baitul mal* merupakan fungsi BMT yang berupaya menyentuh ranah sosial, memiliki peran sebagai lembaga pengumpul dan menyalur zakat infak dan sodakoh. Adapun *baitut tamil* nampak pada fungsi bisnis, seperti: layaknya lembaga pembayaran lainnya. Peran *baitut tamil* adalah menghimpun dana yang berasal dari

masyarakat dan menyalurkan pembiayaan. Fenomena BMT merupakan gerakan dari bawah dalam menumbuhkan mobilisasi permodalan usaha masyarakat.

DIY terdiri dari berbagai elemen masyarakat dengan segala kegiatan bisnisnya, dari yang bersekala kecil hingga sekala besar, tidak akan terlepas dari jasa perbankan. BMT Al Ikhlas menjadi salah satu lembaga keuangan yang berptinsip syariah. BMT Al Ikhlas memiliki kantor pusat di wilayah DIY tepatnya di jalan Prof. Dr. Herman Johannes 103 E, Sagan, Yogyakarta. Salah satu lembaga keuangan ini menawarkan berbagai produk layanan keuangan dengan sistem syariah. Sistem syariah yang diterapkan oleh BMT Al Ikhlas ini telah menjadi kompetitor untuk lembaga keuangan dengan prinsip syariah.

Sistem syariah yang diterapkan BMT Al Ikhlas masih belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat, terlebih bagi masyarakat awam. Akibat dari kondisi tersebut, ketertarikan masyarakat terhadap BMT pada umumnya cenderung kurang. BMT sebagai lembaga keuangan yang berprinsip syariah dan bergerak pada usaha masyarakat menengah ke bawah, menjadi lembaga strategis yang kemandiriannya menstimulasi banyak hal. *Pertama*, mendorong perkembangan ekonomi pada tingkat bawah. *Kedua*, penciptaan lapangan kerja. *Ketiga*, terjadi eksplorasi potensi dan sumber daya lokal. *Keempat*, terjadinya pemerataan distribusi dan kesempatan. *Kelima*, terciptanya peningkatan usaha masyarakat skala kecil. Jejalan dengan perkembangan bisnis di wilayah kerja, BMT Al Ikhlas terus meningkatkan usaha masyarakat baik dalam skala kecil maupun besar. BMT Al Ikhlas telah banyak mendampingi masyarakat dalam menjalankan bisnis informal. Kualitas yang dihasilkan serta kemampuan perusahaan dalam

menciptakan citra yang baik pada masyarakat sebagai konsumen atau nasabah atau dapat disebut juga anggota. BMT Al Ikhlas mengupayakan agar masyarakat sebagai anggota, puas dengan pelayanan yang diberikan.

Citra adalah gambaran secara umum atau persepsi yang dimiliki oleh masyarakat umum tentang perusahaan, unit atau produk (Robert, 1993 dalam Dwi dan Anne, 2001). Sedangkan, menurut Kasali (2000:28), citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Citra adalah peta seseorang tentang dunia. Tanpa citra orang akan selalu berada dalam suasana yang tidak pasti. Citra adalah gambaran tentang realitas dan tidak harus selalu sesuai dengan realitas. Citra adalah dunia yang dibuat menurut persepsi seseorang. Citra terbantu dari dua faktor, yaitu: faktor komunikasi dan pengalaman konsumen selama mengkonsumsi barang atau jasa yang mereka konsumsi. Untuk itu, citra yang baik harus diciptakan oleh suatu perusahaan karena dengan mempunyai citra yang baik diharapkan konsumen akan mempunyai persepsi yang baik pula mengenai kualitas yang dimiliki.

Menghadapi persaingan yang makin ketat khususnya perusahaan di bidang jasa, selain memperhatikan citra juga harus memberikan pelayanan yang optimal kepada konsumen. Apabila konsumen mereka tidak puas dengan mutu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka konsumen akan pindah ke perusahaan lain yang dapat memberikan pelayanan yang jauh lebih baik dan menyenangkan. Pelayanan merupakan kegiatan yang diberikan organisasi kepada konsumen, sehingga dalam memberikan pelayanan itu lebih baik dan perusahaan akan

memenangkan persaingan dalam dunia bisnis. Hal itu merupakan hambatan setiap perusahaan setiap perusahaan agar harus berkembang.

Pelayanan adalah segala perbuatan yang dilaksanakan suatu pihak pada pihak lain yang tidak terwujud dan menghasilkan kepemilikan atas sesuatu serta produknya tidak selalu berkaitan dengan produk fisik (Kolter, 1997). Oleh karena itu, peranan pelayanan cukup penting untuk perusahaan jasa agar penyedia jasa untuk bekerja akan mereka puas dan tertarik untuk menggunakan kembali pelayanan jasa yang diberikan. Citra dan kepuasan merupakan faktor yang penting bagi perusahaan untuk mempengaruhi loyalitas anggota baik yang terwujud dalam pembelian uang maupun mereka yang merekomendasikannya pada orang lain. Loyalitas anggota didefinisikan sebagai komitmen mendalam untuk membeli ulang produk atau menggunakan kembali pelayanan dimasa yang akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau suatu set merek yang sama-sama walaupun yang berpotensi menyebabkan perilaku yang berpindah merek (Indah, 2004). Berdasarkan pendapat tersebut sangat jelaslah bahwa citra dan kepuasan mempunyai peran penting untuk mempengaruhi anggota untuk setia kepada produknya atau menggunakan kembali jasa yang digunakan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Indah Fatmawati (2004) dengan judul “Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Studi pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra rumah sakit berhubungan positif dengan loyalitas pelanggan. Hal ini sangat penting bagi perusahaan yang memperoleh dan mempertahankan anggota tertentu saja akan membawa perubahan pola kondisi

lingkungan usaha. Mereka di sisi pihak BMT dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat di tengah persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis perbaikan saat ini dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan anggota serta sejumlah kelebihan, kendala dan peluang.

Persaingan ini dikarenakan BMT tidak hanya bersaing dengan sesama BMT atau bank yang sudah menerapkan sistem syariah, tetapi juga harus mampu bersaing dengan bank konvensional. Bank yang menggunakan sistem konvensional ini bahkan lebih familiar dikalangan masyarakat dibanding dengan lembaga keuangan yang menggunakan sistem syariah. Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang harus dicapai oleh pihak BMT Al Ikhlas Yogyakarta yang ingin mendapatkan loyalitas dari anggotanya. Transaksi yang dilakukan di BMT Al Ikhlas Yogyakarta hanya dilakukan oleh satu orang karyawan, dengan demikian waktu yang dibutuhkan untuk melayani anggota relatif lama. Proses komputerisasi yang masih sederhana dan hanya dilakukan oleh satu karyawan yang sekaligus merangkap *teller* mengakibatkan anggota harus menunggu lama.

Adapun proses pembiayaan yang dilalui oleh anggota untuk mendapatkan pinjaman adalah pengajuan proposal, wawancara karyawan, survei lapangan, penetapan dalam rapat pimpinan. Besarnya pinjaman yang diberikan tidak selalu sesuai dengan yang diharapkan anggota. Pinjaman hanya diberikan kepada mereka yang ingin mulai awal usaha mengalami kesulitan memperoleh pinjaman. Produk jasa yang berupa pinjaman harian atau mengguan tidak ada. Jenis produk atau jasa untuk asuransi juga belum disediakan oleh pihak BMT Al Ikhlas Yogyakarta.

Penelitian analisis perilaku konsumen ini akan memberikan dasar bagi pemasar untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Salah satu tujuan mempelajari perilaku konsumen adalah untuk mengetahui berbagai aspek yang ada pada konsumen. Pemasar harus dapat melihat lebih jauh bermacam-macam faktor yang mempengaruhi konsumen, agar tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh pihak BMT Al Ikhlas Yogyakarta. Pentingnya analisis perilaku konsumen tersebut, maka perlu melakukan penelitian dengan judul “pengaruh citra, kepuasan terhadap loyalitas anggota”. Penelitian ini melakukan studi pada BMT Al Ikhlas Yogyakarta.

B. Pembatasan Masalah Penelitian

Pembatasan masalah penelitian ini berfungsi untuk memfokuskan kajian atau analisis terhadap permasalahan. Adapun batasan masalah penelitian ini sebagai berikut.

1. Penelitian ini dilaksanakan terbatas hanya pada pemakai jasa produk BMT Al Ikhlas Yogyakarta.
2. Variabel penelitian yang diteliti, karena diduga berpengaruh terhadap loyalitas anggota hanya variabel citra dan kepuasan anggota pada BMT Al Ikhlas Yogyakarta.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan batasan masalah penelitian rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh citra dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas anggota pada BMT Al Ikhlas Yogyakarta?

2. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas anggota pada BMT Al Ikhlas Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini menyesuaikan dengan rumusan masalah penelitian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Pengaruh citra dan kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota pada BMT Al Ikhlas Yogyakarta.
2. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas anggota pada BMT Al Ikhlas Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik secara teoritis maupun praktis, antara lain:

1. Teoritis, diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk memahami tentang materi keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memahami tentang bagaimana pengaruh variabel citra dan kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota,
2. Praktis, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk: a) sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian tentang pengaruh citra dan kepuasan anggota terhadap loyalitas anggota, b) memberikan subangan dan masukan bagi pihak manajemen dalam menentukan kegiatan pada BMT Al Ikhlas Yogyakarta dan merumuskan kebijakan strategi pemasaran yang berkaitan dengan perilaku kemas yang akan datang.