

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perbankan Syari'ah pada dasarnya merupakan bagian dari ekonomi Islam dalam bidang keuangan¹ dalam istilah internasional dikenal sebagai *Islamic Banking* atau disebut juga dengan *interest free Banking*. Bank syari'ah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respons dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan Islam yang menginginkan agar tersedianya jasa keuangan yang sejalan dengan nilai moral dan prinsip syari'ah Islam lembaga-lembaga tersebut berkaitan dengan pelarangan praktek *riba*, kegiatan *maisir* (spekulasi) dan *gharar* (ketidakjelasan).

Perbankan memiliki peranan penting dalam kegiatan perekonomian, dalam suatu Negara tentunya tidak akan terlepas dari alur lalu lintas pembayaran yang menggunakan uang sebagai medianya dari peranan tersebut, dapat dikatakan bahwa industri perbankan merupakan urat nadi atau sebagai pusat dari sistem perekonomian itu sendiri Bank memiliki kegiatan pokok seperti menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat, bank juga memiliki sifat sebagai *intermediary service*².

Pelayanan adalah semua kegiatan untuk mempermudah konsumen menghubungi pihak-pihak yang tepat di perusahaan dan mendapatkan pelayanan, jawaban dan penyelesaian masalah yang cepat dan memuaskan³

¹ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hlm, 166

² Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2010) hlm. 54.

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Implementasi, dan Kontrol*, edisi ke-9 Jilid 1 (Jakarta : PT. Prenhalindo, 1997), hlm. 8

pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi, serta pembelian ulang yang lebih sering.

Kualitas suatu produk atau pelayanan dari suatu perusahaan terletak pada kepuasan pelanggannya. Menurut Feigenbaum, menyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada konsumen atas suatu produk⁴ selera atau harapan konsumen selalu berubah, sehingga kualitas pelayanan juga harus berubah atau disesuaikan dengan perubahan kualitas pelayanan tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan dalam keterampilan tenaga kerja, perubahan proses pelayanan yang lebih baik serta perubahan lingkungan perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga merupakan fokus utama saat ini dalam suatu perusahaan⁵.

Loyalitas yaitu derajat seorang Anggota menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu disposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini.⁶

Perbankan syariah atau perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang

⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung : 1992), hlm. 191

⁵Christopher Lovelock, dkk, *Pemasaran Jasa Manusia Teknologi Dan Strategi, Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, (Jakarta : Penerbit Erlangga. 2010), hal 152

⁶Utomo, Priyanto Doyo, *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*, Tesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2006, hlm. 27.

dikembangkan berdasarkan prinsip syariah, Suatu perbankan dikatakan sebagai prinsip syariah karena mengacu pada prinsip syariah yang mengatur perjanjian berdasarkan hukum Islam dalam hukum Islam, yang menjadi sumber hukum adalah Al-Qur'an dan As-Sunnah⁷.

Pada praktiknya di perbankan syariah, Anggota dikategorikan sebagai *shahibul maal* yaitu pihak yang memiliki dana Anggota datang ke bank syariah menuju meja *customer service* dengan tujuan pembukaan rekening deposito syariah. Dalam hal ini, bank bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*). Adapun pembagian keuntungan ditentukan berdasarkan nisbah bagi hasil yang telah dikalkulasi oleh bank Presentase bagiannya dapat bermacam-macam. Mayoritas presentase dibesarkan persentasenya untuk Anggota. Ada yang 80% untuk Anggota dan 20% untuk bank. Ada juga yang 60% untuk Anggota dan 40% untuk bank⁸ Sedangkan untuk Anggota sendiri terbilang stabil dalam hal peningkatan atau banyaknya Anggota yang ada di BMT NU Cabang Pasean

Dana yang diberikan oleh Anggota kemudian diinvestasikan oleh bank kepada sektor investasi yang sesuai dengan syariah semakin besar hasil investasi yang dilakukan bank maka semakin besar jumlah keuntungan yang diterima oleh Anggota Pembagian hasil ditentukan dari nisbah bagi hasil yang sudah disepakati sebelumnya.

Customer service merupakan penghubung antara Anggota dengan bank, sehingga keperluan dan permasalahan yang dihadapi Anggota dapat diatasi, maka dirumuskan pengertian dari *customer service* dalam memberikan pelayanan terhadap setiap Anggota, yakni “ Layanan terhadap pelanggan atau Anggota,

⁷Burhanuddin. Susanto, *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. (Yogyakarta: UII Press. 2008)hlm,13.

⁸ Hasil pra penelitian dengan karyawan BPRS SPM pada tanggal 26 februari 2020 di BPRS SPM

dapat berlangsung dengan baik, apabila ada sistem pedoman operasi yang benar agar kedua belah pihak merasa puas”⁹.

Pada pengertian *Customer Service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan Anggota, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan Anggota¹⁰.

Peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang *frontliner* dengan judul penelitian ini “**Kualitas Pelayanan *Frontliner* Dalam Upaya Peningkatan Loyalitas Anggota Di BMT NU Cabang Pasean**”

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana kualitas pelayanan *frontliner* di BMT NU cabang pasean?
2. Bagaimana loyalitas Anggota setelah mendapatkan pelayanan *frontliner* di BMT NU cabang pasean?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis tertarik mengadakan penelitian dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *frontliner* di BMT NU cabang pasean.
2. Untuk mengetahui loyalitas Anggota setelah mendapatkan pelayanan *frontliner* di BMT NU cabang pasean.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoretis

⁹ Binti Nur Asiyah, *Modul Praktik Mini Bank Syariah – 1*, (Tulungagung : Diklat tidak diterbitkan, 2013), hlm. 2

¹⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Prenada Media, 2004), hlm. 202

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan referensi serta dapat menambah wawasan keilmuan bagi siapa saja yang berkeinginan memahami lebih jauh tentang efektifitas kualitas pelayanan *frontliner* dalam meningkatkan loyalitas Anggota.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber untuk meningkatkan daya pikir para mahasiswa agar mengetahui betapa pentingnya ilmu hukum Islam untuk diterapkan di berbagai jenjang pendidikan termasuk juga di IAIN Madura.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini akan memberikan suatu kontribusi dalam upaya meningkatkan pengertian, pemahaman mengenai efektifitas kualitas pelayanan *frontliner* dalam meningkatkan loyalitas Anggota

c. Bagi Peneliti

Peneliti bermaksud untuk memaparkan kendala efektifitas kualitas pelayanan *frontliner* dalam meningkatkan loyalitas Anggota. Sehingga hal ini menumbuhkan semangat tersendiri bagi peneliti yang berstatus sebagai mahasiswa.

d. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini akan memberikan suatu kontribusi dalam upaya meningkatkan pemahaman mengenai kualitas pelayanan *frontliner* dalam meningkatkan loyalitas Anggota

e. Bagi Stekholder

Hasil penelitian ini akan memberikan suatu kontribusi dalam upaya meningkatkan pemahaman penegasan mengenai kualitas pelayanan *frontliner* dalam meningkatkan loyalitas Anggota

E. Definisi Istilah

Kualitas pelayanan : merupakan suatu proses kejiwaan yang bersifat abstrak yang dinyatakan oleh seluruh keadaan aktivitas, ada objek yang dianggap bernilai sehingga diketahui dan diinginkan¹¹.

Frontliner adalah sebuah kategori pekerjaan dalam suatu perusahaan perbankan dan jasa jasa lainnya. Secara umum frontliner bertugas untuk melayani konsumen / Anggota secara langsung¹².

Anggota adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank¹³

Loyalitas perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu disposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini.¹⁴

¹¹Sutisna, *perilaku konsumen & komunikasi pemasaran*, (Bandung: PT RemajaRosdakarya, 2002), hlm 109.

¹² Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 285 - 287

¹³ Burhanuddin. Susanto, *hukum perbankan syariah di indonesia*. (Yogyakarta: UII Press, 2008) hlm, 13.

¹⁴ Utomo, Priyanto Doyo, "*Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*", Tesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2006, hlm. 27.