

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Seiring berjalannya waktu lembaga keuangan bank maupun non bank di Indonesia bersaing semakin ketat diiringi dengan kemajuan teknologi dan informasi, berbagai kemudahan yang didapat dari kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi menimbulkan kompetisi yang sangat ketat sehingga nasabah mengalami banyak opsi pilihan.

Perkembangan teknologi yang terjadi dimasa modern seperti saat ini berkembang sangat pesat bahkan seorang nasabah bisa melakukan transaksi apapun dengan hanya berdiam diri dirumah. Karena hal tersebut, sangatlah penting bagi suatu lembaga keuangan untuk meningkatkan strategi pelayanan dengan baik sehingga memenuhi keinginan nasabah dan membuat minat seorang nasabah itu menjadi meningkat. Strategi pelayanan disini diartikan sebagai jasa atau servis yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.<sup>1</sup> Dengan pelayanan tersebut bagaimana sebuah perusahaan atau suatu lembaga itu bisa menyikapi suatu keadaan dan kenyataan dengan memberikan solusi-solusi terbaik sehingga mampu untuk keluar dari keadaan tertentu, solusi ataupun cara yang diambil berdasarkan dengan kondisi kebutuhan dan merasa mampu memberikan jalan yang terbaik dari keadaan yang terjadi kapanpun dan dimanapun itu. Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya

---

<sup>1</sup> Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 3.

proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.<sup>2</sup> Kualitas pelayanan yang baik dimulai dari persepsi seorang nasabah bukan dari suatu lembaga itu sendiri. Karenanya, kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan nasabah itu bisa terwujud dengan baik.

Untuk mencapai atau mendapatkan minat nasabah, maka suatu lembaga keuangan harus memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi. Pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan perusahaan kepada para pemimpin pemerintahan serta publik lainnya yang berkepentingan.<sup>3</sup> Bagi nasabah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berasal dari pelayanan yang terorganisir dengan baik, dengan demikian akan menciptakan suatu persepsi yang baik bagi nasabah.

Suatu perusahaan atau lembaga bisa dikatakan berhasil ditentukan oleh kemampuan lembaga tersebut dalam menciptakan minat pelanggan atau nasabah untuk berpartisipasi ataupun bergabung sehingga menciptakan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah merupakan akibat dari suatu percobaan awal yang diperkuat dengan kepuasan sehingga akan mengarah pada kembali datang dengan berulang-ulang. Dengan demikian, dengan minat dan juga loyalitas tersebut akan menjadi salah satu tujuan yang harus diraih suatu lembaga keuangan dalam mempertahankan nasabahnya untuk terus bertransaksi di lembaga tersebut. Dengan berhasil meningkatkan minat nasabah, kelangsungan hidup sebuah lembaga keuangan akan tetap bertahan pada kondisi perekonomian yang sedang

---

<sup>2</sup> Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta : Alex Media Komputindo 2003), 9

<sup>3</sup> Definisi Pengertian pelayanan dalam <http://www.definisi-pengertian.com/2015/07d/definisi-pengertian-pelayanan.html> di akses pada tanggal 20 Februari 2021 pukul 05:52

mengalami ketidakpastian seperti saat ini, terutama saat ini Indonesia masih mengalami masa pandemi covid-19.<sup>4</sup>

Covid-19 atau disebut *Coronavirus Disease 2019* merupakan penyakit menular yang dapat menyebabkan penyakit paru-paru yang cukup serius. Kasus covid-19 ditemukan pertama kali di Tiongkok pada November 2019. Covid-19 diketahui sebagai penyakit menular yang disebabkan oleh virus baru dengan tingkat persebaran sangat cepat. Seperti yang dilaporkan oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), total kasus Covid-19 yang terkonfirmasi diseluruh dunia diawal tahun sebanyak 3.116.398 kasus dengan kematian 217.153 jiwa (29 april 2020) Indonesia adalaah Negara dengan jumlah kematian terbesar akibat covid-19 di antara Negara-negara ASEAN lainnya.<sup>5</sup>

Terlebih lagi penyebab virus covid-19 yang sangat cepat ke Negara-negara lainnya termasuk Indonesia juga memperparah keadaan ekonomi, sehingga mengakibatkan terjadi masalah krisis ekonomi yang Mampaknya dirasakan oleh semua lembaga keuangan. Pasalnya pemerintah telah mengeluarkan sejumlah kebijakan yang digunakan untuk memutus rantai penyebaran virus seperti pembatasan sosial dan penutupan sejumlah perusahaan yang membuat masyarakat membatasi tingkat konsumsinya karena minimnya pemasukan atau bahkan sama sekali tidak ada pemasukan sementara kebutuhan sehari-hari terus berjalan. Sejumlah kebijakan dikeluarkan untuk meringankan beban rakyat termasuk pemberian subsidi listrik dan pemberian bantuan tunai setiap bulannya. Hal ini membuat anggaran negara yang terus berkurang sementara

---

<sup>4</sup> Yulia Larasati Putri dan Hardi Utomo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)”, E-Jurnal Among Makarti, Vol. 10, No. 19, (Salatiga: Juli 2017), 71

<sup>5</sup> Sumadi, “ Menakar Dampak Fenomena Pandemi Covid-19 Terhadap Perbankan Syariah” ,Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol 3, No. 2, (Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia : Oktober 2020), 146

tidaak ada pemasukan yang membuat Negara melakukan hutang dalam jumlah besar termasuk meluncurkan global kupon bon guna menstabilkan keadaan perekonomian di Indonesia.<sup>6</sup>

Dengan demikian, sebuah lembaga keuangan haruslah terus meningkatkan kemampuannya dalam melayani nasabahnya serta memiliki suatu keunggulan dalam menarik minat nasabah pada masa pandemi seperti saat ini. Untuk bisa mencapai tujuannya maka lembaga keuangan harus bisa memberikan rasa puas pada nasabahnya serta memiliki keunggulan yang lebih baik dalam menarik minat nasabah.

Nasabah memiliki peranan yang sangat penting dalam menjalankan suatu lembaga keuangan. Guna mempertahankan minat nasabah, maka pengelola lembaga keuangan harus menjaga kualitas pelayanan dengan baik serta sesuai untuk memenuhi minat nasabah. Pada hakekatnya nasabah adalah seorang manusia yang mempunyai rasa ingin tahu dan ingin mencoba hal baru. Oleh sebab itu, diperlukan strategi manajemen pelayanan yang tepat agar seorang nasabah itu terus bertransaksi di lembaga keuangan tersebut.<sup>7</sup> Dalam hal ini, maka dapat diterapkan juga pada sebuah lembaga keuangan mikro seperti halnya BMT dalam melakukan sebuah perancangan seperti salah satunya dalam aspek strategi manajemen pelayanan dalam sebuah organisasinya.

Dengan munculnya BMT sebagai lembaga yang relatif baru menimbulkan tantangan besar di suatu daerah. Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan

---

<sup>6</sup> Ridho Syukro, "Pasca Covid-19, Laju Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tak langsung Pulih". dalam <https://investor.id/business/pasca-covid19-laju-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-tak-langsung-100-pulih> Diakses pada tanggal 26 Mei 2021

<sup>7</sup> Ahmad Mardalis, "*Meraih Loyalitas Pelanggan*", E-Jurnal Benefit, Vol. 09, No. 02, (Surakarta: Desember 2005), 118

untuk mampu tumbuh dan berkembang. Keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan harapan untuk mencapai keberhasilan dunia kahirat juga keterpaduan antara fisik dan mental, rohaniah dan jasmaniah. Kekeluargaan dan kebersamaan berarti upaya untuk mencapai kesuksesan tersebut diraih secara besama, baik antar pengurus BMT dan pengelola BMT maupun dengan nasabah.

Kemandirian kerja dan kemampuan melaksanakan pekerjaan memiliki kaitan yang sangat erat dengan pelayanan dalam memberikan kepuasan kepada nasabah. Komitmen suatu lembaga BMT untuk mewujudkan pelayanan yang baik, tidak lepas dari kemandirian dan kemampuan dari para karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya dengan baik. Namun, hal tersebut memang bukanlah suatu pekerjaan yang mudah karena membutuhkan suatu pengalaman dan pengetahuan yang memadai sehingga pelayanan yang dilakukannya bisa meningkatkan minat nasabah sehingga nasabah ingin kembali untuk bertransaksi. Di dalam penelitian ini minat nasabah yang dimaksud sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah di lembaga keuangan non bank BMT benar-benar dilaksanakan.

BMT dalam penelitian ini adalah BMT Masalahah cabang Gondangwetan yang mana kantor pusatnya berada di Jl Raya Sidogiri No. 10, Sidogiri, Kecamatan Kraton, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. BMT Masalahah ini sudah masuk kedalam lingkup 100 koperasi Besar di Indonesia. Perjalanan BMT Masalahah terus mengalami kemajuan yang signifikan. Dengan peningkatan jumlah kantor cabang sebanyak 105 kantor pelayanan dan juga sudah menyerap tenaga kerja sebanyak hingga 655 orang karyawan. Beberapa prestasi baik tingkat Nasional atau Regional telah diraih Koperasi BMT Masalahah.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Web Resmi BMT Masalahah <https://bmtmasalah.co.id/berita/show/39> di akses pada tanggal 28 Februari 2021 pada pukul 20:00

Dengan munculnya masa pandemi COVID-19 yang sedang melanda di seluruh penjuru dunia tak kecuali Indonesia BMT Maslahah ini telah sempat mengalami penurunan sebesar 58% didalam kinerja keuanganya, penurunan ini terjadi pada awal maret sampai akhir bulan juni dengan penurunan angka nominal 58 juta sebelum adanya pandemic covid-19 menjadi 20 juta an setelah adanya pandemi covid-19, namun pada bulan agustus dan berjalan bulan september telah berhasil keluar dari dampak pandemi berkat dari kerja keras para karyawan dan kepala cabang BMT Maslahah,<sup>9</sup> sehingga ada kalanya diperlukan untuk memeperbaiki strategi-strategi pelayanan BMT Maslahah dalam menangani permasalahan-permasalahan yang terjadi akibat pandemi covid-19, tak terkecuali didalam strategi pelayanannya.

Dengan demikian BMT Maslahah cabang Gondangwetan disini harus mempunyai kemandirian, dimana dengan terjadinya pandemi covid-19 ini BMT Maslahah cabang Gondangwetan harus berkembang dari meningkatkan partisipasi nasabah dan juga masyarakat apalagi ditengah wabah covid-19 yang sedang melanda Indonesia sampai saat ini, untuk itulah pola pengelolaan dalam segala hal seperti pelayanannya harus profesional.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin meneliti dan mengkaji secara teoritis dan praktis mengenai manajemen pelayanan BMT dalam menarik minat nasabah di masa covid-19. Oleh karena itu, penulis mengangkat karya ilmiah yang berjudul “**Analisis Strategi Pelayanan BMT Maslahah Dalam Menarik Minat Nasabah Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus BMT Maslahah Cabang Gondangwetan Pasuruan)**”.

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Kepala cabang BMT Maslahah cabang Gondangwetan Bapak Masyhuri pada tanggal 04 april 2021 pukul 11.00 WIB

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Pelayanan BMT Masalah Dalam Menarik Minat Nasabah Di Masa Pandemi Covid-19?

## **C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelesaikan tugas akhir yakni skripsi. Selain itu, tujuan lain dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan BMT Masalah dalam menarik minat nasabah di masa pandemi covid-19.

### **2. Kegunaan Penelitian**

#### **a. Bagi Peneliti**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bertambahnya pengetahuan dalam bidang keilmuan dan kepenulisan. Selain itu juga sebagai motivasi awal penulis dalam membuat karya tulis ilmiah.

#### **b. Bagi Pembaca**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan para pembaca dapat mengetahui lebih dalam mengenai strategi pelayanan BMT Masalah cabang Gondangwetan di masa pandemi covid-19.

#### **c. Bagi Universitas**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan tambahan referensi ilmiah yang terpercaya dan dapat dipertanggungjawabkan dalam bidang studi ekonomi, khususnya studi ekonomi syariah.

d. Bagi Instansi

Dapat dipergunakan sebagai bahan referensi dan evaluasi dalam meningkatkan praktek strategi pelayanan BMT Masalahah dalam menarik minat nasabah di masa pandemi covid-19.

#### **D. KAJIAN PUSTAKA**

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menggali penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan model strategi manajemen pelayanan BMT dalam menarik minat nasabah. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya duplikasi dan juga untuk memperoleh teori yang nantinya dapat digunakan. Diantaranya adalah:

1. Penelitian Nani Fitriani 2018, jurusan Perbankan Syariah (PBS), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Bank dalam Menarik Minat Nasabah pada Investasi Mudharabah BPRS Aman Syariah Sekampung” dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Nani Fitriani dapat diambil kesimpulan bahwa strategi bank yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah investasi mudharabah pada BPRS Aman Syariah. Strategi BPRS Aman Syariah menggunakan strategi pemasaran dengan promosi melalui penyebaran brosur bagi nasabah BPRS Aman Syariah. Selain itu, BPRS Aman Syariah juga mengikuti kemajuan teknologi sehingga promosi juga dilakukan melalui media social sehingga lebih luas dalam menarik minat nasabah maupun calon nasabahnya, dan menggunakan strategi pelayanan, dan memberikan imbalan

kompetensi yang sesuai dengan porsinya. Selain itu, BPRS Aman Syariah menggunakan bauran pemasaran (Marketing Mix) dimana BPRS Aman Syariah menggunakan bauran 7P yang merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan antara harga, produk, promosi, distribusi, orang, bukti fisik dan proses. Sehingga dengan strategi tersebut maka dapat menarik minat dan dapat meningkatkan nasabah investasi mudharabah pada BPRS Aman Syariah.

2. Penelitian Heni Faridanti Auni 2021, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dalam skripsinya yang berjudul “Penyelesaian Kredit Macet Macet Pembiayaan Murabahah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di BPRS Khasanah UMMAT Purwokerto dari penelitian yang dilakukan oleh Heni Faridanti Auni menyimpulkan bahwa Praktik pembiayaan murabahah di BPRS Khasanah Ummat Purwokerto sebelum pandemi covid-19 dan saat pandemi covid-19 tidak ada perubahan atau perbedaan dalam persyaratan maupun besar kecilnya pembiayaan. Namun semenjak pandemi covid-19 pihak BPRS Khasanah Ummat Purwokerto lebih selektif terhadap nasabah yang akan melakukan pembiayaan murabahah. Penyelesaian kredit macet dalam pembiayaan murabahah di BPRS Khasanah Ummat Purwokerto ada 3 penyelesaian yaitu rescheduling, reconditioning, restructuring. Dimana pihak nasabah mengajukan permohonan kepada pihak BPRS Khasanah Ummat Purwokerto. Lalu pihak BPRS memberikan solusi melalui proses revitalisasi yang dilakukan dengan cara rescheduling dianggap sangat efektif dikarenakan nasabah dapat langsung merasakan kebijakan tersebut.
3. Penelitian Arum Sekar Sari Dewi 2019 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SLATIGA dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah di BMT Insan Mandiri Gemolong

Sragen” dari penelitian yang dilakukan oleh Arm Sekar Sari Dewi menyimpulkan bahwa strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah adalah ketekunan, pelayanan, ramah, sebar brosur, kemukakan kelebihan, menjelaskan produk, keluarga, saudara, tetangga, teman baru atau lama, masyarakat, sekolahan, lewat social media, antar jemput buku tabungan antar sekolah dan memasang spanduk di jalan. Kemudian kendala yang ditemukan adalah saingan, pihak pasar yang tidak mau jika buku tabungan diprint dan minta tulis tangan, kurang dipercaya oleh masyarakat, kurangnya pengetahuan tentang BMT dan minimnya inovasi produk dibagian pemasaran. Faktor pendukung upaya meningkatkan jumlah nasabah yaitu terletak pada tingkat kepercayaan, program dari manajemen, lokasi yang strategis, pelayanan yang baik dari BMT Insan Mandiri dan SDM yang berkualitas.

4. Penelitian oleh Feri Hardiyanto 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam INSTITUT AGAMA ISLAM BUNGA CIREBON dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Marketing Syariah dalam Menghadapi Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Toko Arpi Hijab Kuningan)” dari penelitian yang dilakukan oleh Feri Hardiyanto menyimpulkan bahwa dalam hal ini Toko Arpi memiliki beberapa kendala yang menjadikan sulit untuk mengantarkan pesanan kepada para pelanggannya. Semenjak terjadinya pandemic Covid-19 ini pemerintah mulai membuat peraturan tentang *social distancing* untuk menghindari kontak langsung dengan pelanggan dan peraturan system berskala besar yang membatasi waktu keluar rumah. Hasilnya toko Arpi dalam hal ini pengiriman barang kepada pelanggan menggunakan jasa ekspedisi yang dalam pengantaran jarak dekat cukup memakan waktu.

#### **E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka peneliti perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

## **BAB I**

Pendahuluan, dalam Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian skripsi, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori, tinjauan pustaka, metode penelitian, metode analisis data dan sistematika penulisan skripsi.

## **BAB II**

Kajian teoritis, membahas mengenai berbagai topik yang relevan dengan penelitian ini, berasal dari studi pustaka, literatur-literatur, artikel internet dan bacaan yang lainnya. Dalam bab ini peneliti akan membahas tentang definisi strategi pelayanan, beserta definisi BMT dan juga Covid-19

## **BAB III**

Metode penelitian, dalam Bab ini dibahas mengenai metode-metode yang dipakai peneliti dalam mencari jawaban atas permasalahan penelitian tersebut, metode yang dipakai harus tepat agar permasalahan dapat terjawab dengan baik dan benar. Metode-metode penelitian ini diantaranya wilayah penelitian, jenis penelitian, sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan.

## **BAB IV**

Hasil penelitian dan pembahasan, dalam pembahasan ini terdapat dua unsur, yaitu: hasil penelitian dan analisis hasil penelitian. Bab ini membahas objek penelitian selangkah komprehensif. Berisi data-data objek penelitian yang mencakup data umum maupun data khusus.

## **BAB V**

Penutup, merupakan Bab terakhir dari keseluruhan penelitian skripsi ini, yang didalamnya mencakup tentang kesimpulan dan saran-saran.