

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian syariah di Indonesia terus berkembang. Hal itu dapat dibuktikan dengan berdirinya berbagai lembaga keuangan syariah. Perkembangan perekonomian syariah dari tahun ke tahun memang memiliki *trend* yang amat positif, indikator yang paling terlihat adalah semakin banyaknya Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang berdiri dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia.<sup>1</sup> Lembaga keuangan syariah merupakan badan hukum yang bergerak dibidang jasa keuangan sebagai perantara yang menghubungkan pihak pemilik dana dan pihak yang kekurangan dan membutuhkan dana dengan teknik operasionalnya secara syariah. Ekonomi Islam bertujuan mewujudkan tingkat pertumbuhan ekonomi jangka panjang dan memaksimalkan kesejahteraan manusia.<sup>2</sup> Sistem lembaga keuangan syariah berbeda dengan lembaga keuangan konvensional yaitu lembaga keuangan syariah tidak melakukan kegiatan-kegiatan ekonomi yang dilarang dalam agama Islam misalnya larangan riba (bunga). Larangan riba terletak pada surat al-Baqarah ayat 278-279, ayat dan terjemahannya dikutip sebagai berikut:


 يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ  
 فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ <sup>ط</sup> وَإِن تَبَتُّمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ  
 أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلُمُونَ وَلَا تَظْلَمُونَ 

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu

<sup>1</sup> Achmad Hendra Setiawan, “Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Dalam Penyaluran Kredit Mikro Menurut Referensi Usaha Mikro Di Kota Semarang,” *DJEB* 14, no 1 (2017): 2.

<sup>2</sup> Ahmad Supriyadi, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Kudus: STAIN Kudus, 2008), 2.

pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.”<sup>3</sup>

Lembaga keuangan syariah dibedakan menjadi dua, yaitu lembaga keuangan depositori syariah (*depository financial institution syariah*) yang disebut lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan syariah non depositori (*non depository financial institution syariah*) yang disebut lembaga keuangan syariah non bank. Lembaga keuangan depositori (bank) syariah menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan tabungan (*wadi'ah, mudhorobah*), deposito (*mudhorobah*), dan giro (*wadi'ah*) yang diterima dari penabung (*surplus units*).

Lembaga keuangan syariah non depositori (bukan bank) dikelompokkan menjadi tiga bagian, antara lain bersifat kontraktual, misalnya perusahaan asuransi syariah dan dana pensiun syariah. Kedua yaitu lembaga keuangan investasi syariah yaitu lembaga investasi di pasar uang syariah dan pasar modal syariah misalnya reksadana syariah. Ketiga yaitu tidak termasuk dalam kelompok kontraktual dan investasi syariah, misalnya pegadaian syariah, Baitul Mal wa Tamwil (BMT), Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS), koperasi pesantren (kopentren), perusahaan model ventura syariah dan perusahaan pembiayaan syariah yang menawarkan jasa sewa guna usaha (*leasing*), kartu kredit (*credit card*), pembiayaan konsumen dan anjak piutang.<sup>4</sup>

Dampak dari semakin banyaknya lembaga keuangan syariah (LKS) jelas sangat berpengaruh terhadap perekonomian, hal tersebut diperkuat dengan dukungan pemerintah yang telah memfokuskan dan berupaya untuk mengoptimalkan ekonomi Islam/syariah. Perkembangan lembaga keuangan syariah memang sedang pada puncaknya, begitu banyak lembaga keuangan syariah yang sudah berjalan dan tanggapan masyarakat juga amat positif.<sup>5</sup>

Salah satu lembaga keuangan syariah yang banyak diminati oleh masyarakat dan memiliki *trend* yang positif adalah *Baitul Maal WaTamwil* (BMT). Prinsip BMT yang mirip dengan koperasi membuat BMT banyak diminati oleh masyarakat, dalam melakukan

---

<sup>3</sup> Alquran, Al-baqarah ayat 278-279, *Alhidayah al-qur'an tafsir perkata tajwid kode angka*, (Banten: Departemen Agama RI, Kalim, 2011), 48.

<sup>4</sup> Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta Timur: Zikrul Hakim, 2008), 5-6.

<sup>5</sup> Asti Miftahlia, Ummu S, Dan Eko Kurnia P, Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Untuk Menabung Di KSPPS BMT Amanah Usaha Mulia (Aulia) Magelang, *Prosiding Business And Economics Conference In Utilizing Of Modern Technology, Febebeficum: 373*.

transaksi keuangannya BMT banyak mengadopsi prinsip-prinsip syariah yang dikolaborasikan dengan prinsip koperasi sehingga keunggulan lembaga keuangan non bank ini menjadi lebih banyak. Selain itu yang paling menonjol adalah mudahnya melakukan transaksi karena persyaratan-persyaratan untuk menjadi nasabah BMT atau tepatnya anggota BMT mudah dipenuhi dan dapat menjangkau semua kalangan.<sup>6</sup>

Lembaga keuangan syariah yang berbentuk koperasi disebut *Baitul Mal wa Tamwil* (BMT) merupakan balai usaha mandiri terpadu yang kegiatannya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil-bawah berdasarkan prinsip syariah dan koperasi.<sup>7</sup> Selain itu BMT juga merupakan sarana pengelolaan dana umat, dari umat oleh umat dan kembali untuk kemaslahatan bersama umat (demokratisasi ekonomi) berdasarkan prinsip-prinsip Islam.<sup>8</sup>

Pendirian BMT dapat didirikan dan dikembangkan oleh masyarakat, terutama pada awal pendiriannya biasanya menggunakan sumber daya termasuk dana atau modal dari masyarakat itu sendiri. Pendirian BMT pada masyarakat memiliki tujuan mengenalkan lembaga keuangan syariah pada masyarakat menengah dan kecil. BMT hadir untuk memberdayakan ekonomi masyarakat kecil sesuai dengan prinsip syariah Islam, yaitu dengan sistem bagi hasil bukan menggunakan sistem bunga, dengan prinsip tersebut BMT berfungsi sebagai lembaga keuangan syariah bagi masyarakat untuk menjadi penghubung antara penabung dan pengusaha yang membutuhkan dana sebagai modal usahanya.

Persepsi masyarakat dengan adanya BMT berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya. Keberadaan BMT mendapatkan respon positif di kalangan masyarakat terutama pada masyarakat muslim karena BMT dapat membantu perekonomian umat yang sesuai dengan prinsip Islam. Masyarakat yang menerima adanya BMT biasanya pada kalangan menengah kebawah, salah satu alasan kurangnya pengetahuan tentang lembaga keuangan dan mereka menganggap bahwa pendidikan yang rendah merasa sulit untuk bisa bekerja sama dengan pihak lembaga keuangan. Peran BMT dikalangan masyarakat berfungsi sebagai pembantu nasabah untuk

---

<sup>6</sup> Mashuri, Peran Baitul Maal Wa Tamwil Dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat, *Republika.co.id*, 2015, 115.

<sup>7</sup> Nurul Huda, dkk., *Baitul Mal wa Tamwil*, (Jakarta: Amzah, 2016), 35.

<sup>8</sup> Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta Timur: Zikrul Hakim, 2008), 63.

mudah bekerja sama dengan lembaga keuangan yang dapat membantu dalam melakukan aktivitas ekonomi syariah terutama dalam pengembangan usaha. BMT diharapkan mampu menjadi alternatif untuk mencapai kesejahteraan masyarakat.

Hubungan kerjasama BMT dengan masyarakat perlu dijalin dengan adanya kepercayaan. Kepercayaan secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan suatu hubungan antara lembaga keuangan dan nasabah. Tanpa adanya kepercayaan suatu hubungan tidak akan bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Kepercayaan menjadi faktor penting dalam membangun komitmen antara perusahaan dan pelanggan.<sup>9</sup> Kepercayaan tersebut hadir secara dua arah. Nasabah membutuhkan kepercayaan yang diberikan BMT agar dapat memperoleh pinjaman. Sebaliknya, untuk tumbuh dan berkembang, BMT membutuhkan kepercayaan dari calon nasabah. Dengan adanya perkembangan tersebut, maka BMT banyak tersebar di setiap daerah.<sup>10</sup>

Dilihat dari banyaknya BMT dan koperasi yang tersebar di seluruh wilayah Demak baik di perkotaan ataupun perdesaan tidak bisa menghindari yang namanya persaingan antar BMT untuk mencari anggota atau nasabah. Di antaranya KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE yang merupakan BMT yang sama melakukan kegiatan usaha jasa keuangan di kota Demak. KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE berbeda lokasi yaitu KSU BMT As Salam yang berlokasi di desa-desa dan KSPPS MADE yang berlokasi di tengah-tengah kota. Kondisi persaingan tersebut menjadikan KSU BMT As Salam Demak mendirikan BMT di desa-desa dengan pemikiran untuk mensejahterakan masyarakat desa untuk membuktikan perekonomian di desa juga bisa bersaing dengan perekonomian di kota, khususnya untuk daerah Demak sendiri karena BMT pada umumnya didirikan ditengah kota yang dapat diketahui dan dikenal banyak masyarakat dan mudah dijangkau oleh nasabah seperti KSPPS MADE.

Lokasi KSPPS MADE yang berada di perkotaan membuat masyarakat atau nasabah lebih mudah dalam menjangkau, memiliki 6 cabang yang berada di Kecamatan Demak, Kecamatan Karanganyar, Kecamatan Gajah Kecamatan Dempet, Kecamatan Guntur,

---

<sup>9</sup> Mahmudatus Sa'diyah dan Nur Aziroh, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus," *EQUILIBRIUM* 1, no. 1 (2013): 122.

<sup>10</sup> Meliana Utami, Tati Handayani, Dan Pusporini, " Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah," *Conference On Islamic Managemet Accounting And Ecomonics* 2, (2019): 171.

Kecamatan Wonosalam, serta kantor pusat yang berada di Kota Demak membuat masyarakat memiliki banyak akses dalam melakukan transaksi dengan KSPPS MADE. Sedangkan untuk lokasi KSU BMT As Salam berada di daerah pedalaman yang tidak jauh dari pemukiman masyarakat, berpusat di Kecamatan Kebonagung KSU BMT As Salam memiliki 6 cabang yang berada di desa Mangunrejo tepat di lantai satu dari KSU BMT As Salam pusat yang berada di lantai dua, selain itu 5 kantor cabang lainnya berada di Desa Kramat Kecamatan Dempet, Desa Srimulyo Kecamatan Kebonagung, Desa Sambong Kecamatan Godong, Desa Baleromo Kecamatan Dempet, dan Desa Babat Kecamatan Kebonagung.

Berdasarkan data statistika KSPPS MADE dan KSU BMT As Salam terdapat perbandingan jumlah anggota atau penyimpan sebagai berikut:

<b>Tahun</b>	<b>KSPPS MADE</b>	<b>KSU BMT As Salam</b>
2017	7.873	7.020
2018	8.169	7.210
2019	8.745	7.460
2020	9.282	8.906

Data yang telah tercantum merupakan rangkuman dari total anggota yang melakukan penyimpanan atau menabung di KSPPS MADE dan KSU BMT As Salam. Berdasarkan data tersebut menunjukkan terdapat kenaikan jumlah anggota yang terjadi pada setiap tahunnya. KSPPS MADE dengan kurun waktu empat tahun terakhir mampu menunjukkan kenaikan sebesar 1.409 nasabah. Begitu pula dengan KSU BMT As Salam dengan kurun waktu yang sama mampu meraih kenaikan nasabah sebesar 670 nasabah. Hal ini menunjukkan kedua lembaga keuangan syariah tersebut memiliki perkembangan yang cukup pesat dan mampu mempertahankan eksistensinya di masyarakat.

Reputasi mempunyai peran yang penting dalam menciptakan kepercayaan konsumen atau dalam lembaga keuangan syariah mampu membangun kepercayaan nasabah. Reputasi mampu berperan sebagai mediator yang menjembatani pengaruh tingkat kepercayaan, mengingat secara tidak langsung upaya meningkatkan reputasi dengan kompetensi, kredibilitas dan nama baik secara berkelanjutan mampu

memberikan nilai tambah kepercayaan pihak lain terhadap suatu organisasi.<sup>11</sup>

*Service excellence* atau pelayanan yang terbaik merupakan harapan yang mampu diberikan perlindungan kepada pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dan menjadi standar dalam perusahaan, tidak terkecuali lembaga keuangan syariah yang berusaha memberikan pelayanan terbaik untuk anggota dan nasabah. Pelayanan yang baik bukan hanya membuat pelanggan puas terhadap perusahaan melainkan mampu meningkatkan loyalitas dan kepercayaan yang dalam hal ini menjadi konsep penting perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya.<sup>12</sup> *Service excellence* dengan *image* yang baik akan dikenal sebagai perusahaan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan.<sup>13</sup>

*Syariah marketing* diperlukan untuk kelancaran dan keberlangsungan lembaga keuangan. Penelitian sebelumnya menyebutkan *syariah marketing* sebuah strategi bisnis yang mampu menciptakan, menawarkan, dan memberikan perubahan value dari satu inisiator kepada *stakeholder* yang dalam prosedurnya sesuai dengan prinsip bisnis islam. Penerapan *syariah marketing* dengan tepat mampu mewujudkan tujuan perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan dari pihak lain atau dalam lembaga keuangan mampu menciptakan kepercayaan nasabah.<sup>14</sup>

Tingkat kepercayaan persepektif Islam mampu dinilai melalui berbagai dimensi yaitu reputasi, *service excellent*, dan *syariah marketing*. Berdasarkan dimensi tersebut mampu memunculkan indikator dalam penelitian seperti reputasi dengan indikator nama baik, reputasi pesaing, dikenal luas, dan kemudahan diingat. *Service excellent* dengan indikator *realibility* atau kemampuan memberikan pelayanan, *empaty* yaitu kesediaan karyawan dalam memberi perhatian seperti sikap ramah dan peduli, *assurance* yaitu pengetahuan dan kesopanan kepada pelanggan, *responsiveness* yaitu tanggap, dan *tangible* yaitu wujud perusahaan. Sedangkan dimensi syariah

---

<sup>11</sup> Anna Wulandari, "Peran Reputasi Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen", *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen* 14, no 2 (2017): 125.

<sup>12</sup> Zein Bastiar, "Service Excellent Dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan", *Manajerial* 8, No 16 (2010): 64.

<sup>13</sup> Anna Wulandari, "Peran Reputasi Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen", *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen* 14, no 2 (2017): 125.

<sup>14</sup> Tri Atmadi Nugroho, Edy Yulianto, Dan Sunarti, "Pengaruh Syariah Marketing Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Jaksa Agung Suprpto Malang)", *Jurnal Administrasi Bisnis* 42, no 2 (2017): 11.

marketing mampu memunculkan indikator diantaranya teistis yaitu tidak ada keterpaksaan, etis yang meliputi moral dan etika yang diajarkan oleh agama, realistik yaitu fleksibel mengikuti perkembangan zaman sesuai dengan syariat islam, dan humanistik yaitu syariat diciptakan untuk manusia supaya derajat mampu diangkat.<sup>15</sup>

Berdasarkan dimensi dan indikator tersebut maka peneliti melakukan studi tingkat kepercayaan pada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE. Tujuan penelitian ini untuk menemukan ada atau tidaknya perbedaan tingkat kepercayaan pada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE. Berdasarkan permasalahan tersebut diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **PENGARUH REPUTASI, SERVICE EXCELLENCE, DAN SYARIAH MARKETING TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MASYARAKAT PADA KSU BMT AS SALAM DAN KSPPS MADE**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah reputasi, *service excellence* dan *syariah marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada KSU BMT As Salam?
2. Apakah reputasi, *service excellence* dan *syariah marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada KSPPS MADE?
3. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat kepercayaan pada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi, *service excellence* dan *syariah marketing* terhadap kepercayaan pada KSU BMT As Salam.

---

<sup>15</sup> Ummu Naqiyatin, “Studi Komparasi Manajemen Pwlayanan: Persepsi Masyarakat Guluk-Guluk Sumenep Terhadap Lembaga Perbankan Syariah Dan Lembaga Keuangan Syariah Non Bank,” *Oeconoicus Jurnal Of Economics* 2 no. 1 (2017): 63.

2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi, *service excellence* dan *syariah marketing* terhadap kepercayaan pada KSPPS MADE
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan tingkat kepercayaan masyarakat pada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE.

#### D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak. Manfaat yang diharapkan adalah :

##### 1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah khazanah keilmuan tentang reputasi, *service excellence* dan *syariah marketing* pada lembaga keuangan syariah.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk perbaikan dan pembenahan kedepannya mengenai kepercayaan masyarakat pada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE.
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh pihak KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE untuk mengambil kebijakan dalam memberikan kepercayaan pada masyarakat sekitar.

#### E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal dimaksudkan untuk memudahkan dalam memahami keseluruhan isi dari proposal ini, penulis akan mendeskripsikan sistematika penulisan sebagai berikut :

##### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

##### **BAB II : Landasan Teori**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan masyarakat pada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE yang meliputi reputasi, *service excellence*, *syariah marketing*, pandangan islam tentang tingkat kepercayaan nasabah, BMT, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

##### **BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan, *setting* penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi

operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

**BAB IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian, gambaran objek penelitian antara KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE, dan analisis data penelitian

**BAB V : Penutup**

Bab ini berisi tentang simpulan dan saran yang disampaikan penulis kepada KSU BMT As Salam dan KSPPS MADE dan peneliti yang selanjutnya.

