

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Sampai saat ini dunia sedang mengalami fenomena yang luar biasa tak terkecuali negeri kita Indonesia, fenomena tersebut adalah pandemi *coronavirus disease (Covid-19)*. Virus ini pertama kali terdeteksi di China.¹

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) memiliki peran di dalam membantu pengembangan UMKM di Indonesia, yaitu melalui penyaluran pembiayaan untuk kemudahan usaha. Dengan mayoritas akad yang digunakan ialah akad murabahah yang menawarkan tanpa unsur riba diharapkan masyarakat mendapatkan manfaat keadilan.

Pengembalian modal usaha dan bagi hasil dengan akad murabahah didasarkan pada keberjalanan usaha nasabah. BMT tidak hanya memberikan akses permodalan. Namun berperan aktif dalam pembinaan dan pembimbingan kegiatan UMKM karena BMT memiliki fungsi sosial dan memposisikan nasabah sebagai mitra usaha, bukan orang yang hanya berhutang.²

Pandemi virus *Covid-19* hingga saat ini masih menyebar dan berdampak pada pelbagai sektor. Seperti sektor lembaga keuangan mikro syari'ah seperti *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT), dari 326 BMT yang tergabung dalam PBMT

¹ Nafilah Sri Sagita, "Misteri Asal-usul Covid-19 Setahun Sejak Pasien Pertama Ditemukan di Wuhan", <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5282100/misteri-asal-usul-covid-19-setahun-sejak-pasien-pertama-ditemukan-di-wuhan>, 04 Desember 2020, diakses tanggal 17 Februari 2021.

² Purbayu Bs dkk., "Inovasi Kebijakan Intermediasi Lkms Terhadap Umkm Dengan Pendekatan Prinsip Pembiayaan," *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*, 2020, h. 15

(Permodalan BMT) terjadi permasalahan penyaluran yang terhambat atau pembiayaan, serta muncul permasalahan likuiditas karena wabah *Covid-19*. Laporan Badan Pusat Statistik (BPS) di bulan agustus 2020 menyebutkan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II minus 5,32 % yang sebelumnya pada kuartal I tumbuh sebesar 2,97 %, turun jauh dari pertumbuhan 5.02% pada periode yang sama pada tahun 2019. Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati, memproyeksikan bahwa perekonomian Indonesia pada kuartal III akan mengalami kontraksi minus 2,9% hingga 1.1%. Hal ini mengidentifikasi bahwa Indonesia akan masuk pada jurang resesi ekonomi.³

Seperti yang kita pahami bahwa BMT yang merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syari'ah, adalah lembaga keuangan yang melayani pembiayaan kredit dengan skala kecil.⁴ Dampak yang dihadapi bank-bank saat pandemi seperti ini, diantaranya risiko kredit, risiko pasar, risiko operasional dan risiko loyalitas Nasabah. Karena Loyalitas anggota nasabah adalah hal yang mutlak bagi suatu bank yang menginginkan tetap eksis dalam usahanya.

Menurut *Griffin* dalam teori loyalitasnya menjelaskan bahwa nasabah dapat dikatakan memiliki loyalitas kepada perusahaan apabila telah memenuhi empat kategori yaitu, Melakukan pembelian secara tertatur (*Makes regular repeat purchases*); Membeli diluar lini produk/jasa (*Purchases across product and service lines*); Merekomendasikan produk lain (*Refers other*); Menunjukkan

³ Lukmanul Hakim et al., "Analisa Keberlanjutan Bmt Dalam Pademi Covid 19 Berbasis Bisnis Model Dan Pemilihan Pelayanan Anggota Pembiayaan," *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 01, no. 01 (2021), h. 19

⁴ Aldi, "Ancaman Krisis di Sektor Keuangan Mikro Syari'ah", [https://knks.go.id/berita/235/ancaman-krisis-disektor-keuangan-mikro syari'ah?category=1](https://knks.go.id/berita/235/ancaman-krisis-disektor-keuangan-mikro-syari'ah?category=1), 17 April 2020, diakses tanggal 17 Februari 2021.

kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*).⁵

Mencari anggota nasabah baru adalah hal yang sulit, namun jauh lebih sulit adalah mempertahankan anggota nasabah lama, memperebutkan loyalitas dari anggota nasabah merupakan kunci yang paling penting untuk memenangkan persaingan. Loyalitas anggota nasabah merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan. Anggota nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk perbankan yang dikonsumsinya.

Salah satu faktor yang membuat anggota nasabah BMT Kediri tetap loyal adalah karena para anggota merasa aman dan mudah ketika melakukan pinjaman dan menabung dan juga masyarakat desa yang tidak mau berbelit-belit. Hal tersebut dikatakan oleh salah satu anggota nasabah BMT Kediri selama 20 tahun.⁶

BMT terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul Maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti zakat, infak, dan sedekah. Sedangkan *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.⁷

Lahirnya lembaga keuangan syari'ah termasuk "*Baitul Maal Wat Tamwil*" yang biasa disebut dengan BMT, pada dasarnya dilatarbelakangi oleh pelarangan riba secara tegas dalam Al-Quran. Karena sebagian besar umat Islam

⁵ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* (CV. Alfabeta Bandung, 2015), h. 176

⁶ Wawancara, Maritin, nasabah BMT Kediri, 21 Juni 2021

⁷ Veithzal Rivai, *Financial Institution Management: Manajemen Kelembagaan Keuangan*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2017), h. 609.

yang hati-hati dalam menjalankan perintah dan ajaran agamanya menolak menjalin hubungan bisnis dengan perbankan konvensional yang beroperasi dengan sistem bunga.⁸

Baitul Maal Wat Tamwil merupakan lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip syari'ah yang memiliki fungsi untuk memberdayakan ekonomi umat, dan memiliki fungsi sosial dengan turut pula sebagai institusi yang mengelola dana zakat, infak, dan sedekah.⁹

Adanya *Baitul Maal wat Tamwil* diharapkan dapat mempermudah masyarakat dalam menghimpun dana ataupun dalam pencairan dana. Karena mengingat BMT beroperasi dalam usaha mikro. Pada saat ini, tidaklah sulit untuk menemukan *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) baik di pedesaan maupun perkotaan, ditengah lingkungan masyarakat maupun dilingkungan pasar. Bahkan tidak jarang, dalam satu lingkungan terdapat beberapa *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) yang berdampingan.

BMT Rahmat Syari'ah merupakan salah satu dari sekian banyak lembaga keuangan mikro syari'ah di indonesia yang berdiri pada tanggal 01 agustus 2003. Dengan tujuan untuk membantu dalam peningkatan taraf hidup masyarakat khususnya dalam bidang perekonomian.¹⁰ Sebagai sebuah lembaga keuangan syari'ah yang tengah berkembang, BMT Rahmat Syari'ah tentunya tidak terlepas dari ketatnya persaingan antar lembaga keuangan yang lainnya. Tidaklah hanya persaingan antar sesama BMT saja, melainkan dengan lembaga

⁸ Makhalul Ilmi, *Teori & Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syari'ah* (Yogyakarta: UII Press 2016), h. 53.

⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syari'ah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2016) h. 317.

¹⁰ Dokumen BMT Rahmat Syari'ah Kediri, diperoleh tanggal 09 Februari 2021.

keuangan mikro lainnya seperti Bank Umum Syari'ah dan Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS).

BMT Rahmat Syari'ah harus mampu mengikuti perubahan yang terjadi baik di dalam maupun di luar perusahaan. Meskipun mengikuti perubahan tidak mudah, tapi perusahaan lembaga keuangan harus mampu menyesuaikan demi keberlanjutan dan kemajuan perusahaan.

Terlebih lagi pada masa pandemi *Covid-19* ini, banyak hal pihak dirugikan yang sangat terasa dampaknya pada kegiatan ekonomi dimana didalamnya banyak kegiatan ekonomi yang terganggu dan berakibat ke semua badan atau lembaga perekonomian.

Krisis pada sektor perbankan kian bertambah, oleh karena itu suplai dana tunai yang tersedia di perbankan akan menurun. Sementara itu, bank tetap harus melunasi biaya operasional dan melunasi nisbah bagi hasil kepada pemilik dana pihak ketiga, sehingga menyebabkan penurunan pendanaan pada bank konvensional maupun bank syari'ah.¹¹

Pada masa pandemi *Covid-19* ini, mengharuskan BMT Rahmat Syari'ah sangat jeli dalam menetapkan suatu strategi yang tepat demi mempertahankan loyalitas para anggota nasabahnya, eksistensi, keberlanjutan dan kemajuan

Dari permasalahan diatas, penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana bentuk dan strategi menjaga loyalitas dengan judul “Strategi Menjaga Loyalitas Anggota Pada Masa Pandemi *Covid-19* (Studi Kasus di *Baitul Maal Wat Tamwil* Rahmat Syari'ah Semen Kediri)

¹¹ Hanoatubun Silpa, “Dampak *Covid-19* Terhadap Perekonomian Indonesia.” *Jurnal Pendidikan, Psikologi, dan Konseling*, Vol. 2, No. 1 (April 2020), h. 147.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian tersebut, maka fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi BMT Rahmat Syari'ah Kediri menjaga loyalitas anggota pada masa pandemi *Covid-19*?
2. Bagaimana bentuk-bentuk loyalitas para anggota di BMT Rahmat Syari'ah Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami bagaimana strategi BMT Rahmat Syari'ah Kediri menjaga loyalitas anggota pada masa pandemi *Covid-19*
2. Untuk mengetahui bentuk-bentuk loyalitas anggota BMT Rahmat Syari'ah Kediri

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan fokus dan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat atau kegunaan dalam pendidikan madrasah pesantren. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini penting untuk menambah wawasan mengenai strategi yang dilakukan BMT Rahmat Syari'ah Kediri untuk menjaga loyalitas

anggotanya, dan juga dapat dikembangkan bagi peneliti lain untuk meneliti masalah yang sama dan dijadikan sebagai bahan pembelajaran yang berguna.

2. Bagi lembaga yang diteliti

Memahami bagaimana strategi terutama dalam menjaga loyalitas anggotanya. Sehingga dengan strategi yang tepat akan membantu eksistensi BMT Rahmat Syari'ah Kediri dan agar hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam memaikan strategi untuk menjaga loyalitas anggota.

3. Bagi anggota BMT Rahmat Syari'ah Kediri

Agar lebih dapat mengembangkan strategi dalam menjaga loyalitas nasabah dan menjadi evaluasi dikemudian hari.

4. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan wawasan dan pengetahuan dalam bidang ekonomi Islam khususnya yang ada kaitannya dengan loyalitas anggota.

E. Definisi Operasional

Agar penelitian ini mengarah pada fokus penelitan. Maka peneliti merasa perlu mendefinisikan istilah-istilah yang dioperasikan dalam penelitian kali ini sebagai berikut:

1. Strategi BMT

Strategi BMT adalah lebih mengutamakan terhadap modal karena faktor terpenting dalam perkembangan dan kemajuan BMT sekaligus dapat digunakan

untuk menjaga kemungkinan terjadinya resiko kerugian atas investasi pada aktiva, yang pada akhirnya untuk menjaga kepercayaan atau loyalitas masyarakat, sehingga modal harus simultan dibarengi dengan pertimbangan resiko yang mungkin timbul guna melindungi kepentingan para pemilik dana.¹²

Dapat dipahami bahwasannya strategi BMT yang mengutamakan peran modal merupakan suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi atau lembaga tersebut dalam jangka panjang.

2. Loyalitas Anggota

Loyalitas adalah suatu komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali dengan produk atau pelayanan yang terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang. Loyalitas merupakan wujud dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih.¹³

Dari definisi diatas dapat dipahami bahwasannya loyalitas anggota adalah komitmen untuk terus dan selalu melaksanakan pembelian ulang secara konsisten dari waktu ke waktu. Dengan adanya pembelian seperti itu, anggota yang sudah lama akan merekomendasikan apapun produk dan jasa kepada orang lain karena merasa puas.

¹² Solihin, "Manajemen Permodalan Bmt (Baitul Maalwat Tamwil) Di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Lentera, Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi* 19, no. 01 (March 2020), h. 133

¹³ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2018), h.128.

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian dari Edi Suyanto yang berjudul *“Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Etos Kerja Pedagang Sate Ikan Tanjung dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen (Study Kasus di Desa Tanjung Kecamatan Tanjung KLU)”*.¹⁴

Di dalam penelitiannya, Edi Suyanto memfokuskan penelitiannya tentang pentingnya etos kerja pada pengusaha atau pedagang sate ikan Tanjung sehingga bisa meningkatkan konsumen. Dilihat dari hasil penelitian di atas persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang loyalitas, sedangkan perbedaannya adalah etos kerja dalam penjualan sate ikan tanjung yang dapat meningkatkan loyalitas konsumennya sementara yang peneliti tulis adalah strategi BMT Rahmat Syari'ah Kediri dalam menjaga loyalitas anggota nasabah.

2. Rohmiani, *“Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mudlârabah Untuk Meningkatkan Jumlah Anggota nasabah Di BMT Mandiri Syari'ah Gerung Lombok Barat”*.¹⁵

Rohmiani memfokuskan penelitiannya tentang strategi pemasaran produk pembiayaan mudlârabah untuk meningkatkan jumlah anggota nasabah, strategi yang digunakan untuk memasarkan produknya khususnya produk pembiayaan mudlârabah seperti melakukan sosialisasi atau promosi,

¹⁴ Edi Suyanto, *“Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Etos Kerja Pedagang Sate Ikan Tanjung dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen (Study Kasus di Desa Tanjung Kecamatan Tanjung KLU)”* (Tesis, Program Pascasarjana IAIN Mataram, Mataram 2016). h. 44.

¹⁵ Rohmiani, *“Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mudlârabah Untuk Meningkatkan Jumlah Anggota nasabah Di BMT Mandiri Syari'ah Gerung Lombok Barat”*, *Journal of economic islam*, Vol. X, 4 (Desember, 2017), h. 51.

melakukan pendekatan dan memberikan penjelasan tentang produk pembiayaan mudlârabah itu sendiri sehingga jumlah anggota nasabahnya dari tahun ketahun dapat meningkat.

Menelaah penelitian yang ditulis oleh rohmiani, peneliti menemukan adanya relevansi yang sama dalam membahas tentang strategi, dalam penelitiannya penulis membahas tentang strategi pemasaran produk pembiayaan mudlârabah untuk meningkatkan jumlah anggota nasabah di BMT baik dengan melakukan strategi sosialisasi ke anggota karena pengetahuan anggota mengenai produk yang dijalankan oleh BMT tersebut masih kurang, khususnya produk pembiayaan mudlârabah.

3. Siti Iroh Masruroh jurusan Muamalat UIN Syarif Hidayatullah yang melakukan penelitian tentang “*Strategi Pemasaran Simpanan Haji Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota nasabah*”

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, hasilnya yaitu strategi pemasaran yang baik dan khusus agar masyarakat berminat untuk mengambil produk simpanan haji, menggunakan strategi seperti menentukan segmentasi pasar, penentuan target pasar, dan melakukan *positioning*, serta melakukan berbagai macam strategi pemasaran lainnya khususnya produk simpanan haji.¹⁶

4. Penelitian dari Muh Hasan dan Rizky Indah Rahayu dengan judul “*Qadhru Hasan Sebagai Media Dalam Membangun Costumer Loyalty Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah*”.

¹⁶ Siti Iroh Masruroh, “Strategi Pemasaran Simpanan Haji Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota nasabah”. (Tesis, Program Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah, Tangerang Banten, 2017), h. 39.

Tujuan penelitiannya adalah untuk menganalisis dan memahami tentang upaya yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Besuki dalam membangun *customer loyalty* melalui *Qadhru Hasan*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis studi kasus.

Hasil dari penelitiannya menunjukkan, bahwa bahwa *Qadhru Hasan* dalam membangun *customer loyalty* di BMT NU Cabang Besuki melalui strategi yang matang serta memperhatikan kemajuan teknologi agar unggul dalam persaingan dan dapat meningkatkan loyalitas customer, antara lain *present a gift* bagi nasabah, *customer service* yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, dan *visitting customer*. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian penulis dalam segi menjaga loyalitas dan berbeda dalam segi strateginya.¹⁷

5. Penelitian dari Uswatun yang berjudul, "*Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT (Studi Kasus di BMT Al-Iqtishody Pegesangan Mataram)*".¹⁸

Dalam penelitian ini Uswatun Hasanah memfokuskan objek penelitian terhadap kemampuan BMT dalam menerapkan etika bisnis islam yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas anggota karena etika yang baik dalam pelayanan dapat memberikan kepuasan terhadap anggota.

¹⁷ Muh Hamzah dan Rizky Indah Rahayu, "Qadhru Hasan Sebagai Media Dalam Membangun Costumer Loyalty Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah," *JURNAL ISLAM NUSANTARA* 5, no. 1 (16 Juni 2021): 1–11, doi:10.33852/jurnalnu.v5i1.242.

¹⁸ Uswatun Hasanah, "*Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT*" (Studi Kasus di BMT Al- Iqtishody Pegesangan Mataram)". (Skripsi, IAIN Mataram, Mataram 2015).

Mencermati hasil penelitian Uswatun Hasanah tersebut terdapat persamaan dengan peneliti yang penulis teliti yaitu sama-sama meneliti tentang loyalitas anggota, tetapi perbedaan yang cukup mendasar yaitu dalam penelitian diatas membahas masalah pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap loyalitas anggota sedangkan penelitian penulis adalah tentang peran BSM dalam menjaga loyalitas anggota.

Dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya telah cukup banyak dibahas mengenai strategi dan loyalitas. Dari variabel penelitian ada aspek kesamaan secara keseluruhan, namun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah secara khusus membahas mengenai Strategi BMT Rahmat Syari'ah dalam menjaga loyalitas anggotanya, loyalitas menjadi pembeda dalam penelitan ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya sehingga akan memberikan pandangan berbeda dalam operasional BMT Syari'ah.

G.Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang penulis gunakan dalam proposal ini sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan, yang membahas tentang: a) konteks penelitian, b) fokus penelitian, c) tujuan penelitian, d) kegunaan penelitian, e) definisi operasional, f) Penelitian terdahulu, g) Sistematika penulisan.

Bab II: Kajian teori yang membahas tentang: a) Teori dan Pengertian strategi, b) Teori Lembaga Keuangan Islam *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT), c) Teori Loyalitas anggota

Bab III: Metode penelitian, yang membahas tentang: (a) Pendekatan dan Jenis penelitian, b) kehadiran peneliti, c) lokasi penelitian, d) sumber data, e) prosedur pengumpulan data, f) teknik analisis data, g) pengecekan keabsahan data, dan h) tahap-tahap penelitian.

Bab IV: Hasil penelitian dan pembahasan, a) setting penelitian, b) paparan data dan temuan penelitian, yang berisi Bagaimana bentuk-bentuk loyalitas anggota BMT Rahmat Syari'ah Kediri dan bagaimana dalam menjaga loyalitas anggotanya, c) pembahasan penelitian.

Bab V: Penutup, a) kesimpulan b) saran.

