

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan populasi umat muslim terbesar didunia. Dalam catatan *The Pew Forum on Religion & Public Life* pada tahun 2010, persentase Muslim Indonesia mencapai hingga 12,7 persen dari populasi dunia. Dari 205 juta penduduk Indonesia, dilaporkan sedikitnya 88,1 persen beragama Islam. Hal ini dapat diartikan Indonesia merupakan target market yang potensial untuk berkembangnya lembaga keuangan berbasis syariah.

Kesadaran masyarakat di Indonesia akan sistem perbankan syariah pun semakin tumbuh, diikuti pula dengan pertumbuhan lembaga keuangan perbankan syariah dari tahun ke tahun yang mengalami peningkatan secara signifikan. Banyak masyarakat yang menggunakan jasa bank konvensional akhirnya beralih menggunakan jasa perbankan syariah. Hal tersebut mengakibatkan banyak bank-bank konvensional akhirnya bertransformasi atau membuka cabang berbasis syariah Islam.¹

Sistem Ekonomi Islam tidak terlepas dari seluruh sistem ajaran Islam secara integral dan komprehensif. Prinsip dalam bermuamalah tidak bisa terpisahkan dari syariat islam, persoalan muamalah tidak hanya mencakup persoalan ibadah saja melainkan dalam bertransaksi bisnis juga harus sesuai dengan koridor dan tuntunan ajaran islam yang berlandaskan Al – Qur`an dan Hadist, agar didalam prakteknya tidak menyimpang dari ketentuan syariat islam.²

Dalam perkembangan sejarah, perekonomian syariah yang bersih dan bebas bunga di Indonesia telah memasuki tahap pengembangan yang syarat tantangan. Terdapat beberapa kendala kultural dalam penerapannya, kendala

¹ <http://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/15/05/27/noywh5-inilah-10-negara-dengan-populasi-muslim-terbesar-di-dunia>; diakses tanggal 13 April 2017

² Muhammad, *Kebijakan Moneter Dan Fiskal Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Salemba Empat 2002, Hlm 94.

kultural masyarakat Indonesia antara lain kendala simbolisme, khususnya masyarakat Islam baik kalangan praktisi usaha maupun masyarakat umum sering terjebak pada simbolisme dan melupakan aspek substansi dari ajaran syariat Islam. Kepatuhan dan kesesuaian syariah (*syariah compliance*) adalah harapan masyarakat secara umum termasuk dalam bidang ekonomi. Karena keterlibatannya dalam ekonomi syariah berangkat dari aqidah atau ideologi yang akan mengalahkan segala pertimbangan pragmatis, sehingga menjadi potensi yang besar bagi pengembangan ekonomi syariah.

Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan *intermediary* yang pengoprasiaannya menerima dana dari masyarakat yang kelebihan dana dalam bentuk tabungan dan menyalurkannya kepada masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk pembiayaan yang berlandaskan syariat Islam yakni melarang bunga (*riba*), ketidakpastian (*gharar*), dan permainan peluang (*maisir*). Di Indonesia, regulasi mengenai Bank Syari'ah tertuang dalam UU No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syari'ah. Bank syari'ah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syari'ah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syari'ah, Unit Usaha Syari'ah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah(BPRS).³

Perbankan syariah diharapkan turut berkontribusi dalam mendukung transformasi perekonomian pada aktivitas ekonomi produktif, bernilai tambah tinggi dan inklusif, terutama dengan memanfaatkan bonus demografi dan prospek pertumbuhan ekonomi yang tinggi, sehingga peran perbankan syariah dapat terasa signifikan bagi masyarakat.

Semakin besar pertumbuhan perbankan syariah, maka akan semakin banyak masyarakat yang terlayani. Demikian, bertambah pula persaingan kompetisi jasa keuangan syariah yang semakin ketat. karena mulai berlakunya masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) dimana untuk industri perbankan hal ini tertuang dalam ASEAN *Banking Integration Framework* (ABIF). Semakin sengitnya persaingan di industri jasa keuangan akan berpengaruh negatif terhadap kinerja perbankan syariah karena masih

³ UU No.21 Tahun 2008

terkendala beberapa masalah seperti keterbatasan modal, sumber dana, SDM dan TI yang belum mumpuni.⁴

Makin meluasnya jangkauan perbankan syariah menunjukkan peran perbankan syariah makin besar untuk pembangunan ekonomi rakyat di negeri ini. Ketatnya persaingan pada industri perbankan menuntut industri perbankan harus selalu menyesuaikan diri dengan keadaan. Maka strategi dan manajemen yang baik menjadi sebuah keharusan agar industri perbankan mampu bersaing dan memenangkan persaingan.

Saat ini para pelaku bisnis mulai menyadari adanya perubahan orientasi, yaitu mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih penting dibandingkan dengan mencari pelanggan baru. Alasan-alasan yang muncul ialah jika perusahaan mencari pelanggan baru, maka biaya yang digunakan jauh lebih besar dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan lama. Untuk mendapatkan pelanggan baru, perusahaan harus mengeluarkan biaya promosi yang besar dan hasilnya pun belum tentu sesuai dengan harapan manajemen. Sebaliknya usaha-usaha untuk mempertahankan pelanggan lama hanya diperlukan biaya yang relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan biaya promosi. Untuk mempertahankan pelanggan lama salah satunya ialah dengan cara melayani pelanggan lama sebaik mungkin, untuk terus menggunakan produk/jasa bisnis kita.⁵

Dalam hal pelayanan sumber daya manusia (SDM) memainkan peranan penting dalam penyajian produk/ jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Semua sikap dan tindakannya, bahkan cara berpakaian dan penampilannya mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen. Itu berarti *Account Officer* sebagai salah satu sumber daya manusia yang ada pada

⁴ <http://infobanknews.com/tantangan-perbankan-syariah-di-2016>; diakses tanggal 13 April 2017

⁵ Jonathan Sarwono, *Marketing Intelligence*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2011), hlm. 147.

lembaga jasa keuangan harus mempunyai *skill*, sikap, komitmen, dan kemampuan dalam membina hubungan baik dengan konsumen.⁶

Seorang *Account Officer* harus mampu menginformasikan kepada konsumen tentang berbagai produk atau jasa yang dipasarkan secara maksimal. Informasi yang diberikan haruslah akurat, jelas, dan dapat dipahami oleh konsumen sebagai pemakai produk atau jasa bank. Hal ini dapat membangun hubungan emosional yang baik antar pihak bank dengan nasabah. Peranan *Account Officer* sebagai ujung tombak sebuah bank tidak terbatas hanya pada mencari nasabah tetapi juga harus meningkatkan loyalitas nasabah lama agar tetap setia menggunakan produk atau jasa bank.

Loyalitas berasal dari kata *loya* berarti kesetiaan. Secara terminology loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.⁷

Loyalitas nasabah dapat meningkat apabila nasabah yang bersangkutan merasa terpuaskan dengan produk atau jasa dan pelayanan yang diberikan. Semakin produk atau jasa dibutuhkan oleh nasabah sesuai dengan kebutuhannya dan pelayanan yang diberikan baik, bahkan bank mampu memberikan pelayanan yang lebih baik dari pada yang diharapkan, maka bisa dipastikan tingkat kepuasan nasabah pun akan semakin tinggi. Nasabah yang terpuaskan berpeluang besar untuk tetap loyal kepada bank.

Account Officer sebagai salah satu bagian pelayanan (*service*) yang berhadapan langsung dengan nasabah diharapkan mampu memberikan pelayanan yang baik, ramah, cepat, teliti, dan akurat sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Tidak kalah penting dalam hal penanganan komplain konsumen, pelayanan yang diberikan harus optimal. Adanya komplain dari konsumen menunjukkan bahwa konsumen masih

⁶ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: ALFABETA 2015), Hlm. 62

⁷ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen...*, hlm. 129

memberikan peluang kepada bank untuk berbenah diri, jika bank mampu memberikan bimbingan dan solusi dengan senantiasa melihat kebutuhan konsumen, maka ini justru akan menjadi nilai plus yang dapat membangun citra positif bagi pihak bank yang bersangkutan.

Begitu pentingnya pelayanan (*service people*) dalam industri perbankan, jika pelayanan yang diberikan kurang optimal, asal-asalan dan tidak melihat kebutuhan konsumen maka bisa jadi hal ini justru akan merusak citra baik bank. Ada kemungkinan konsumen akan pergi dan menggunakan penyedia jasa kompetitor lain. Baik buruknya pelayanan akan mempengaruhi persepsi dan kepuasan konsumen. Jika pelanggan puas, maka mereka akan tetap bertahan dan loyal untuk terus menggunakan produk/jasa bisnis bank yang bersangkutan.

Account Officer di KSPPS BMT BUS Lasem KCP Banyumanik memiliki peranan yang sangat vital dalam operasional perusahaannya, karena hampir sebagian besar kegiatan transaksi yang dilakukan oleh nasabah akan melalui *Account Officer*. Mulai dari penyaluran pembiayaan kepada nasabah, menganalisa 5C nasabah, kemudian menyetujui atau menolak pengajuan pembiayaan nasabah. Apabila pembiayaan telah disetujui *Account Officer* juga bertugas melakukan penagihan kewajiban kepada nasabah. *Account Officer* juga bertugas melakukan funding dana meliputi mencari nasabah yang ingin menabung atau nasabah yang ingin melakukan deposito.

Karena kita tahu *Account Officer* sebagai jembatan penghubung antara nasabah dengan BMT. Dalam hal ini penulis ingin mengetahui sejauh mana peranan *Account Officer* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pengguna produk atau jasa di KSSP BMT BUS Lasem KCP Banyumanik.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“PERANAN ACCOUNT OFFICER (AO) DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH DI KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH (KSPPS) BMT BUS LASEM KCP BANYUMANIK”**.

B. Rumusan Masalah

Mengenai permasalahan yang akan diteliti tidak secara keseluruhan, oleh karenanya dalam penelitian ini penulis hanya meneliti peranan seorang *Account Officer* dalam meningkatkan loyalitas Nasabah di BMT BUS.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimanakah peranan *Account Officer* (AO) dalam meningkatkan loyalitas nasabah di KSPPS BMT BUS Kantor Cabang Pembantu Banyumanik?
2. Bagaimanakah loyalitas nasabah di KSPPS BMT BUS Kantor Cabang Pembantu Banyumanik?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini sebagai berikut:
 - a) Untuk mengetahui peranan *Account Officer* dalam meningkatkan loyalitas nasabah di BMT BUS Kantor Cabang Pembantu Banyumanik
 - b) Untuk mengetahui loyalitas nasabah di KSPPS BMT BUS KCP Banyumanik
2. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diambil dari pemaparan dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait peran *Account Officer* dalam meningkatkan loyalitas Nasabah pada Lembaga Keuangan.

2. Bagi Lembaga Keuangan

Sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh perusahaan perbankan khususnya *Account Officer* untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

3. Bagi Fakultas

Sebagai tambahan referensi penelitian dibidang perbankan syariah dan untuk perbendaharaan perpustakaan di UIN Walisongo Semarang

D. Metode Penelitian

Metode berasal dari Bahasa Yunani *methodos* yang berarti cara atau jalan yang ditempuh. Sehubungan dengan upaya ilmiah, maka, metode menyangkut masalah cara kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan.⁸ Penelitian sering dideskripsikan sebagai suatu proses investigasi yang dilakukan dengan aktif, tekun, dan sistematis, yang bertujuan untuk menemukan, menginterpretasikan, dan merevisi fakta-fakta.⁹

Metode penelitian digunakan untuk dapat memahami obyek yang menjadi sasaran atau tujuan penelitian. Dalam bukunya Noeng Muhadjir mendefinisikan Metode penelitian merupakan ilmu yang mempelajari tentang metode-metode penelitian, ilmu tentang alat dalam penelitian.¹⁰

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menggunakan berbagai metode penelitian.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mana penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah, yang akan penulis lakukan penelitian di KSPPS BMT BUS KCP Banyumanik.

2. Sumber Data

Untuk menyelesaikan tugas akhir ini dan menyelesaikan masalah tersebut, penulis memperoleh sumber data antara lain :

⁸ <https://id.wikipedia.org/wiki/Metode>. di akses Tanggal 04/05/17 jam 10:13

⁹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian>. di akses Tanggal 04/05/17 jam 10:24

¹⁰ Noeng Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Yogyakarta : Raka Barasir, 1998) hlm. 6

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan.¹¹ Data ini penulis dapatkan melalui responden melalui wawancara langsung dengan pihak bank khususnya bagian *Account Officer* di BMT BUS Lasem KCP Banyumanik.

b. Data Sekunder

Merupakan sumber data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung, diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya.¹² Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi, data laporan, buku-buku dan sumber-sumber lain yang mendukung tema penelitian.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Penelitian Kepustakaan (*Library Research Method*)

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dimana penulis melakukan kunjungan langsung ke beberapa perpustakaan untuk mendapatkan beberapa sumber tertulis baik dari buku-buku, literatur-literatur dan sumber tertulis lainnya, yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

b. Metode Penelitian Lapangan (*Field Research Method*)

Yaitu suatu penelitian atau riset lapangan yang dilakukan dengan cara mendatangi langsung perusahaan sebagai bahan responden. Sedangkan teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian lapangan ini melalui dua cara, yaitu:

1) Observasi

Metode observasi adalah pengamatan secara sesama terhadap suatu obyek dengan menggunakan indera baik langsung atau tidak langsung (dengan alat bantu). Observasi yang dilakukan

¹¹ Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama cet. Ke 2, 2002, hlm 82.

¹² Saifuddin Awar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012, hlm. 91.

penulis dengan mengamati secara langsung dilapangan yang bertempat di Pasar Rasamala Banyumanik dan Pasar Ungaran yang menjadi nasabah BMT BUS Lasem KCP Banyumanik.

2) Wawancara

Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai.¹³ Disini penulis melakukan wawancara dengan manajer KSPPS BMT BUS Lasem KCP Banyumanik Ibu Siti Nuriyah, bagian *Account Officer* dan nasabah yang berada di Pasar Rasamala Banyumanik dan Pasar Ungaran.

3) Dokumentasi

Dokumen adalah rekaman peristiwa yang lebih dekat dengan percakapan, persoalan pribadi dan memerlukan interpretasi yang berhubungan sangat dekat dengan rekaman peristiwa tersebut dan mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia. Dengan adanya metode seperti ini, peneliti mencari dan mendapatkan data-data primer yaitu data secara tertulis seperti laporan naskah-naskah kearsipan misal brosur produk-produk BMT, SOP, data berupa gambar, dan data audio wawancara penulis dengan pegawai KSPPS BMT BUS Lasem KCP Banyumanik dan data wawancara penulis dengan nasabah.

4. Metode Analisis Data

Dari data-data yang terkumpul dilapangan dianalisis menggunakan metode deskriptif. Analisis deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai subyek penelitian berdasarkan data yang

¹³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Jakarta : Prenadamedia Group, 2015, hlm. 133

diperoleh dari subyek yang diteliti. Yaitu dengan menginterpretasikan data-data yang diperoleh dan menyusunnya kedalam kalimat.

E. Kajian Pustaka

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ifah Latifah dengan judul skripsi “Peranan Account Officer dalam Menekan Pembiayaan Bermasalah di PT. BPR Syariah Harta Insan Karimah” tahun 2008, didalamnya membahas terkait peranan *Account Officer* dalam meminimalisir pembiayaan yang bermasalah dengan menganalisa setiap nasabah yang mengajukan pembiayaan dengan 5C dan memperhatikan resiko-resiko yang meliputi nasabah.¹⁴ Fokus pada penelitian yang dilakukan oleh Ifah Latifah berfokus pada peranan *Account Officer* dalam menekan pembiayaan bermasalah. Berbeda dengan penelitian yang ingin penulis teliti yaitu peranan *Account Officer* dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Kedua, Dina Novita Krisni “Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung” tahun 2014, Dalam penelitian tersebut dihasilkan kesimpulan bahwasanya *Customer Service* memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah.¹⁵ Variabel yang digunakan pada penelitian yang dilakukan oleh Novita Krisni adalah *Customer Service* Berbeda dengan penelitian yang ingin penulis teliti yaitu peranan *Account Officer* dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

¹⁴ Ifah Latifah, *Peranan Account Officer dalam Menekan Pembiayaan Bermasalah di PT. BPR Syariah Harta Insan Karimah*, Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Muamalat UIN Syariaf Hidayatullah Jakarta, 2008.

¹⁵ Diana Novita Krisni, *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung, 2014.

F. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan, penulis menyusun tugas akhir sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang: Kajian teori Tentang *Account Officer* yang berisi; pengertian *Account Officer*, fungsi dan tugas *Account Officer*, peranan *Account Officer*, Loyalitas yang berisi; pengetahuan loyalitas, karakteristik loyalitas nasabah, Nasabah yang berisi; pengertian nasabah, sifat-sifat nasabah, sebab-sebab nasabah meninggalkan bank.

BAB III : Gambaran Umum pada KSPPS BMT BUS

Dalam bab ini dipaparkan tentang gambaran umum KSPPS BMT BUS, Visi, Misi, Struktur organisasi, budaya kerja, dan prinsip kerja di KSPPS BMT BUS.

BAB VI : PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan paparan data dan hasil penelitian yang berisikan tentang latar belakang keadaan obyek, penyajian dan analisis data hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan, saran dan penutup.