

Pengaruh Pelayan dan Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah di BMT UGT Nusantara Capem Labang

Ummamah, Musohihul Hasan

Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Bangkalan

Email: umamah@darul-hikmah.com¹, hul@darul-hikmah.com²

Abstrak

Lembaga keuangan adalah lembaga yang memiliki aturan atau perjanjian berdasarkan yang dilakukan pihak pertama dan pihak kedua, sedangkan lembaga keuangan itu ada dua, ada lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan non bank seperti asuransi, pengadaian dan koperasi simpan pinjam dan berbicara koperasi simpan pinjam saya tertarik dengan BMT Ugt Nusantara Capem 285 Labang yang pernah kami singgahi sehingga kami peneliti tertarik meneliti di koperasi itu untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan etika bisnis terhadap loyalitas nasabah. Teknik pengambilan datanya menggunakan angket atau kuesioner dengan jumlah populasi 5 dan itu di jadikan sampel semua. Dan itu hasil penyebaran di uji dengan melalui aplikasi SPSS V 16.0. Hasil analisis regresi berganda menghasilkan pengaruh signifikan bahwa variabel X1 dan Variabel X2 berpengaruh terhadap Variabel Y sebesar 95 Persen dan 5 persen di pengaruhi oleh variabel lain sehingga kami penliti menyarankan untuk meningkatkan pelayanan dan etika bisnis agar loyalitas nasabah di Bmt Ugt Nuantara Capem 285 Labang semakin meningkat.

Kata Kunci: Pelayanan, Etika Bisnis dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Financial institutions are institutions that have rules or agreements based on those carried out by the first and second parties, while there are two financial institutions, there are bank financial institutions and non-bank financial institutions. Non-bank financial institutions such as insurance, pawnshops and savings and loan cooperatives and speaking of savings and loan cooperatives I am interested in BMT Ugt Nusantara Capem 285 Labang which we have visited so that we researchers are interested in researching in the cooperative to determine the effect of service and business ethics on customer loyalty. The data collection technique used a questionnaire or questionnaire with a population of 5 and it was used as a sample of all. And that's the results of the deployment in the test through the SPSS V 16.0 application. The results of multiple regression analysis yielded a significant effect that variable X1 and Variable X2 had an effect on Variable Y by 95 percent and 5 percent was influenced by other variables, so that our researchers suggest to improve service and business ethics so that customer loyalty at Bmt Ugt Nuantara Caem 285 Labang will increase.

Keywords: Service, Business Ethics and Customer Loyalty

Pendahuluan

Lembaga keuangan syari'ah (bank dan non bank) di Indonesia adalah lembaga yang memiliki aturan atau perjanjian berdasarkan yang dilakukan pihak pertama (bank) dan pihak kedua (nasabah) untuk penyimpanan dana ataupun pembiayaan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya berdasarkan hukum syari'ah Islam. Selain itu, masih banyak lembaga keuangan syari'ah lainnya sejenis bank (koperasi) diantaranya BMT (baitul mall wat tamwil) yang berfungsi sebagai pemberdayaan sosial dan pemberdayaan ekonomi produktif serta dapat mensejahterakan masyarakat khususnya ummat Islam yang membutuhkan pelayanan jasa keuangan yang dikelola dengan menggunakan sistem aqidah & syari'ah Islam.

Baitul Mall Wat Tamwil atau lembaga keuangan terpadu merupakan salah satu lembaga keuangan syari'ah yang beroperasi dalam skala mikro yang mana pengelolaannya dengan bagi hasil, adanya BMT ini sangat membantu terhadap rakyat kecil seperti faqir miskin untuk mengangkat martabat dan mewujudkan keinginan serta demi kepentingan-kepentingan faqir miskin lainnya, yang mana cara beroperasinya BMT ini berdasarkan Al-Qur'an, Hadits, Ijma'dan Qiyas.

Selanjutnya koperasi syari'ah yang bernama baitul mall wat tamwil (BMT) UGT NUSANTRA CAPEM 285 LABANG yang berdiri di Jalan Raya Sukolilo Barat Kec.Labang Kab.Bangkalan Jawa Timur Indonesia, yang mana BMT UGT NUSANTARA CAPEM 285 KEC.LABANG ini dirintis pada tahun 2010 yang dikordinir oleh para alumni kecamatan labang, yang bermodal awal dari iuran alumni labang yang terkumpul sekitar +-60 juta, dan dipimpin langsung oleh ketua IASS (ikatan alumni santri sidogiri) KH. Akrom Umar dan berdasarkan persetujuan ketua BMT pusat H. Mahmud Ali Zain serta berdasarkan motif dan tujuannya untuk mensejahterakan dengan cara mengumpulkan dana masyarakat agar bisa menabung dan dikelola serta disalurkan ke masyarakat yang ingin membuka usaha dengan perjanjian di awal dan sistem bagi hasil yang berbasis syari'ah dan terbebas dari praktik riba dan praktik yang tidak sesuai dengan hukum islam lainnya.

Dalam sebuah lembaga ini untuk mewujudkan kedamaian dan kesejahteraan serta menumbuhkan bisnis yang sesuai dengan namanya yaitu BMT (baitul tamwil) rumah pengembangan harta dan baitul mall (rumah harta) peneliti akan menguraikan beberapa aspek pelayanan dan etika bisnis di BMT UGT NUSANTARA CAPEM 285 LABANG.

Aspek pelayanan adalah salah satu aspek penting di sebuah lembaga keuangan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan serta menjunjung tinggi loyalitas nasabah terhadap lembaga tersebut dengan berkembangnya lembaga keuangan dan bisnis syari'ah BMT UGT NUSANTARA CAPEM 285 LABANG.

Selain memang sebagai media dakwah juga melayani anggota dan calon anggota sesuai dengan ajaran agama Islam serta disesuaikan dengan keinginan anggota bahkan sesuai dengan keadaan masyarakat dan ekonomi di desa tersebut agar tercipta rasa percaya, rasa memiliki dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya industri keuangan dan bisnis syari'ah yang terus

membaik karena bisa menjadi modal dasar yang sangat penting untuk terus memperluas konsumen dan menciptakan nasabah yang loyal.

Selanjutnya perkembangan dunia bisnis yang begitu cepat, dinamis dan sangat ketat, mendorong para pelaku bisnis untuk menggunakan berbagai cara dalam rangka mencapai cita-cita dan tujuan bisnisnya. Oleh sebab itu, para pelaku bisnis dalam melakukan aktifitasnya diperlukan tata nilai aturan dan norma sehingga tatakelola bisnisnya dapat berjalan dengan baik, lancar, dan berkesinambungan yang pada akhirnya mendatangkan manfaat (profit) dan memperoleh keberkahan dari usahanya tersebut.

Etika bisnis adalah suatu kegiatan yang tidak bisa dipisahkan dalam kegiatan bisnis terutama di BMT. Masalah ketaatan akan norma-norma agama dan hukum yang berlaku merupakan dasar yang kuat yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis atau BMT karena akan menentukan sikap atau tindakan dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini juga merupakan tanggung jawab kita bersama sebagai warga Negara dan hamba Allah di muka bumi, sehingga akan tercipta suasana bisnis yang sehat, bersih dan bermartabat yang dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar dari pada modhoratnya.

Nilai etika dan integritas seorang pelaku bisnis merupakan suatu indikator yang dapat menentukan sikap dan perilaku untuk berinteraksi dengan orang lain. Kejujuran merupakan modal utama untuk mendapatkan kepercayaan dalam dunia bisnis. Seperti kata orang bijak “lebih baik kehilangan keuntungan hari ini dari pada kehilangan kepercayaan hari esok”. Karena jika suatu lembaga keuangan sudah kehilangan kepercayaan dari nasabah, maka nasabah tersebut jelas akan meninggalkannya dan berpindah ke lembaga keuangan lainnya, dengan adanya nilai moral dan etika bisnis, serta kesadaran para pelaku bisnis untuk melaksanakannya, maka istilah bisnis gelap (atau menghalalkan segala cara) dapat dihindarkan.

Landasan Teori / Empiris

Pelayanan pada dasarnya dapat diidentifikasi sebagai aktivitas seseorang, kelompok atau organisasi baik langsung ataupun tidak langsung sebagai kebutuhan. Pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka. Pelayanan adalah rasa menyenangkan atau tidak menyenangkan yang diterima oleh penerima pelayanan pada saat memperoleh pelayanan.

Etika bisnis adalah sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam suatu bisnis yang berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit pada bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai ‘daratan’ atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

Selain itu, etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.

Loyalitas nasabah adalah suatu rasa setia atau keterkaitan nasabah akan mereka. Loyalitas merupakan suatu konsep yang sangat penting dalam pemasaran, khususnya dalam persaingan usaha yang semakin ketat saat ini. Keberadaan konsumen atau nasabah yang loyal akan sangat dibutuhkan oleh perusahaan, agar tetap bertahan hidup. Loyalitas didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas menurut Tjiptono (2011: 481) perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu-satunya merek yang tersedia, merek termurah dan sebagainya). Menurut Subagyo (2010:13) berpendapat bahwa “loyalitas nasabah merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh nasabah”. Istilah loyalitas sudah sering diperdengarkan oleh pakar marketing maupun praktisi bisnis, loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari, tetapi menjadi lebih sulit ketika di analisis maknanya.

Metode

Metode dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode asosiatif yang bertujuan untuk mempengaruhi antara dua variabel atau lebih (Umar, 2005). Penelitian ini menjelaskan hubungan memengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti.

Jenis dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif . Metode penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti antar variabel. Variabel-variabel biasanya diukur dengan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan bmt ugt nusantara capem 285 labang yang berjumlah 5 orang dan Sampling merupakan teknik cara pengambilan sebagian dari populasi. Terdapat 2 pendekatan dalam teknik sampling yaitu probability dan non probability sampling.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menghasilkan deskripsi lokasi penelitian diantaranya sejarah, produk produk, visi misi dan struktur BMT Sidogiri Capem Labang.

Sedangkan hasil pembahasan dalam penelitian ini meliputi uji uji sebagai berikut:

1. Uji Validitas VARIABEL X dan Y

Responden	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
X1	0.980	0.878	Valid

X2	0.980	0.878	Valid
X3	0.980	0.878	Valid
X4	0.980	0.878	Valid
X5	0.980	0.878	Valid

Responden	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
X1	0.997	0.878	Valid
X2	0.997	0.878	Valid
X3	0.997	0.878	Valid
X4	0.997	0.878	Valid
X5	0.984	0.878	Valid

2. Uji Reabilitas

Tabel 4.8 X1
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	5

3. Uji Normalitas

Tabel 4.13
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	pelayanan	etika bisnis	loyalitas nasabah	Unstandardized Residual
N	5	5	5	5
Normal Mean	23.60	22.20	17.20	.0000000
Normal Std. Deviation	2.191	5.718	4.817	1.08012345
Parameters ^a				
Most Absolute	.339	.424	.283	.300
Positive	.261	.312	.215	.179
Extreme Negative				
Differences	-.339	-.424	-.283	-.300
Kolmogorov-Smirnov Z	.757	.947	.634	.671
Asymp. Sig. (2-tailed)	.615	.331	.817	.759
a. Test distribution is Normal.				

4. Uji Linieritas

Tabel 4.14
ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Unstandardized Residual *	.000	2	.000	.000	1.000
Unstandardized Predicted Value	.000	1	.000	.000	1.000
Within Groups	.000	1	.000	.000	1.000
Total	4.667	2	2.333		
	4.667	4			

5. Uji Regresi Berganda

Tabel 4.15
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	29.381	16.981		1.730	.226
Pelayanan	1.905	1.074	.866	1.774	.218
etika bisnis	1.476	.411	1.753	3.588	.070

a. Dependent Variable: loyalitasnasabah

6. Uji T

Tabel 4.16

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	29.381	16.981		1.730	.226
Pelayanan	1.905	1.074	-.866	1.774	.003
etika bisnis	1.476	.411	1.753	3.588	.070

a. Dependent Variable: loyalitasnasabah

7. Uji R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.975 ^a	.950	.899	1.52753

a. Predictors: (Constant), etika bisnis , Pelayanan

Kesimpulan

Dari penelitian yang sudah dilakukan di BMT UGT NUSANTARA CAPEM 285 LABANG dengan judul “pengaruh pelayanan dan etika bisnis terhadap loyalitas nasabah” dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Bahwa ada pengaruh positif antara layanan (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y) di BMT UGT NUSANTARA CAPEM 285 LABANG yang di buktikan dengan $T(\text{hitung}) = 1.774$ $T(\text{tabel}) = 1.000$
Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah diterima.
2. Bahwa terdapat etika bisnis (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) di BMT UGT NUSANTARA CAPEM 285 LABANG. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan etika bisnis berpengaruh diterima.
3. Bahwa ada pengaruh positif pelayanan (X1) etika bisnis (X2) secara simultan terhadap loyalitas nasabah (Y). $F(\text{hitung}) = 21.886$ dengan signifikansi sebesar dengan batas signifikansi 0,04 nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan arah koefisien positif, dengan demikian diperoleh bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel-variabel pelayanan dan etika bisnis secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan ialah sebagai berikut :

1. Bagi Pihak terkait

Disarankan agar lebih meningkatkan pelayanan dan etika bisnis sehingga meningkat pula loyalitas nasabah.

2. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Disarankan kepada peneliti selanjutnya yang akan meneliti di bmt ugt nusantara capem 285 labang untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain atau analisis lain dalam meneliti pengaruh pelayanan dan etika bisnis terhadap loyalitas nasabah. Dengan harapan peneliti selanjutnya dapat lebih menyempurnakan apa yang belum sempurna sehingga penelitian bisa lebih sempurna dari penelitian sebelumnya

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Asroruddin “*Wawancara*”, Labang, 21 Maret 2021.

Zeky Purnando, “Pelayanan Terhadap Nasabah Bmt Al-Amal Bengkulu Perspektif Etika Bisnis Islam”, (“Skripsi”, Bengkulu, Bengkulu, 2017), 16.

I Gede Yogi Pramaana,”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali” , *E-Jurnal Manajemen Unud*, no.1, volume 5 (2016), 719.

Indah S Mandong,”Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. ANK BNI (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado”, *jurnal emba*, no.3, volume 5, (September, 2017), 3.
<http://repository.untag-sby.ac.id>, diambil tanggal 05 April 2021, pukul 19:45

Adi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron Dan Taofan Ali Achmadi,*Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 2.