

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini ditandai dengan banyak berdirinya lembaga keuangan yang secara operasional menggunakan prinsip bagi hasil atau dikenal dengan prinsip syariah.

Wawasan dan pengetahuan ekonomi Islam pada umumnya hanya tersedia di kalangan akademisi dan praktisi lembaga keuangan syariah, sedangkan belum tentu secara jelas diketahui atau dipahami oleh kalangan bawah. Sedangkan ekonomi syariah merupakan sistem ekonomi yang tidak hanya menawarkan daya tawar positif dari sisi hukum (syariah), tetapi juga dapat menjadi sistem ekonomi alternatif yang dapat mendukung proses percepatan pembangunan ekonomi di Indonesia.¹

Munculnya credit union dan credit union (KSP/USP) dilatarbelakangi oleh beberapa alasan. Ada KSP/USP yang lahir dari kepentingan bersama dan kebutuhan akan jasa keuangan (tabungan, kredit dan payment point). Ada juga yang lahir karena program pemerintah mendorong mereka untuk memberdayakan masyarakat, dan ada pula yang lahir berkat gerakan sosial keagamaan. Ada juga KSP yang didirikan oleh LSM yang didedikasikan untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat, ada juga KSP/USP yang sengaja didirikan oleh sekelompok orang

¹Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil* (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2013), hlm. 36-37

sebagai unit usaha di bidang keuangan, dan ada juga KSP/USP yang telah dilatih sebagai pameran jasa keuangan lembaga keuangan (bank). dan non perbankan).²

Secara bahasa Baitul Mall merupakan bentuk kata genitif dari *bait* dan *mall* dengan *meng-idhafah*-kan kata *bait* yang artinya “rumah” kepada *al-mal* yang artinya “harta”. Kata *al-mal* mencakup semua jenis harta. Menurut jumhur ulama, *al-mal* adalah benda berharga, seperti emas dan perak yang kemudian digunakan untuk menyebut segala yang dimiliki. Sesuatu yang sudah diketahui menurut perkataan orang arab serta apa saja yang dikumpulkan dan dimiliki juga disebut dengan *mal*. Dengan demikian, secara harfiah baitul mal artinya “rumah harta”, yaitu rumah untuk menyimpan harta berupa semua jenis benda berharga yang dikumpulkan dan dimiliki.

Adapun secara terminologis, sebagaimana uraian Abdul Qadim Zallum, Baitul Mal adalah lembaga atau pihak yang mempunyai tugas khusus menangani segala harta umat, baik berupa pendapatan maupun pengeluaran negara.³

Baitul maal (Rumah Harta) merupakan bidang sosial dari kegiatan operasional BMT. Sesuai dengan namanya, posisi Baitul Maal sejajar dengan Baitul Tamwil. Artinya, bidang sosial dan ekonomi dapat berjalan secara seimbang. Kedua bidang tersebut sama pentingnya dalam semua kegiatan BMT dan yang membedakan BMT dengan entitas ekonomi lainnya terletak pada kesamaan antara bidang sosial dan ekonomi.⁴

²Ahmad Subago, *Manajemen Koperasi Simpan Pinjam* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014), hlm. 1

³Nurul Huda dkk, *Baitul Mal Wa Tamwil* (Jakarta: Amzah, 2016), hlm. 20.

⁴Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil* (Yogyakarta: UII Press, 2014), hlm. 181.

BMT adalah kependekan kata Balai Usaha Mandiri Terpadu atau Baitul Mal Wat Tamwil, sebuah lembaga keuangan mikro (LKM) yang bekerja sesuai prinsip Syariah. Baitul mal wat tamwil (BMT) adalah pusat ekonomi terpadu dan mandiri yang konten utamanya bayt almal altamwil dengan kegiatan pengembangan usaha produktif dan investasi untuk meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pemilik usaha kecil dan kecil, termasuk melalui kegiatan tabungan promosi. dan dukungan untuk kegiatan pembiayaan ekonomi. Selain itu, *baitul mal wat tamwil* juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.

Oleh karena itu, keberadaan BMT dapat dilihat sebagai dua fungsi utama, yaitu sebagai saluran penggunaan sumber daya kultus seperti zakat, infaq, sedekah dan wakaf, dan juga dapat berfungsi sebagai lembaga yang melakukan investasi produktif seperti Bank.⁵

Secara keseluruhan, perlu dicatat bahwa lembaga BMT bukanlah lembaga pemerintah atau lembaga independen yang dapat bekerja sendiri. BMT tidak akan berjalan efektif karena lembaga ini membutuhkan dukungan banyak pihak, baik pemerintah maupun swasta. Memang, kunci dukungan BMT adalah komponen masyarakat.⁶

BMT merupakan salah satu Lembaga Keuangan Non Bank (LKKB) yang sangat dibutuhkan oleh pemilik usaha kecil karena banyaknya jumlah pemilik usaha kecil untuk mendorong pertumbuhan BMT. Perkembangan LKB/LKBB tidak dapat dihindari, karena penilaian masyarakat terhadap LKB/LKBB tidak

⁵Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Depok: Kencana, 2009), hlm.473-474.

⁶Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil* (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2013), hlm. 37

hanya terfokus pada kuantitas, seperti bunga atau bagi hasil, tetapi telah berkembang pada aspek kualitas baik produk maupun layanan. Artinya masyarakat semakin kritis terhadap LKB/LKBB, hal ini dibuktikan dengan semakin maraknya protes langsung, misalnya pindah sebagai nasabah LKB/LKBB lain dan protes langsung karena permasalahan yang mereka rasakan tidak memuaskan penyelesaiannya. Kondisi ini menentukan perlunya pelayanan pelanggan yang memuaskan dan mutlak dilakukan oleh LKB/LKBB agar masyarakat lebih terkesan dengan pelayanan yang ditingkatkannya.⁷

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan memiliki tiga arti: (1) pokok atau jenis pelayanan; (2) upaya memenuhi kebutuhan orang lain dengan menerima imbalan (uang); (3) fasilitas yang diberikan sehubungan dengan pembelian dan penjualan jasa. Pengertian jasa (service) menurut American Marketing Association, yang dikutip oleh Donald, adalah bahwa jasa pada hakikatnya adalah suatu kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak dimiliki, proses produksinya, tidak boleh terkait dengan layanan. Sedangkan menurut Lovelock, jasa merupakan produk yang tidak berwujud, berlangsung beberapa saat dan dirasakan atau dialami. Artinya jasa merupakan suatu produk yang tidak memiliki bentuk atau wujud, sehingga tidak ada wujud yang dapat dimiliki, dan berlangsung sesaat atau singkat, tetapi dijalani dan dapat dirasakan oleh penerima jasa. Secara etimologis pelayanan berasal dari kata service yang berarti membantu menyiapkan/mengelola apa yang dibutuhkan, oleh karena itu pelayanan dapat diartikan sebagai: pokok/cara melayani; jasa/jasa; sehubungan dengan penjualan

⁷Rini Dwiyani Hadiwidjaja, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal Wat Tamwil." *Jurnal Ilmu Akuntansi* Vol. 10 (Oktober 2017) hlm., 290.

barang atau jasa (poerwadarminta). Dari uraian tersebut, pelayanan dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengelola berupa barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain.⁸

Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Artinya pelanggan terus menambah transaksi waktu ke waktu. Lebih dari itu pelanggan akan menceritakan, sehingga menjadi promosi gratis bagi perusahaan. Kemampuan memberikan ditunjukkan oleh kemampuan sumber daya dalam melayani dan tersedianya sarana dan prasarana untuk mendukung pelayanan tersebut.

Sebagian besar pelanggan selalu menginginkan pelayanan yang diterimanya memberikan kepuasan yang diinginkan. Artinya setiap kebutuhan dan keinginan yang diterima sesuai dengan harapan mereka, walaupun ada pelanggan yang tidak terlalu peduli dengan kualitas pelayanan, para pegawai tetap memberikan standar pelayanan yang sama, karena pada akhirnya, jenis pelayanan inipun pelanggan yang menginginkan pelayanan yang berkualitas.⁹

Persaingan dan perkembangan yang semakin ketat menuntut BMT untuk terus berinovasi dan memuaskan anggota agar loyal. Menciptakan kepuasan anggota adalah hal yang tidak mudah karena transaksinya berupa jasa yang bersifat tidak nyata. Untuk itu perusahaan harus menggunakan berbagai strategi guna menciptakan dan mempertahankan kepuasan anggota. Kualitas jasa lebih sulit diukur daripada kualitas barang. Kualitas layanan didefinisikan sebagai kombinasi

⁸Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Public* (Yogyakarta:penerbit gava media, 2011), hlm.10-11.

⁹Kasmir, *Customer Service Excellent* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017), hlm. 64.

umum dari karakteristik layanan yang dihasilkan dari pemasaran, teknik, manufaktur, dan pemeliharaan yang membuat layanan memenuhi harapan anggota.¹⁰

Kepuasan nasabah merupakan unsur terpenting yang harus bisa diwujudkan, sehingga nasabah yang lama akan tetap bertahan dan nasabah baru akan datang melalui rekomendasi atau cerita pengalaman yang menyenangkan dari nasabah lama. Mempertahankan nasabah yang sudah ada dan mendapatkan nasabah baru membutuhkan kreativitas dalam pemberian pelayanan. Kreativitas memungkinkan organisasi jasa menangani dan memecahkan masalah-masalah yang sedang dihadapi maupun yang akan dihadapi dalam praktek bisnis sehari-hari.

Membangkitkan kepuasan adalah inti dari profitabilitas jangka panjang. Pelayanan dan keuntungan seperti dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan. Pelayanan yang baik berdampak pada keuntungan dan berkorelasi dengan hasil yang akan diperoleh bank. Dengan kata lain, pelayanan yang baik menghasilkan keberlanjutan (*sustainable*). Jika bank menginginkan keuntungan yang besar, bank harus menarik nasabah dengan prospek yang baik. Tentu saja, klien membutuhkan layanan yang lebih komprehensif, karena klien menjanjikan akan berinvestasi atau menyimpan uang di bank, meminjam, atau menginvestasikan banyak uang dalam jangka panjang.¹¹

Jika nasabah sudah merasa nyaman dengan bank yang dipilihnya untuk memenuhi berbagai kebutuhannya, maka kesetiaan nasabah akan tercipta dengan

¹⁰Widyarini, Siti Fitriana "Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Yaqawiyuu Kec. Jatinom, Kab. Klaten." Vol. 8 No.2 (Juni 201) hlm., 135-136.

¹¹Sri Imelda, "Strategi Pelayanan Teller Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Apt Bri Kcp Kayutangi Banjarmasin.", *Jurnal Intekna* Vol.17 No.1 (mei 2017) hlm., 47.

sendirinya. Kesetiaan diperoleh seiring dengan kepuasan yang diterima nasabah. Kesetiaan datang dari hati akibat adanya rasa puas yang dirasakan nasabah atas pelayanan yang diterima sangat baik dan ituterus dilakukan secara konsisten. Kesetiaan nasabah perlu dijaga dengan menjalin hubungan baik antara nasabah dengan pihak bank.¹²

BMT harus melakukan kegiatan pelayanan yang dapat membuat anggotanya merasa puas. Untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasananggotanya maka BMT NU Cabang Camplong perlu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan pada anggotanya. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “**Analisis Strategi Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Anggota Di BMT NU Cabang Camplong**”

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang yang peneliti paparkan diatas maka diambil beberapa masalah yang menjadi fokus penelitian. Fokus penelitian tersebut adalah:

1. Bagaimana Pelayanan yang dilaksanakan di BMT NU Cabang Camplong?
2. Bagaimana gambaran kepuasan anggota pada BMT NU Cabang Camplong?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

¹²Lusiana wulandari, dkk.,“Kualitas Pelayanan Teller Dan Customer Service Kepada Nasabah Bank Dki Cabang Pembantu Pondok Labu Jakarta Selatan.” Vol. 23 No.2 (juli 2011) hlm., 1-2.

1. Untuk mengetahui Bagaimana Pelayanan yang dilaksanakan di BMT NU Cabang Camplong.
2. Untuk mengetahui Bagaimana gambaran kepuasananggotah\ pada BMT NU Cabang Camplong.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, baik secara Akademis maupun kegunaan praktis.

1. Kegunaan secara Akademis

a. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura

Penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi perpustakaan untuk fakultas ekonomi dan bisnis islam, dan juga dapat dijadikan salah satu sumber kajian atau rujukan bagi kalangan mahasiswa baik sebagai pengayaan materi perkuliahan maupun untuk kepentingan penelitian yang pokok kajiannya mungkin terdapat kesamaan.

b. Bagi penulis

Sebagai tambahan pengetahuan, wawasan dan pengalaman terutama dalam hal yang menyangkut dengan penelitian ini sehingga nantinya dapat menerapkan ilmu yang didapat baik selama melakukan proses penelitian.

2. Kegunaan secara praktis:

a. Bagi BMT NU Cabang Camplong

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya mempertahankan sistem pelayanan di KSP.Syariah BMT NU Cabang Camplong

b. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini bisa menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah serta beralih dari Bank konvensional ke Bank syariah.

E. Definisi Istilah

1. Strategi, Kotler menjelaskan bahwa strategi adalah suatu rencana permainan untuk mencapai sasaran yang diinginkan dari suatu unit bisnis. Bagi organisasi bisnis, strategi dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.¹³
2. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau rangkaian kegiatan yang tidak kasat mata (tidak dapat disentuh) yang terjadi sebagai akibat dari interaksi konsumen-karyawan atau masalah lain yang disediakan oleh penyedia jasa yang dimaksudkan untuk menyelesaikan masalah konsumen/pelanggan.¹⁴
3. Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan.

Kepuasan merupakan penilaian mengenai keistimewaan produk sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi.¹⁵

¹³AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*(Jakarta: Erlangga, 2014), hlm. 193.

¹⁴Ratminto Atik Septi Winarsih, *manajemen pelayanan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 2.

¹⁵Alfi Syahri Lubis, Nur Rahmah Andayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo." *Jurnal Of Business Administration* Vol.1 No.2(September 2017) hlm. 233.

4. BMT (Baitul Maal Wat tamwil) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu baitulmaal dan baitul tamwil. Baitulmaal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti zakat, infaq dan sedekah. Adapun baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.¹⁶

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka mengungkapkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Tujuannya adalah untuk mengekstrak informasi tentang ruang-ruang penelitian yang terkait dengan penelitian, sehingga penelitian ini diharapkan dapat menghindari pengulangan dan duplikasi. Selain itu, penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai acuan dan acuan bagi penulis untuk melakukan penelitian ini sehingga terjadi penelitian yang saling berhubungan. Penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini antara lain:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahmah Andayani tentang pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan di PT. Sucofindo Batam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* terhadap kepuasan pelanggan yang pernah menggunakan jasa PT. Sucofindo Batam Sampel yang didapatkan sebanyak 80 responden terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam.¹⁷

¹⁶Nurul Huda, *Lembaga Keuangan Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), hlm. 363.

¹⁷Alfi Syahri Lubis Dan Nur Rahmah Andayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam." *Journal Of Business Administration* Vol. 1 No. 2 (September 2017) hlm., 232.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Vinny Ribka Bolang, James D.D Massie dan Agus Supandi Soegoto tentang peran pelayanan teller dan *customer service* terhadap kepuasan pelanggan pada bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi dan memberikan gambaran tentang kualitas pelayanan serta untuk mengetahui peran kasir dan customer service dalam kepuasan pelanggan. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan berada pada kategori baik dan sangat baik melalui keramahan, cara berbicara dan disposisi kasir serta customer service dalam melayani pelanggan agar tercipta suasana yang nyaman dalam proses transaksi. unit BIS Karombasan.

Namun masih terdapat beberapa kekurangan, seperti ketidaknyamanan akibat perbaikan fasilitas kantor kasir yang sebenarnya dimaksudkan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen. Untuk meningkatkan kualitas layanan kasir dan customer service, pihak eksekutif bank harus memberikan kesempatan pelatihan dan karyawan harus berhati-hati dalam bertransaksi untuk meminimalisir potensi kerugian yang akan terjadi.¹⁸

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Rini Dwiyani Hadiwidjaja tentang Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Baitul Maal Wat Tamwil. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas terhadap loyalitas pelayanan terhadap klien BMT. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian

¹⁸Vinny Ribka Bolang, dkk., "Peran Pelayanan Teller Dan Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bri Unit Karombasan Cabang Manado." *Jurnal Emba* Vol. 3 No. 3 (September 2015) hlm., 1126.

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan **tergolong** dalam kategori baik dan tinggi. Namun loyalitas nasabah dalam kategori sedang. Upaya meningkatkan loyalitas nasabah dengan memanfaatkan pelayanan di BMT Pamolang, Pimpinan dan pihak terkait harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan karena kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan juga dapat menjadi sarana promosi BMT ke Pamolang dengan memahami sikap dan perilaku pelanggan sebagai pelanggan jasa.¹⁹

Berdasarkan paparan diatas, peneliti berkesimpulan bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Perbedaan terletak pada:

- a. Objek yang diteliti yaitu KSPP.Syariah BMT NU Cabang Camplong
- b. Terdapat perbedaan variabel penelitian, dalam penelitian tersebut.
- c. Terdapat perbedaan pada teknik pengumpulan data dan analisis data.

¹⁹Rini Dwiyani Hadiwidjaja, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal Wat Tamwil." *Jurnal Ilmu Akuntansi* Vol. 10 No. 2 (Oktober 2017) hlm.,289.