

UPAYA BMT BUS UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS ANGGOTA

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya Perbankan Syariah**



Oleh:

ALIN ENDARTI NIM 122503037

PROGRAM STUDI(D3) PERBANKAN SYARI'AH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN WALISONGSEMARANG

2015

H. MALTUF FITRI, SE., M.SI.
Perum Permata Puri Blog F9 No:2
Ngaliyan Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal. : Naskah Tugas Akhir

An. Sdr. Alin Endarti

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah Tugas Akhir saudara :

Nama : Alin Endarti

Nomor Induk : 122503037

Judul : Upaya BMT BUS untuk Meningkatkan Loyalitas
Anggota

Mohon kiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 15 MEI 2015

Pembimbing



H. Maltuf Fitri, SE., M.SI

NIP. 19741016 2003 12 1 003



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI D III PERBANKAN SYARIAH
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp/Fax. (024)7601291/ 7624691

PENGESAHAN

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Pada:

Tugas Akhir saudara : ALIN ENDARTI
NIM : 122503037
Judul : UPAYA BMT BUS UNTUK MENINGKATKAN
LOYALITAS ANGGOTA

Telah dimunaqosahkan oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal:

27 Mei 2015

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (D3) dalam ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah tahun akademik 2014/2015.

Semarang, 27 Mei 2015

Dewan penguji,

Ketua Sidang

Dr. H. Muhlis, M. Si.
NIP. 19610117 198803 1 002

Sekretaris Sidang

Choirul Huda, M. Ag.
NIP. 19760109 200501 1

Penguji I

Dr. H. Imam Yahya, M. Ag.
NIP. 19700410 199503 1 001

Penguji II

Dr. Ali Murtadho, M. Ag.
NIP. 19710830 199803 1

Pembimbing

H. Maltuf Fitri, SE., M.Si
NIP. 19741016 200312 1 003

MOTTO

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْنَمْ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ جَارَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْقَهُ

[رواه البخاري ومسلم]

Artinya : Dari Abu Hurairah Radhiyallahu anhu, sesungguhnya Rasulullah Shalallahu 'alaihi wassalam telah bersabda : " Barangsiapa yang beriman kepada Allah dan hari akhirat, maka hendaknyai berkatabaikataudiam, barangsiapa yang beriman kepada Allah dan hari akhirat, maka hendaklah ia memuliakan tetanggadan barangsiapa yang beriman kepada Allah dan hari akhirat, maka hendaklah ia memuliakan tamunya". (Bukhori no. 6018, Muslim n0.47)

“Perbuatan Yang Paling Mulia adalah Memuliakan Sesama Insan”

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, tugas akhir ini penulis persembahkan untuk:

1. Ayah dan Ibu tercinta (Moh Rokhim dan Karyati) terimakasih atas segenap kasih sayang dengan penuh ketulusan dan keikhlasan hai, dukungan serta doa yang senantiasa tercurahkan untu kesuksesan ananda. Semoga Allah senantiasa melindungi serta menyayangi Ayah dan Ibu.
2. Pakde dan Bude (Maryono dan Darsih) terimakasih atas segala kasih sayang, perlindungan doa, serta bimbingan, yang selalu diberikan demi keberhasilan keponakan yang bandel ini. Semoga Allah senantiasa menyayangi Pakde dan Bude.
3. Saudara-saudaraku tersayang (Muhammad Sidiq, Anggun Latifah Sari dan Kiki Martin) terimakasih untuk segenap doa dan dukungannya, serta hari-hari indah yang telah kita ukir bersama.
4. Sahatku Gita, Devi, dan Erika. Terimakasih telah memberiku dukungan disaat semangatku melemah, mengisi hari- hariku dengan canda tawa, dan mengalunkan doa dan kebaikan utukku. Semoga persahabatan kita selalu terjaga, Amin.
5. Kakak-kakak Senior (Cahyono, Wahid Budiman, Nilna Euis Karima, Siti Nur Aini, Feri Widiastuti), terimakasih atas bimbingan dan dukungannya.
6. Sahabat - sahabati PMII, Terimakasih telah menemani perjuanganku. Semoga Allah Senantiasa menuntun dan meridhoi langkah gerak kita menuju kebaikan
7. Teman – teman seperjuangan PBS B, yang selalu memberikan semangat. Semoga persahabatan kita tidak akan putus. Amin.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 15 Mei 2015

Deklarator,

Alin Endarti
NIM. 122503037

ABSTRAK

Pelayanan dalam perbankan adalah hal yang sangat vital, karena perbankan adalah perusahaan jasa, yang menjual jasa dari pelayanan. Nasabah menilai kinerja perbankan berdasarkan dari pelayanan yang diberikan oleh karyawannya (SDM). Pelayanan sangat berarti untuk menciptakan kepercayaan dari nasabah, dan dari kepercayaan itulah akan muncul loyalitas dari nasabah untuk bertransaksi dengan lembaga keuangan tersebut. Banyak BMT yang berdiri dan bersaing dikalangan masyarakat. Namun banyak pula BMT-BMT yang tidak bisa mempertahankan eksistensinya lantaran karena kurangnya profesional kerja pada karyawan sehingga pelayanan yang diterima nasabah pun kurang memuaskan dan banyak nasabah yang beralih ke Perusahaan saingan. Untuk menghasilkan loyalitas anggota, BMT Bina Ummat Sejahtera Lasem menciptakan budaya kerja yang baik kepada para karyawannya. Karena profesional kerja sangat dibutuhkan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik. Penilaian nasabah atas kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepercayaan yang tinggi di hati nasabah, sehingga mampu meningkatkan loyalitas anggota pada BMT BUS. Dari latar belakang masalah tersebut mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “Upaya BMT BUS untuk meningkatkan loyalitas anggota”.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1) Bagaimana pelayanan yang diberikan BMT BUS kepada Anggotanya?, 2) Bagaimana Upaya yang dilakukan BMT untuk meningkatkan Loyalitas Anggota? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang di berikan BMT BUS dan mengetahui loyalitas anggota di BMT BinaUmmat Sejahtera LasemCabangPati.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan mengambil lokasi di BMT BUS Lasem. Data-data dalam penelitian ini berupa data kualitatif yang terdiri dari data primer dan sekunder. Data-data diperoleh melalui metode dokumentasi, observasi, dan wawancara. Data-data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif analisis.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah: *Pertama*, faktor-faktor yang menyebabkan kurganya loyalitas anggota yaitu karena faktor internal (karyawan belum cakap dalam memberikan pelayanan, kurangnya konsistensi dan komitmen dalam member pelayanan, serta kurangnya pemahaman karyawan terhadap BMT) dan faktor eksternal (kondisi perekonomian yang kurang baik, banyaknya persaingan usaha, dan terjadinya bencana alam yang tak terduga, kurangnya pemahaman masyarakat akan lembaga keuangan syariah)

Kata kunci: upaya, pelayanan prima.

KATA PENGANTAR

AssalamualaikumWr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan dan tauladan Nabi Muhammad SAW, keluarga, dan para sahabatnya.

Alhamdulillah, puji dan syukur atas rahmat dan karunia kekuatan yang diberikan Allah hingga akhirnya Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Dengan judul **“UPAYA BMT BUS UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS ANGGOTA”**

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Program Diploma Tiga (D3) Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam NegriWalisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa terselesainya Tugas Akhir ini bukanlah semata hasil jerih payah penulis secara pribadi akan tetapi semua terwujud berkat adanya usaha dan bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini baik berupa moral maupun spiritual, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Muhibbin, M. Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Imam Yahya, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. H. Johan arifi, S. Ag., MM selaku kepala jurusan D3 Perbankan Syariah.
4. Bapak H. Maltuf Fitri, SE., M. Si selaku Dosen Pembimbing, yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahannya dan bimbingan dalam menyusun Tugas Akhir ini.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Ini.
6. Bapak Muhammad Ulin Nuha selaku General Manager BMT BUS Lasem Cabang Pati, dan seluruh Karyawan BMT BUS Lasem Yang telah membantu memberikan waktunya.
7. Ayah, Ibu dan segenap keluarga tercinta yang telah mengasuh dan membimbing serta memberikan dorongan kepada penulis, baik moral maupun spiritual.
8. Sahabatku Indah Gita Cahyani terimakasih telah bersedia berjuang bersama dalam suka maupun duka selama Perkuliahan dan penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Teman – teman seperjuangan PBS B 2012, yang selalu memberikan semangat kepada penulis.

10. Semua pihak yang membantu terselesainya penulisan Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis cantumkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan mereka dengan balasan yang lebih dari yang mereka berikan.

Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi bahasa, isi maupun analisisnya sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tugas Akhir ini.

Akhirnya penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua.
Amin YaRabbalAlamin.

WassalamualaikumWr, Wb.

Semarang, 15 Mei 2015

Penulis

Alin Endarti

122503037

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian	5
D. Kerangka Pemiki	6
E. Metode Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pelayanan	12
- Dasar-dasar pelayanan	14
- Pelayanan prima	15
- Kinerja karyawan	18
B. Pengertian loyalitas anggota.....	28
C. Pengertian BMT.....	31
BAB III GAMBARAN UMUM BMT BUS LASEM.	
A. Sejarah Berdirinya BMT Amanah Mulia magelang	38
B. Visi dan Misi	39
C. Identitas umum BMT	40
D. Produk yang Ditawarkan	43
E. Layanan jasa BMT	45
F. Budaya kerja BMT BUS	47
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Pelayanan BMT BUS.....	50
B. Kinerja karyawan	54

C. Loyalitas Anggota	56
D. Upaya BMT BUS untuk meningkatkan loyalitas anggota.....	58
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	66
B. Saran/Rekomendasi	66
C. Penutup	67
DAFTAR PUSTAKA	
BIODATA	

BAB I

Pendahuluan

A. Latar belakang.

Islam adalah agama yang diturunkan Allah melalui utusannya Rosulullah SAW. Dengan semangat pergerakan beliau menyebarkan Islam dan segala aturan pada setiap aspek kehidupan duniawi, meliputi hukum, sosial, politik, pendidikan dan ekonomi.

Berkat ajaran Rosul mengenai perekonomian umat, pertumbuhan perekonomian Indonesia terkhusus lembaga keuangan telah banyak mengikuti ajaran Islam. Guna mengembangkan ekonomi umat Pemerintah telah mengeluarkan paket kebijakan moneter yang mengatur deregulasi industri perbankan di Indonesia untuk mengembangkan tradisi dan prinsip-prinsip Islam kedalam transaksi keuangan, perbankan dan kegiatan bisnis masyarakat.

Selain perbankan yang menggunakan aturan Syariah dalam transaksi dan aturan kerjanya banyak juga lembaga keuangan lain yang menggunakan prinsip Syariah, seperti halnya koperasi yang juga merupakan lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa keuangan yang melakukan kegiatan intermediasi yaitu penghimpunan dan penyaluran dana dari masyarakat dan untuk masyarakat.

“Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan”.¹Koperasi juga dapat didefinisikan sebagai lembaga ekonomi rakyat yang menggerakkan perekonomian rakyat dalam memacu kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pertumbuhan usaha dan produknya dari waktu ke waktu perlu selalu ditingkatkan.

¹Abdul Bashith, *Islam dan Managemen Koperasi: Prinsip dan Strategi Pengembangan Koperasi di Indonesia*, Malang: UIN Malang Press, cetakan 1, 2008, hlm:58

Dasar hukum undang-undang di atas disahkan di Jakarta pada tanggal 21 Oktober 1992 ditandatangani oleh Presiden Republik Indonesia (RI) Soeharto, dan diumumkan pada Lembaran Negara RI Tahun 1992 Nomor 116. Dengan diterbitkannya UU No 25 Tahun 1992 maka dinyatakan tidak berlaku UU Nomor 12 Tahun 1967 tentang pokok-pokok perkoperasian, Lembaran negara RI Tahun 1967 Nomor 23, dan tambahan Lembaran Negara RI Tahun 1967 Nomor 2832.²

Perjalanan koperasi di Indonesia semakin pesat, selain KSP (koperasi simpan pinjam). Ada pula koperasi yang berlandaskan prinsip Islam yang biasa masyarakat sebut dengan atau Koperasi Simpan Pinjam Syariah. Selain dalam organisasi perkoperasian Indonesia ada pula BMT (Baitul Maal Wa Tamwil) yang fungsinya lebih kedalam kegiatan social dan bisnis.

Kehadiran BMT sebagai pendatang baru dalam dunia pemberdayaan masyarakat melalui sistem simpan pinjam Syariah dimaksudkan untuk menjadi alternatif yang lebih inovatif dalam jasa keuangan. Dari segi namanya *Baitu Maal* berarti lembaga sosial sejenis Badan Amil Zakat Infaq dan Shodaqah (BAZIS) sedangkan *Baitul Tamwil* berarti lembaga bisnis. Maka, BMT secara nama telah melekat dua ciri sosial dan bisnis.³

BMT merupakan lembaga keuangan yang melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah dengan misi mendukung ekonomi masyarakat kecil, juga telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Banyak BMT yang berkembang dengan variasi produk untuk menarik minat masyarakat agar masyarakat lebih memahami tentang prinsip Syariah dalam lembaga keuangan bank maupun non bank. Perkembangan dari Koperasi Simpan Pinjam Syariah menjadi

²*Ibid* hlm: 60

³Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, Yogyakarta: UII press, 2004, hlm: 31.

Koperasi Jasa Keuangan Syariah sebagai bukti bahwa koperasi berbasis syariah banyak diminati oleh masyarakat.

Selain memiliki kedudukan dan fungsi untuk terlibat langsung dalam upaya pengembangan usaha kecil dan menengah, BMT juga mempunyai tujuan untuk meningkatkan wawasan dan kesadaran umat tentang sistem dan pola perekonomian Islam.⁴

Prinsip-prinsip dasar yang diterapkan pada BMT meliputi prinsip bagi hasil, jual beli, dan titipan. Pada produk penghimpunan dananya berupa simpanan. Sedangkan pada penyaluran dana kepada masyarakat sebagian besar disalurkan dengan bentuk barang dan jasa kepada mitranya.

Prinsip-prinsip ini harus dipahami oleh praktisi Bank maupun lembaga keuangan non Bank, untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan sebagai acuan penilaian untuk integritas diri yang tinggi sehingga mampu mengembangkan sektor riil perekonomian.

Banyak BMT-BMT yang memahami dan menerapkan prinsip-prinsip Syariah dalam memberikan pelayanan, antara lainnya di KSPS BMT BUS Lasem.

BMT BUS (Bina Umat Sejahtera) Lasem berusaha memberikan pelayanan yang ekstra untuk menarik minat anggotanya dalam menabung dan mempertahankan eksistensinya dalam dunia perbankan juga mempertahankan loyalitas anggotanya. Banyak lembaga keuangan sejenis BMT yang bergerak dikalangan masyarakat namun sedikit yang bertahan lantaran kinerja karyawannya yang kurang baik. BMT BUS mencoba untuk mengajak masyarakat untuk turut serta dalam menggerakkan pembangunan nasional berdasarkan asas kekeluargaan.

Dari asas kekeluargaan ini KSPS BMT BUS Lasem memberikan pelayanan simpan pinjam dengan kinerja karyawan yang

⁴Ahmad Hasan Ridwan, *Bmt Dan Bank Islam: Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004, hlm 33.

baik untuk menumbuhkan kepercayaan dengan para anggotanya dalam pengelolaan simpanan dan penyaluran dana pada anggota. Tingkat kepercayaan ini dapat dinilai melalui kepuasan anggota dalam menerima pelayanan jasa dari KSPS BMT BUS Lasem.

Kepuasan konsumen merupakan modal dasar untuk membentuk loyalitas yang bisa dijadikan sebagai salah satu senjata untuk menaikan keunggulan bersaing suatu perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Namun dengan adanya kepuasan saja tidak menjamin adanya loyalitas anggota dalam bermitra dengan lembaga yang bergerak disektor jasa.

Untuk memperoleh loyalitas anggota maka etos kerja karyawan yang baik dalam memberikan pelayanan sangat dibutuhkan. Etos kerja yang baik merupakan salah satu syarat untuk mencapai kebahagiaan. Dalam upaya mencapai etos kerja yang baik, pengelola BMT BUS menjadikan pekerjaannya sebagai ibadah untuk mendorong motivasi bekerja selain adanya penghargaan dan jabatan.

Etos kerja adalah sifat, watak dan kualitas kehidupan manusia, moral dan gaya estetik serta suasana batin mereka.⁵ Etos kerja merupakan sikap yang mendasari diri manusia yang direfleksikan kedalam dunia nyata yang biasa disebut dengan sikap dalam bekerja. Dengan etos kerja tersebut seseorang dapat termotivasi dalam bekerja.

Dari etos kerja tersebutlah yang mendasari KSPS BMT BUS Lasem dalam memberikan pelayanan dibidang jasa. Dengan mengoptimalkan pelayanan dari setiap produk-produknya, dan menuntut kinerja karyawan yang baik. Dengan begitu BMT BUS mampu menarik kepercayaan dari para anggotanya.

⁵Toto Tasmara, Membudayakan Etos Kerja Islami, Jakarta: Gema Insani Press 2002, hlm: 15

Berdasarkan kasus diatas mendorong penulis untuk menyusun Tugas Akhir yang berjudul: “Upaya BMT BUS Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota”.

B. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan untuk memperjelasarah penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelayanan yang diberikan BMT BUS kepada Anggotanya?
2. Bagaimana Upaya yang dilakukan BMT untuk meningkatkan Loyalitas Anggota?

C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian.

1. Tujuan penelitian.

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

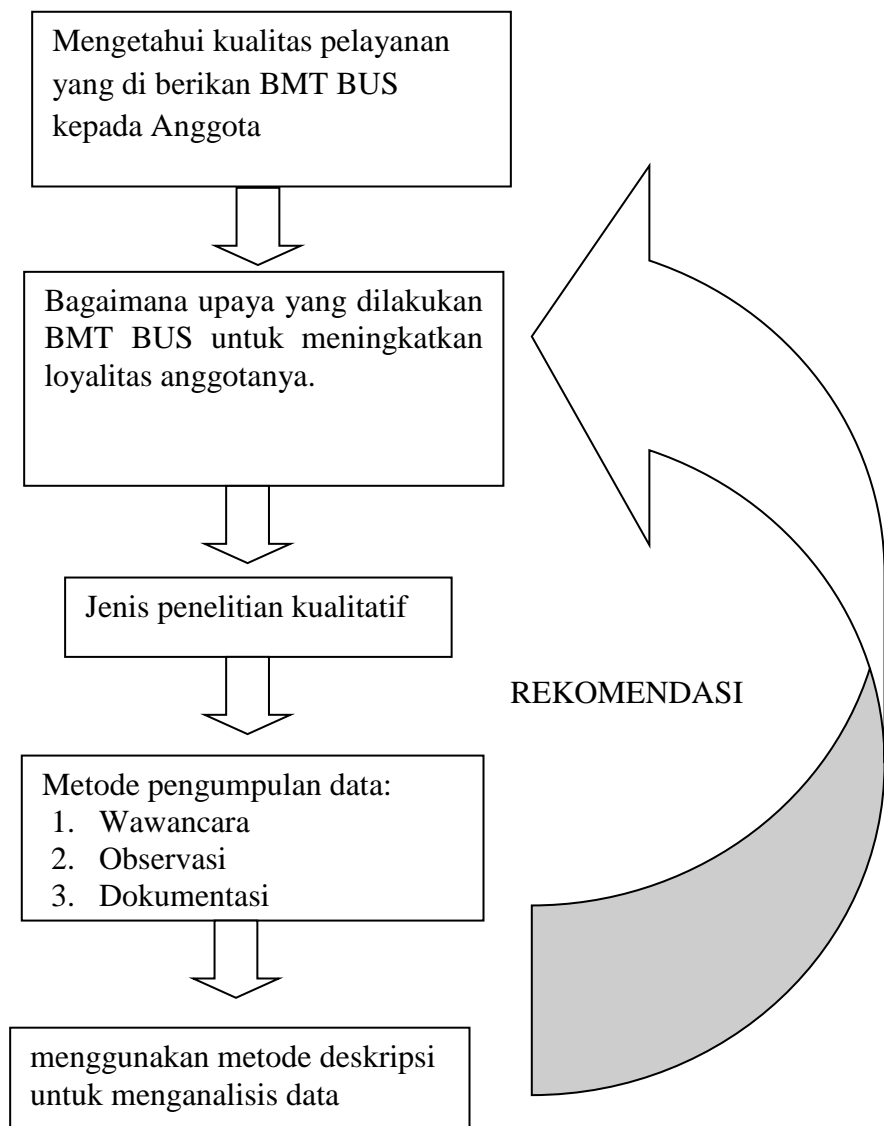
- a. Untuk mengetahui bagaimanan kualitas pelayanan yang diberikan KSPS BMT BUS Lasem kepada para anggotanya.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat loyalitas anggota di KSPS BMT BUS Lasem.
- c. Untuk mengetahui Upaya yang dilakukan BMT BUS dalam meningkatkan Loyalitas Anggota.

2. Manfaat penelitian.

Hasil pemikiran ini diharapkan dapat melengkapi referensi yang telah ada, sehingga dapat memberikan wacana bagi semua pihak. Disamping itu hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi lembaga keuangan terutama mengenai faktor-faktor yang bisa menumbuhkan kepercayaan anggota dan calon anggota untuk mempercayakan dananya kepada KSPS BMT BUS Lasem Cabang Pati.

D. Kerangka Pemikiran

Dari Tugas Akhir yang berjudul "Upaya BMT BUS Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota". menggunakan kerangka pemikiran sebagai berikut.



Keterangan:

Dari latar belakang banyaknya lembaga keuangan yang kurang kompeten dalam memberikan pelayanan sehingga mempengaruhi loyalitas anggotanya, menimbulkan beberapa permasalahan antara lain bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan BMT BUS? dan bagaimana Upaya yang dilakukan BMT BUS Untuk meningkatkan Loyalitas Anggotanya? Dari rumusan masalah tersebut akan peneliti gunakan penelitian kualitatif, penelitian yang bersifat apa adanya berdasarkan kondisi yang ada, penelitian ini menggunakan instrumen penelitian yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi, dan menganalisisnya dengan menggunakan analisa deskripsi guna menjawab pertanyaan-pertanyaan yang menjadi rumusan masalah.

E. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang akan peneliti gunakan adalah penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bersifat apa adanya, dari kondisi sesuatu yang kita teliti.⁶ Peneliti menggunakan penelitian kualitatif untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan BMT BUS kepada Anggotanya, dan upaya yang dilakukan BMT BUS untuk meningkatkan Loyalitas anggotanya.

⁶ Moh. Sidik Priadana, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009 hal 15

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan diteliti adalah KSPS BMT BUS Lasem Cabang Pati.

3. Sumber data

a. Data primer

Data ini berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan informan yang sedang dijadikan sample dalam penelitiannya.⁷

Data ini diperoleh dari wawancara dengan Kepala Cabang, manager Cabang, Layanan Mitra (*Customer Service*), staff marketing, dan mitra. Selain itu juga observasi dengan melihat langsung bagaimana cara staff marketing memberikan pelayanan kepada Anggota.

b. Data Sekunder

Data sekunder berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat, atau mendengarkan.⁸ Data ini diambil dari dokumentasi melalui dokumen-dokumen yang berhubungan dengan Anggota, antarlain dokumen-dokumen pengajuan menjadi anggota dan dokumen pembiayaan.

4. Teknik Pengumpulan Data

⁷ Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: GP Press, 2009, hal 118

⁸ *Ibid*, hal 119

a. Wawancara

Teknik wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan bertatapapan langsung dengan responden. Teknik ini paling luas digunakan untuk memperoleh informasi dari responden/informan.⁹ Model wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur yaitu peneliti telah menentukan format masalah yang akan diwawancarai, yang berdasarkan masalah yang akan diteliti.¹⁰ Wawancara dilakukan dengan Kepala Cabang, *staff marketing*, Layanan Mitra (*Customer Service*), dan anggota.

b. Observasi

Kegiatan observasi meliputi melakukan pengamatan, pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan.¹¹ Kegiatan observasi ini dilakukan dengan melihat langsung *staff marketing* memberikan pelayanan.

c. Dokumentasi

⁹Moehar Daniel. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002, Hal 143

¹⁰ Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: GP Press, 2009, hal 131

¹¹ *Ibid* hal 121

Dokumentasi merupakan data tambahan yang mendukung data utama yang didapatkan peneliti dari melihat, mendengar dan bertanya. Dokumentasi merupakan sumber data tertulis.¹² Data-data ini dapat peneliti dapatkan dari brosur, arsip, maupun berkas-berkas lain.

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskripsi. Analisis deskripsi bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subyek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subyek yang diteliti.¹³ Data- data yang diperoleh kemudian penulis analisa dengan mengaitkan pelaksanaan pemberian pelayanan kepada anggota.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

¹² *Ibid* hal 118

¹³ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001, hal

BAB II GAMBARAN UMUM KJKS BINAMA

Dalam bab ini mengurai tentang pengertian pelayanan, kualitas, etos kerja karyawan, loyalitas, kepercayaan, Pengertian BMT,

BAB III PROFIL BMT

Dalam bab ini penulis menerangkan tentang profil BMT BUS Lasem. .

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini adalah pembahasan yang paling pokok mengenai permasalahan, yaitu upaya yang dilakukan BMT BUS untuk meningkatkan Loyalitas Anggotanya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.

Berisi tentang kesimpulan dan saran terhadap hasil yang didapat dari penelitian tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA.

Landasan Teori.

2.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1 Pengertian pelayanan

Pelayanan merupakan suatu rasa yang diberikan kepada orang lain dengan keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabahnya.¹

Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan langsung dengan pelanggan. pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau melalui telepon. Atau pelayanan tidak langsung yang artinya pelanggan atau nasabah tidak dilayani langsung oleh karyawan tetapi dilayani oleh mesin seperti Mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.²

Pelayanan sangat dibutuhkan oleh semua jenis produk yang ditawarkan perusahaan. Menurut kotler definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. menurut kotler perilaku tersebut dapat terjadi pada saat sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang

¹Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta:PT Raja Grafindo,2005,hlm.15.

²*Ibid*, hlm : 15

bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.³

Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua jenis produk yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung. Untuk produk bank (dan lembaga keuangan lainnya seperti asuransi, leasing, pegadaian, dan lain-lain) ada yang memerlukan pelayanan langsung seperti penyetoran uang tunai, pengajuan kredit atau pembelian produk lainnya. Dalam pelayanan tersebut ada yang memerlukan penjelasan, baik sekedar atau secara rinci. Dalam praktiknya, pelanggan atau nasabah yang membutuhkan sesuatu yang perlu pelayanan sesuai dengan keinginannya dibagi menjadi empat macam yaitu sebagai berikut:⁴

- a. Pelanggan atau nasabah sangat memerlukan bantuan seseorang (customer service, pramuniaga, kasir) untuk menentukan atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. Mulai dari mencari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk, sampai dengan membayar dikasir atau teller.
- b. Pelanggan atau nasabah memerlukan bantuan hanya seperlunya saja. Artinya nasabah datang kemudian mencari dan memilih sendiri, baru yang terakhir berhubungan dengan petugas saat membayar.
- c. Pelanggan atau nasabah membutuhkan bantuan tetapi melalui telepon. Jadi dalam hal ini pelanggan tidak berhadapan langsung secara fisik dengan petugas akan tetapi hanya melalui suara.

³philip kotler. Manajemen Pemasaran: Analisis,Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol,jilid 1,2001.jakarta erlangga,hlm.83.

⁴*Ibid.*hlm: 83-84.

d. Pelanggan atau nasabah tidak membutuhkan bantuan petugas jika tidak dalam keadaan darurat. Artinya yang dihadapi pelanggan atau nasabah dalam hal ini adalah mesin, sebagai contohnya ATM

2.1.1.1 Dasar Dasar Pelayanan.

Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, seorang karyawan harus memiliki dasar-dasar pelayanan seperti etika pelayanan, pengenalan produk dan dasar-dasar pelayanan lainnya. Pelayanan yang berkualitas akan diberikan seorang petugas jika setiap petugas dibekali dengan pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaannya, termasuk kemampuan dalam menguasai pengetahuan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan dan produk yang ditawarkan.

Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik dari suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat istiadat. Kualitas pelayanan yang diberikan tentu harus sesuai dengan standar yang diinginkan perusahaan. Untuk itu seorang karyawan harus memahami standar yang ditetapkan oleh perusahaan, dan memiliki pengetahuan yang dalam tentang dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan tentang dasar-dasar pelayanan yang harus dimengerti dan dipahami seorang customer service, pramuniaga, satpam dan kasir:⁵

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum.
3. Menyapa dengan lembut dan ramah, serta berupaya menyebutkan nama jika sudah mengenali nasabah.

⁵ Kasmir *Op cit*, hlm.18

4. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
5. Berbicara dengan menggunakan bahasa yang baik dan benar.
6. Bergairah dalam melayani nasabah dan menunjukkan kemampuannya.
7. Tidak boleh menyela atau memotong pembicaraan.
8. Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan.
9. Jika tidak mampu menangani permasalahan yang ada, maka minta bantuan.
10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akandilayani.

Karyawan harus mandalami dan mempelajari melalui pendidikan dan pelatihan khusus sebelum terjun kelapangan. Karyawan yang berhubungan langsung dengan nasabah harus bisa memahami dan memberikan pelayanan yang benar-benar prima dan optimal.

2.1.1.2 Pengertian pelayanan prima.

Pelayanan prima adalah suatu bentuk pelayanan yang baik dan melampaui harapan pelanggan, memiliki ciri khas nice quality dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat secara konsisten dan akurat. Prima berarti sangat baik dan mengesankan. Manajemen pelayanan prima yaitu suatu kegiatan merencanakan, mengorganisir, menggerakkan serta mengendalikan proses pelayanan dengan standar yang sangat baik untuk memuaskan pelanggan agar tujuan perusahaan tercapai. Tujuan dari pelayanan prima adalah dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan kepada konsumen atau nasabah.

2.1.1.3 Kualitas pelayanan.

Menurut supranto, kualitas adalah suatu kondisi dimana produk yang memenuhi kebutuhan orang yang menggunakannya, karena kebutuhan manusia bersifat dinamis atau berbeda yaitu, kondisi yang berhubungan dengan barang, jasa dan manusia. Proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau nasabah.⁶

Definisi dari kualitas tersebut memberikan indikasi bahwa setiap perusahaan, harus mampu berkompetisi untuk menciptakan barang atau jasa sesuai dengan permintaan dan harapan konsumen.

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model service quality (parasuraman,et,al 1998) yaitu sebagai berikut.⁷

a. Bukti fisik (tangibel).

Tangibel yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yaitu penampilan kantoran karyawan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan, serta lingkungan disekitar perusahaan, misalnya: fasilitas fisik (gedung, ruang tunggu, tempat parkir, dan fasilitas komunikasi), perlengkapan, peralatan yang digunakan juga penampilan para karyawannya.

b. Keandalan (Reliability)

Reliability yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan

⁶Supranto,j, *Pengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan*, cet.1., jakarta:pt rineka cipta,2001, hlm,2

⁷Rambat lupiyoadi, *Manajemen Pemasaranjasa*, jakarta: selemba empat,2001 hlm.148

kepada pelanggan secara akurat dan terpercaya. Pelanggan menilai reliabilitas perusahaan berdasarkan pada sejauhmana perusahaan jasa memberikan pelayanan yang konsisten sesuai yang dijanjikan seperti dimana perusahaan mengumumkan waktu dibukanya pelayanan.

c. Daya tangkap (responsiveness).

Responsiveness yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas atau tidak membiarkan pelanggan menunggu terlalu lama tanpa adanya kejelasan dan memberikan penyelesaian terhadap masalah pelanggan dengan cepat sesuai dengan apa yang dijanjikan. Pelanggan akan menilai kualitas pelayanan dari kecepatan pegawai dalam menanggapi dan menindak lanjuti keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.

d. Jaminan (assurance)

Assurance yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, meliputi: pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf atau karyawan, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.

e. Empati (perhatian).

Empati yang dimaksud adalah memberikan perhatian yang tulus dari sifat pribadi atau individual karyawan yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya untuk memahami keinginan pelanggan. Dimana mengharapkan perusahaan memiliki pengertian dan memahami pelanggan atau nasabah dengan memberikan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Kemampuan

pegawai dalam berkomunikasi dengan pelanggan menjadi salah satu penilaian nasabah dan masyarakat.

Selain pendekatan tersebut yang digunakan sebagai penelitian atas kualitas pelayanan. Ada beberapa faktor lain dalam dimensi layanan, antara lain:

1. Akses
2. Kesopanan
3. Kompetensi
4. Keamanan
5. Faktor berwujud dan fasilitas fisik lainnya.

Parasuraman menyatakan bahwa terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan:⁸

1. Expected service, yaitu jasa yang diharapkan atau diinginkan.
2. Perceived service, yaitu jasa yang dirasakan atau yang dipersepsikan.

Jika kedua faktor tersebut telah sesuai maka kualitas pelayanan yang dimaksud dianggap baik dan memuaskan. Terlebih jika jasa yang diterima melebihi apa yang diharapkan nasabah. Dan sebaliknya jika perceived service lebih rendah dari expected service maka kualitas pelayanan di anggap buruk. Oleh karena itu pemenuhan kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan bagi manajemen perusahaan.

2.1.1.4 Kinerja Karyawan .

Karyawan adalah seseorang yang ditugaskan sebagai pekerja dari sebuah perusahaan untuk melakukan operasional perusahaan dan dia bekerja untuk digaji. Mereka ini menjadi perencanaan, pelaksana, dan pengendalian yang berperan aktif dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Berhubungan dengan karyawan pasti tidak akan lepas dari kinerja

⁸Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Malang: bayumedia, 2005, hlm.121.

karyawan dan setiap perusahaan akan selalu melakukan penilaian kinerja karyawan.⁹

SDM (Sumber Daya Manusia) atau Kinerja berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* yang berarti prestasi kerja atau prestasi yang sesungguhnya yang dicapai dari seseorang. Pengertian kinerja atau prestasi kerja adalah hasil kerja secara kualitas atau kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya. Kinerja merupakan kombinasi dari kemampuan, usaha dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerjanya. Seseorang yang memiliki perilaku yang baik pasti akan berusaha melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan aturan yang sudah ditetapkan.¹⁰

Beraneka program penataran dan pelatihan yang dilakukan selama ini belum cukup mendongkrak kinerja sekedar menyentuh aspek-aspek kualitas menu sajian dan pelayanan selama pelatihan. Suatu Kinerja individu dapat diartikan apabila ada kesesuaian antara pekerjaan dan kemampuan. Kinerja individu sendiri dipengaruhi oleh

⁹*Ibid*, hlm: 85

¹⁰Mulisin Riadi, *pengertian indikator dan faktor yang mempengaruhi kinerja*, <http://kajianpustaka.com/2014/01/pengertian-indikator-faktor-mempengaruhi-kinerja.html>, diakses 28 Maret 2015

kepuasan kerja. Kepuasan kerja itu sendiri adalah perasaan individu disetiap kerjaannya.¹¹

Persepsi kinerja (perceived performal) perbankan didasarkan pada pengetahuan, keyakinan dan penilaian terhadap merk, kinerja produk, citra dan pelayanan bank yang diterima oleh nasabah. Sekali penilaian terhadap merk, kinerja produk, citra, dan pelayanan bank dipersepsikan memuaskan, maka kesetiaan nasabah akan terbentuk menggunakannya secara berulang-ulang untuk jangka panjang. Faktor yang mempengaruhi kinerja seseorang adalah sebagai berikut :

a. Kewibawaan.

Kewibawaan merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi kinerja seseorang. Maksudnya adalah seseorang yang memiliki kekuatan dalam bekerja biasanya leluasa dalam membuat hal baru atau inovasi agar bisa menghasilkan suatu pekerjaan dengan baik dan tepat.

b. Sifat-sifat keterampilan

Sifat-sifat atau keterampilan seseorang yang memiliki banyak keterampilan jelas kinerja jelas jauh lebih baik dibandingkan dengan seseorang yang memiliki keterampilan seadanya. Karena itu agar kinerja seseorang

¹¹Wandi , *Kinerja staf dan Organisasi* , Bandung : Pustaka Setia, 2008, hlm: 5

meningkat maka perlu diberikan keterampilan-keterampilan bagi anggota dalam suatu organisasi.

c. Perilaku

Perilaku yang positif dapat mengarah kepada kebaikan jelas akan menghasilkan kinerja yang positif yang dapat membawa kemajuan organisasi.

d. Fleksibilitas Pemimpin

Pemimpin bisa menyesuaikan diri dengan keadaan yang ada pada saat ini, tidak kaku terhadap suatu kondisi. Dengan demikian bawahan akan merasa senang dan tidak kaku dalam melaksanakan pekerjaan. Hal tersebut akan sangat berpengaruh pada kinerja karyawan.

Pengaruh kinerja terhadap kepuasan nasabah lebih kuat daripada harapan dalam menentukan kepuasan seseorang. Apabila akan mengikuti beberapa ketentuan aktifitas pemasaran bank dapat dikelola dengan baik maka hasilnya tidak hanya sekedar dapat memberikan kepuasan kepada nasabah, tetapi juga dapat menghasilkan laba jangka panjang dengan cara mengelola nilai pelanggan seumur hidup.¹²

Penilaian kinerja untuk karyawan di perusahaan perbankan biasanya akan mengikuti beberapa ketentuan mengenai rasio-

¹²Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010, hlm: 97

rasio kesehatan perbankan seperti Loan to Deposit Ratio (LDR), BOPO, dan lain-lain. Penilaian kinerja dapat menjadi sumber utama informasi dan umpan balik untuk karyawan yang sering kali merupakan fungsi perkembangan mereka dimasa depan.

Karyawan merupakan kunci untuk menentukan kualitas pelayanan, kualitas produk, kualitas operasional maupun kualitas operasional maupun kualitas kinerja perusahaan. Sejumlah karakteristik kualitas karyawan terdiri atas berikut ini

1. Competence, karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan (professional skill) dalam melayani nasabah.
2. Courtesy, ramah, hormat dan timbang rasa dalam menghadapi dan melayani setiap nasabah
3. Credibility, karyawan terpercaya
4. Reability, karyawan mampu melaksanakan layanan secara konsisten dan teliti.
5. Responsiveness, kemampuan merespon pelanggan dan mampu menyelesaikan masalah dengan cepat.
6. Gamesmanship, yaitu sikap dalam menghadapi setiap keluhan nasabah sebagai suatu permintaan dengan obyek utama adalah memenangkan kepuasan nasabah.

7. Timelines, yaitu sikap yang memperlihatkan untuk memberikan pelayanan tepat waktu, cepat, dan garansi pelayanan bank yang melebihi 5 menit, nasabah memperoleh tambahan saldo tertentu misalnya.
8. Communication, karyawan berusaha untuk memahami pelanggan dan mampu berkomunikasi dengan jelas.¹³

Setiap karyawan bertekad mengemban misi sesuai visi Institusi dengan mengedepankan pelayanan pelayanan yang berkualitas prima terhadap pelanggan. Hal ini tercermin dalam semangat kerja pegawai. Dan harapan pelanggan internal harus didukung oleh institusi, diantaranya :

- a. Kebersamaan dan kerjasama dalam bekerja

Membangun *team building/team work* yang kuat merupakan perwujudannya. Adanya inisiatif dan fleksibilitas dalam membantu teman satu team agar tercipta iklim kerjasama saling selaras dalam satu kesatuan.

- b. Struktur, sistem dan prosedur kerja yang jelas dan efisien

Yang dimaksud rangkaian dari tata kerja yang kemudian membentuk suatu kebulatan pola teratur dalam rangka melaksanakan suatu pekerja. Adanya kejelasan suatu prosedur kerja yang dikenal dengan SOP (Standart

¹³Ibid, h. 92

Operasional Prosedur) dalam tata cara pelayanan sehingga memudahkan dalam tahapan dan urutan langkah dalam menentukan sikap dan perilaku petugas pelayanan.

c. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia dalam peningkatan mutu kerja

Profesionalisme sumber daya manusia menjadi kunci utama dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, karena mewujudkan konsep pelayanan prima serta memberikan kesempatan karyawan untuk aktualisasi diri dalam tim kerja yang solid dan produktif.

d. Hubungan kerja yang sehat dan aman dalam kepuasan kerja

Managemen harus berusaha menciptakan suasana dan lingkungan kerja yang kondusif dan nyaman, persaingan yang sehat, aman, tidak terlibat perselisihan, konflik dan menyenangkan sehingga akan dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

e. Imbalan dan gaji/penghargaan yang sesuai

Imbalan bersifat *Material Incentive* yang berwujud materi dan dihitung dengan angka atau harga seperti honor, uang lembur, bonus dan tunjangan kesehatan. Tetapi ada pula yang bersifat *Non Material Incentive*

yaitu imbalan yang dirasakan namun tidak berwujud materi atau uang seperti kepuasan, harga diri, pujian, ucapan selama, maupun pengumuman penghargaan. Kinerja Karyawan adalah tingkat dimana karyawan mencapai persyaratan pekerjaan.¹⁴

Kualitas pelayanan yang dapat memuaskan pengguna industri jasa adalah sebagai berikut :

1. Ketepatan waktu pelayanan, yaitu kemampuan karyawan untuk menyelesaikan pelayanan dengan waktu proses yang lebih cepat sehingga dapat meminimalkan waktu tunggu bagi nasabah.
2. Akurasi pelayanan, yaitu pelayanan yang berkaitan dengan reabilitas pelayanan, tanggungjawab dan bebas dari kesalahan-kesalahan.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, terutama bagi karyawan yang berada di garis depan yang secara langsung berinteraksi dan melayani nasabah.
4. Kelengkapan, yaitu ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementer lainnya, seperti buku pedoman, denah dan sebagainya.

¹⁴Nina Rahmayanti, *Managemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2010, h.38

5. Kemudahan mendapatkan pelayanan, seperti outlet, cukupnya jumlah karyawan yang melayani, administrasi, fasilitas pendukung, seperti computer untuk memproses data dan lai-lain.
6. Variasi model pelayanan, yang berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan.
7. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan lokasi, ruangan tempat pelayanan, kemudahan menjangkau tempat parker kendaraan, ketersediaan informasi dan lainnya.
8. Pelayanan pribadi, yaitu pelayanan yang berkaitandengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus.
9. Pendukung pelayanan, seperti lingkungan, kebersihan, ruang tunggu yang sejuk, nyaman, indah dan lain-lain.

Kualitas jasa bank melekat pada karyawan dalam memberikan pelayanan jasa kepada nasabah, kualitas karyawan merupakan salah satu faktor antara bank yang satu dengan bank yang lainnya, sekaligus sebagai salah satu rantai nilai yang dapat menciptakan *Competitive advantage* bagi bank yang bersangkutan. Sejumlah karakteristik kualitas karyawan terdiri atas berikut ini :

1. Competence, karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan (professional skill) dalam melayani nasabah.
2. Courtesy, ramah, hormat dan timbang rasa dalam menghadapi dan melayani setiap nasabah
3. Credibility, karyawan terpercaya
4. Reability, karyaawan mampu melaksanakan layanan secara konsisten dan teliti.
5. Responsiveness, kemampuan merespon pelanggan dan mampu menyelesaikan masalah dengan cepat.
6. Gamesmanship, yaitu sikap dalam menghadapi setiap keluhan nasabah sebagai suatu permintaan dengan objek utama adalah memenangkan kepuasan nasabah.
7. Timeliness, yaitu sikap yang memperlihatkan untuk memberikan pelayanan tepat waktu, cepat, dan garansi pelayanan bank yang melebihi lima menit, nasabah akan memperoleh tambahan saldo tertentu misalnya.
8. Communication, karyawan berusaha untuk memahami pelanggan dan mampu berkomunikasi dengan jelas.¹⁵

¹⁵Ali Hasan, Marketing Bank Syariah, Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010, h.92

2.2 Loyalitas.

Loyalitas adalah presentase dari orang-orang yang pernah membeli suatu produk dalam kurunwaktu tertentu dan mengulang pembeliannya lagi.¹⁶

Oliver (1999: 35-37) mengatakan konsep loyalitas yang ditawarkan mengenai tingkat loyalitas konsumen terdiri dari empat tahap, yaitu:

1. Loyalitas Kognitif.

Yaitu tahap dimana konsumen mengetahui langsung maupun tidak langsung merk dan manfaatnya dan melanjutkan pembelian berdasarkan keyakinan superioritas yang ditawarkan. Pada tahap ini kesetiaan adalah informasi tentang produk atau jasa yang tersedia bagi konsumen.

2. Loyalitas Afektif.

Suatu sifat favorable konsumen terhadap merk yang merupakan hasil dari konfirmasi yang berulang dari harapannya selama tahap cognitively loyalty berlangsung. Pada tahap ini dasar kesetiaan adalah pada sikap dan komitmen konsumen terhadap produk dan jasa.

3. Loyalitas Konatif.

Intensi membeli ulang sangat kuat dan memiliki keterlibatan tinggi yang merupakan dorongan motivasi.

4. Loyalitas Tindakan.

Menghubungkan penambahan yang baik untuk tindakan serta keinginan untuk mengatasi kesulitan seperti pada tindakan kesetiaan.

Tjiptono (2001:85) mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu:

- 1) Pembelian ulang.
- 2) Kebiasaan membeli Merk tersebut.

¹⁶ibid, hlm: 68

- 3) Selalu menyukai merk tersebut.
- 4) Tetap emilih merk tersebut.
- 5) Yakin bahwa merk tersebut yang terbaik.
- 6) Merekomendasikan merk tersebutpada orang lain.

2.2.1 Loyalitas anggota.

Kesetiaan pelanggan adalah kesetiaan yang datang dari lubuk hati nurani pelanggan, ketulusan hati nurani yang terjadikarena adanya kepuasan yang diterima dan dirasakan atas pelayanan yang diberikansangat baik tanpa adanya batas waktu, perusahaandan karyawan akan berusaha untuk mempertahankan proses pelayanan yang sangat baik sehingga pelanggan akan mengikuti dan memberikan kesetiannya.¹⁷

Pelanggan adalah seseorang yang menerima pelayanan atau kata lain dari konsumen.¹⁸ Jadi siapa saja bisa menjadi pelanggan tergantung dalam situasinya. Pelanggan atau nasabah adalah subjek yang paling dinamis yang bisa dipengaruhi dari faktor-faktor dari dalam dirinya maupun faktor eksternal dari luar dirinya.

Respon dari nasabah timbul dari persepsi atau harapan rangsangan baik dari dalam maupun luar dirinya. Pembelotan atau berpalingnya pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberi pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan. Bila kita perhatikan dari perilaku dan kepuasan yang diterima pelanggan maka wujud dari kesetiaan pelanggan mencakup enam hal diantaranya:

1. Pengalaman pelanggan mengalami kepuasan yang buruk dalam bertransaksi dapat jelas terlihat melalui ekspresi pelanggan, dari bahasa tubuh pelanggan, ekspresi senyum

¹⁷Ibid, hlm 68

¹⁸Ibid, hlm: 60

yang ramah dan wajah dengan keramahan dan penuh antusiasme pada saat berhadapan langsung dengan petugas.

2. Kesiediaan pelanggan mengembangkan hubungan dengan perusahaan kita.
3. Kesiediaan menjadi pembeli setia perusahaan atau pelanggan.
4. Penolakan untuk berpaling pada pesaing perusahaan.
5. Kesiediaan merekomendasikan perusahaan kita kepada orang lain.

Membeli produk lain dari perusahaan yang sama. Misalnya perusahaan membuat produk lain untuk memperkuat branding dan keuntungan perusahaan. Pelanggan tetap membeli karena tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap brand perusahaan meskipun perusahaan lain membuat produk dengan manfaat dan kualitas yang sama.

Kesetiaan terjadi karena adanya kepercayaan anggota terhadap BMT. Dari pelayanan yang di berikan SDM anggota dapat menilai apakah BMT tersebut dapat dipercaya atau tidak. Kepercayaan menurut kamus besar bahasa indonesia “anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar-benar atau nyata”.¹⁹ Kepercayaan merupakan suatu keyakinan atas apa yang menurut seseorang dapat menemukan sesuatu yang diharapkan dari mitranya atau lawan mainnya (benda, manusia dll).

Kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang, dan adanya pembelajaran dan pengalaman.²⁰ Disamping itu kepercayaan merupakan keyakinan bahwa penyedia jasa dapat menggunakannya sebagai alat untuk

¹⁹Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *KBBI*, Jakarta: Balai Pustaka, 1995, hlm:753.

²⁰Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi Dan Rasakan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005, hlm : 62-63.

menjalin hubungan jangka panjang dengan pembeli yang akan dijalaninya. Hubungan yang dibangun dari rasapercaya antara pembeli kepada penjual memungkinkan penjual untuk memenuhi dengan baik kebutuhan pembeli dan ini merupakan satu langkah penting dalam membentuk hubungan jangka panjang.

Menurut Barnes yang dikutip oleh Astri Diah Maharani dalam skripsinya elemen penting trust sebagai berikut:

1. Trust merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan masalalu watak yang diharapkan dari partner seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
2. Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam resiko.
3. Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri mitra.²¹

2.3 Baitul Maal Wa Tamwil.

2.3.1 Pengertian BMT.

BMT merupakan kependekan dari Baitul Maal Wa Tamwil atau dapat juga dituliskan dengan Baitul Maal wa baitul Tamwil. Secara harfiah baitul maal berarti rumah dana dan baitul tamwi berarti rumah usaha.²² Baitul maal lebih mengarah pada usaha – usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti zakat, infaq dan shodaqoh. Sedangkan baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. BMT merupakan suatu organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Sebagai lembaga bisnis BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan yaitu

²¹Astri dhiah Maharani, *Analisis Pengaruh Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*, Skripsi S1, Semarang : UNDIP,2010 Hlm: 18.

²² Muhammad Hasan Ridwan, *op.cit*, hlm: 126.

simpan pinjam. Dalam tataran hukum di Indonesia badan hukum yang digunakan BMT adalah koperasi.

Tujuan didirikannya BMT adalah untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

2.3.2 Asas Dan Landasan BMT.

BMT berlandaskan Pancasila dan Undang-undang 1945 serta berlandaskan prinsip syariah Islam, keimanan, keterpaduan (kaffah), kekeluargaan/ koperasi, kebersamaan, kemandirian, dan profesionalisme.

Dengan demikian keberadaan BMT menjadi organisasi yang sah dan legal. Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan untuk mau tumbuh dan berkembang. Keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan untuk mencapai sukses di dunia dan di akhirat. Serta keterpaduan pada sisi maal dan tamwil (sosial dan bisnis).

Dasar hukum menabung telah diatur dalam:

Al-Quran dalam potongan Surat Al-baqarah ayat : 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا. (البقرة: 275)

Artinya: “Allah telah menghalalkan perniagaan dan mengharamkan riba” (al-baqarah :275).

Selain itu juga dalam QS: Al-Baqarah ayat:278-279.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ. فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُؤُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ. (البقرة: 278-279)

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 mengerjakannya (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah Allah dan Rasulnya akan memerangimu. Dan jika kamu

bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak (pila) dianiaya.” (QS. Al-Baqarah : 278-279).

Asas kekeluargaan dan kebersamaan berarti upaya dalam mencapai kesuksesan tersebut diraih secara bersama. Kemandirian berarti BMT tidak dapat hidup hanya dengan bergantung pada uluran tangan pemerintah, akan tetapi harus berkembang dengan meningkatkan partisipasi anggota dan masyarakat, untuk itulah polapengelolaannya harus profesional.²³

2.3.3 Prinsip Utama BMT.

Dalam melaksanakan usahanya BMT berpegang teguh pada prinsip utama,²⁴ yaitu:

1. Keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT dengan mengimplementasikannya pada prinsip-prinsip syariah dan muamalah Islam kepada kehidupan nyata.
2. Keterpaduan, yakni nilai-nilai spiritual dan moral menggerakkan dan mengarahkan etika bisnis yang dinamis, proaktif, progresif adil, dan berakhlak mulia.
3. Kekeluargaan, yakni mengutamakan kepentingan bersama diatas kepentingan pribadi. Setiap pengelola pada setiap tingkatan, pengurus dengan semua liniya serta anggota, dibangun rasa kekeluargaan, sehingga akan tumbuh rasa saling melindungi dan menanggung.
4. Kebersamaan, yakni kesatuan pola pikir, sikap dan cita-cita antar semua elemen BMT. Antara pengelola dan pengurus harus memiliki satu visi dan bersama-sama anggota untuk memperbaiki kondisi ekonomi dan sosial.

²³Ibid, hlm: 129-130.

²⁴Ibid, hlm: 130-131.

5. Kemandirian, yakni mandiri diatas semua golongan politik. Mandiri berarti juga tidak bergantung pada dana-dana pinjaman dan bantuan, tetapi senantiasa proaktif untuk menggalang dana masyarakat sebanyak – banyaknya.
6. Profesionalisme, yakni semangat kerja yang tinggi, yang dilandasi dengan keimanan. Kerja yang tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia saja, akan tetapi juga kenikmatan dan kepuasan rohani dan akhirat. Kerja keras dan cerdas yang dilandasi dengan bekal pengetahuan (knowledge) yang cukup, keterampilan (skill) yang terus ditingkatkan, serta niat dan gairah (attitude) yang kuat. Semua itu dikenal dengan kecerdasan emosional, spiritual dan intelektual. Sikap profesionalisme dibangun dengan semangat untuk terus belajar demi mencapai tingkat standar kerja yang tinggi.
7. Istiqomah, konsisten, konsekuen, kontinuitas/ keberlanjutan tanpa henti dan tak pernah putus asa. Setelah encapai suatu tahap, maka maju lagi ketahap berikutnya dan hanya kepada Allah SWT kita berhadap dalam artian berserah diri.

2.3.4 fungsi BMT

Dalam rangka mencapai tujuan BMT berfungsi:²⁵

1. mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong dan mengembangkan potensi diri serta kemampuan potensi ekonomi anggota, kelompok anggota muamalat (poskuma) dan daerah kerjanya.
2. Meningkatkan kualitas SDM anggota dan poskuma menjadi lebih profesional dan islami sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global.
3. Menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.

²⁵ibid.

4. Menjadi perantara keuangan (financial intermediary) dan agniya' sebagai shohibul maal dengan dhu'afa sebagai mudhorib, terutama untuk dana – dana sosial seperti zakat, infaq, shodaqah, wakaf, hibah,dll.
5. Menjadi perantara keuangan (financial intermediary) antara pemilik dana (shahibul maal) baik sebagai pemodal atau penyimpan dana dengan pengguna dana (mudharib) untuk pengembangan usaha produktif.

2.3.5 Ciri – Ciri Utama BMT²⁶.

1. berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan masyarakat.
2. Bukan lembaga sosial, tetapi bermanfaat untuk mengefektifkan pengumpulan dan penyaluran dana zakat, infaq, dan shadaqah bagi kesejahteraan orang banyak.
3. Ditumbuhkan dari bawah berlandaskan peran serta masyarakat disekitarnya.
4. Milik bersama masyarakat bawah bersama dengan orang-orang kaya disekitar BMT. Bukan milik perseorangan atau orang dari luar masyarakat. Atas dasar ini BMT tidak dapat berbadan hukum perorangan.

2.3.6 Ciri khusus BMT.

BMT merupakan lembaga milik masyarakat, sehingga keberadaannya akan selalu dikontrol dan diawasi oleh masyarakat. Laba dan keuntungan yang diperoleh BMT juga akan didistribusikan kepada masyarakat, sehingga maju mundurnya BMT sangat dipengaruhi oleh masyarakat sekitar BMT berada. Selanjutnya BMT memiliki ciri-ciri khusus sebagai berikut:

²⁶Ibid, hlm: 132

1. Staff dan karyawan BMT bertindak proaktif, tidak menunggu tetapi menjemput bola, bahkan merebut bola, baik untuk menghimpun dana anggota maupun untuk pembiayaan. Pelayanannya mengacu pada kebutuhan anggota, sehingga semua staff BMT harus mampu memberikan yang terbaik untuk anggota dan masyarakat.
2. Kantor dibuka dalam waktu yang tertentu yang ditetapkan sesuai kebutuhan pasar, waktu buka kasnya tidak terbatas pada siang hari saja, tetapi dapat juga pada sore atau malam hari tergantung pada kondisi pasarnya. Kantor ini hanya ditunggu oleh sebagian staff saja, karena kebanyakan dari mereka keluar untuk menjemput para anggota. Pembicaraan bisnis bahkan transaksi akad pembiayaan dapat saja dilakukan diluar kantor misalnya dipasar atau dirumah nasabah/anggota.
3. BMT mengadakan pendampingan usaha anggota. Pendampingan ini akan lebih efektif jika dilakukan secara berkelompok (poskuma). Dalam pendampingan ini akan dilakukan pengajian rutin, dirumah, di masjid, atau disekolah. Kemudian dilanjutkan dengan berbincang mengenai bisnis dan lain-lain.
4. Manajemen BMT adalah profesional Islami.
 - Administrasi keuangan dilakukan berdasarkan standar akuntansi keuangan Indonesia yang disesuaikan dengan prinsip akuntansi syariah. Jika dirasa telah mampu, BMT dapat menggunakan sistem akuntansi komputerisasi sehingga mempermudah dan mempersingkat proses pembukuan. Pembukuan ini dilaporkan secara berkala dan terbuka.
 - Setiap bulan BMT akan menerbitkan laporan keuangan dan penjelasan dari isi laporan tersebut.

- Setiap tahun buku yang ditetapkan, maksimal sampai bulan maret tahun berikutnya, BMT akan menyelenggarakan Muasyawarah Anggota Tahunan. Forum ini permusyawaratan tinggi.
- Aktif menjemput bola, berprakarsa, kreatif, inovatif, menemukan masalah dan memecahkannya secara bijak dan memberikan kemenangan kepada semua pihak.
- Berpikir, bersikap, dan bertindak “ahsanu ‘amala” atau service exelence.
- Berorientasi pada pasar bukan pada produk, meskipun produk menjadi penting, namun pendirian dan pengembangan BMT harus senantiasa memperhatikan aspek pasar, baik dari sisi lokasi, potensi pasar, tingkat persaingan, serta lingkungan bisnisnya.

BAB III

PROFIL BMT BUS

3.1 Gambaran Umum BMT BUS Lasem.

3.1.1 Sejarah Berdirinya dan perkembangan BMT BUS.

Awal mula pendirian lembaga keuangan BMT BUS Lasem berawal dari adanya sebuah keprihatinan akan menatap relitas perekonomian masyarakat lapis bawah yang tidak kondusif dalam mengantisipasi perubahan masyarakat global.

Pada Tahun 1996 Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) Orsat Rembang berusaha menggerakkan organisasi dengan mendirikan sebuah lembaga keuangan alternatif berupa usaha simpan pinjam yang dipimpin oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) antarlain dr. H. Aris Munandar, MRR, MBA, Drs. H. Wiratmoko, MM, dr. H. Nowohadi TS. DSPD, dan lain- lain, berusaha untuk merintis sebuah lembaga keuangan mikro yang dapat memberdayakan ummat untuk mencapai kesejahteraan.

Karena perkembangan lembaga keuangan ini mendapatkan respon yang baik dari masyarakat maka, pada tahun 1998 diubah menjadi koperasi serba usaha (KSU) dan pada tahun 2002 berubah menjadi koperasi simpan pinjam syariah (KSPS) BMT Bina Ummat Sejahtera. Akhirnya pada tahun 2006 berubah menjadi Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KSPS) dan pada 26 maret 2014 berubah lagi menjadi .

Sebagaimana menjadi motto dari BMT Bina Ummat Sejahtera yaitu sebagai “ Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat “ *Dari Ummat Untuk Ummat Sejahtera Untuk Semua.*, bukanlah mudah dalam mewujudkannya, maka sangatlah penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat serta dalam mewujudkan demokrasi ekonomi yang mempunyai ciri – ciri demokratis, keterbukaan,

kekeluargaan, menjadi keniscayaan untuk dilaksanakan, maka Koperasi Simpan Pinjam Syari'ah () BMT Bina Ummat Sejahtera selalu berusaha menangkap sinyal – sinyal gerakan ekonomi masyarakat kecil menjadi gerakan jamaah yang bersama mewujudkan cita – cita kesejahteraan bersama.

Dengan memanfaatkan jaringan dan pengalaman, BMT Bina Ummat Sejahtera memfokuskan sasarannya pada :

1. Memberdayakan Pengusaha kecil menjadi potensi masyarakat yang handal.
2. Sebagai lembaga intermediary, dengan menghimpun dan menyalurkan dana Anggota dan Calon Anggota permanen dan kontinyu untuk mengembangkan ekonomi produktif bagi kemaslahatan masyarakat.
3. Proaktif dalam berbagai program pengembangan sarana sosial kemasyarakatan
4. Mengangkat harkat dan martabat fakir miskin ke tingkat yang lebih baik.
5. Mewujudkan kehidupan yang seimbang dalam keselamatan, kedamaian, kesejahteraan dan pemerataan keadilan ekonomi antara kaum fakir miskin dengan aghniya (kaum berpunya).

4.1.2 Visi dan Misi BMT BUS.

Visi

“MENJADI LEMBAGA KEUANGAN SYARI’AH TERDEPAN DALAM PENDAMPINGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH YANG MANDIRI”

Misi

1. Membangun lembaga jasa keuangan syari'ah yang mampu memberdayakan jaringan ekonomi mikro syari'ah, sehingga menjadikan ummat yang mandiri.

2. Menjadikan lembaga jasa keuangan syari'ah yang tumbuh dan berkembang melalui kemitraan yang sinergi dengan lembaga syari'ah lain, sehingga mampu membangun tatanan ekonomi yang penuh kesetaraan dan keadilan.
3. Mengutamakan mobilisasi pendanaan atas dasar ta'awun dari golongan aghniya, untuk disalurkan ke pembiayaan ekonomi mikro, kecil dan menengah serta mendorong terwujudnya manajemen zakat, infaq dan shodaqoh, guna mempercepat proses menyejahterakan ummat, sehingga terbebas dari dominasi ekonomi ribawi.
4. Mengupayakan peningkatan permodalan sendiri, melalui penyertaan modal dari para pendiri, anggota, pengelola dan segenap potensi ummat, sehingga menjadi lembaga jasa keuangan syari'ah yang sehat dan tangguh.
5. Mewujudkan lembaga yang mampu memberdayakan, membebaskan dan membangun keadilan ekonomi ummat, sehingga menghantarkan ummat Islam sebagai ***Khoero Ummat***.

4.1.3 IDENTITAS UMUM :

- 1). Nama Lembaga : Koperasi Simpan Pinjam Syariah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Bina Ummat Sejahtera.
Motto : Wahana Kebangkitan Ekonomi Ummat“*Dari Ummat Untuk Ummat Sejahtera Untuk Semua*”
- 2). Diresmikan Tanggal : 10 November 1996 Oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (Orsat Kabupaten Rembang)

- 3). Badan Hukum : 1. Koperasi Serba Usaha “Unit Simpan Pinjam “ Nomor Badan Hukum:13801 / BH / KWK.11 / III / 1998, tanggal 31 Maret 1998Perubahan Anggaran Dasar2.Koperasi Simpan Pinjam Syari’ahKeputusan Gubernur Nomor:03/BH/PAD/KDK.11/V II/2002,tanggal 01 Juli 2002Perubahan Anggaran Dasar 3. Koperasi Jasa KeuangaSyariahKeputusan Gubernur Nomor : 04/PAD/KDK.11/IV/2006,tanggal 04 April 2006Keputusan Gubernur Nomor : 09/PAD/KDK.11/VIII/2007, tanggal 22 Agustus 2007Perubahan Anggaran Dasar
4. Koperasi Simpan Pinjam Syari’ah Keputusan Men. Kop. Dan UKM:188/PAD/M.KUKM.2/III /2014, tanggal 26 Maret 2014
- 4). N P W P : 1.697.414.9-507
 Nomor SIUP : 21-08 /11.27/PM/III/2009
 Nomor TDP : 1127000204
- 5). Alamat Kantor Pusat : Jl. Untung Suropati No. 16 Lasem, Rembang, Jawa Tengah

- Telp : 0295 – 532376, Fax. 0295 -
531263
- E-mail : bmt_bus@yahoo.com
- 6) Alamat Kantor Cabang: kantor cabang BMT BUS
Lasem sebanyak 79 kantor cabang salah satunya yang
digunakan studi kasus penelitian karya ilmiah ini
adalah:
Cabang Pati Kota :Komplek Pasar Puri, Pati

4.1.4 KELEMBAGAAN

- 1.1 Mulai Operasional : Tanggal 10 November 1996
- 1.2 Jumlah Pendiri : 104orang(52 Laki – laki,
52Wanita).
- 1.3 Jumlah Pengurus : 5 orang (4 Laki – laki,
Wanita)
- 1.4 Jumlah Pengelola : 589orang(300 Laki – laki, 289
Wanita)
- 1.5 - Sarjana S2 : 14 orang (14 Laki – laki)
- 1.6 - Sarjana S1 : 134 orang (65 Laki – laki, 69
Wanita)
- 1.7 - Sarjana Muda/D3 : 24 orang(8 Laki – laki, 16
Wanita)
- 1.8 - DII : 1 orang (1 Wanita)
- 1.9 - D I : 2 orang (2 Wanita).
- 1.10 Lulus SLTA/Sederajad: 408 orang(209 Laki-laki, 199
Wanita).
- 1.11 Lulus SLTP/Sederajad : 6 orang(4 Laki-laki,2Wanita)
- 1.12 Jumlah Anggota : 136.200 orang.
- 1.13 Jangkauan Pelayanan : Wilayah Jawa Tengah, DIY,
DKI, Kalimantan Barat.
- 1.14 Waktu Operasional :Hari Senin – Sabtu pkl.06.30 –
16.00 WIB.

4.1.5 PENGAWAS

- 1.13.1 Ketua : Hj. Maryam Cholil
 1.13.2 Anggota : H. Jumanto PS., S.Pd.,
 MM.
 1.13.3 Anggota : H. Minanul Ghoffar, ST.,
 MM.

4.1.6 PENGAWAS SYARIAH

1. Ketua : H. Mahmudi, S.Ag.,M.SI.
 2. Anggota : H. Taufiqurrohman, BA
 3. Anggota : H. Anwar Said

4.1.7 PENGURUS

- 1.13.4 Ketua : Drs. H. Ahmad Zuhri,
 MM.
 1.13.5 Wakil Ketua : H. Moh. Anshori, S.Pd.
 1.13.6 Sekretaris : Drs. H. Rokhmad, MSI.
 1.13.7 Bendahara : Drs. H. Saifuddin, MM.
 1.13.8 Wakil Bendahara : Sitim Umi Sa'diyah,
 S.Ag.

3.2 Produk – produk BMT BUS.

Secara garis besar produk – produk BMT Bina Ummat Sejahtera terbagi menjadi dua bagian yaitu :

1. Produk Simpanan

a. Simpanan Sukarela Lancar (Si Relat)

Simpanan lancar dengan sistem penyetoran dan pengambilannya dapat dilakukan setiap saat.

b. Simpanan Sukarela Berjangka (Si Suka)

Simpanan berjangka dengan sistem setoran dapat dilakukan setiap saat dan pengambilannya disesuaikan dengan tanggal valuta. Jenis Simpanan Si Suka dapat digolongkan Si Suka 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 1 tahun.

c. Simpanan Siswa Pendidikan (Si Sidik)

Simpanan yang dipersiapkan sebagai penunjang khusus untuk biaya pendidikan dengan cara penyetorannya setiap bulan dan pengambilannya pada saat siswa akan masuk Perguruan Tinggi.

d. Simpanan Haji (SIHAJI)

Simpanan bagi anggota yang berencana menunaikan ibadah haji. Simpanan ini dikelola dengan menggunakan dasar prinsip wadhiah yadh dhamanah dimana atas izin penitip dana, BMT dapat memanfaatkan dana tersebut sebelum dipergunakan oleh penitip.

e. Simpanan Ta'awun Sejahtera (SI TARA)

Simpanan Ta'awun Sejahtera (Si Tara) merupakan produk simpanan dengan akad Mudhorobah anggota sebagai shohibul maal (pemilik dana) sedangkan BMT sebagai mudhorib (pelaksana/pengelola usaha), atas kerjasama ini berlaku sistem bagi hasil dengan nisbah yang telah disepakati di muka.

2. Produk Pembiayaan / Kredit

a. Produk Pembiayaan / Kredit Pedagang

Sasaran pembiayaan / kredit ini dengan sistem angsuran harian, mingguan dan bulanan dengan jangka waktu pembayaran sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

b. Produk Pembiayaan / Kredit Pertanian

Sasaran pembiayaan pertanian dititik beratkan pada modal tanam dan pemupukan, jumlah modal yang dibutuhkan disesuaikan dengan luas lahan garapan, pembiayaan ini dengan sistem musiman, atau jatuh tempo yang telah disepakati kedua belah pihak.

c. Produk Pembiayaan / Kredit Nelayan

Jenis pembiayaan yang diperuntukkan bagi anggota nelayan, produk ini sangat fleksibel dan disesuaikan dengan

kebutuhan anggota nelayan berupa pemupukan modal nelayan dan pengadaan sarana penangkapan ikan, dengan sistem angsuran yang telah ditentukan oleh BMT Bina Ummat Sejahtera dan Mudhorib.

d. Produk Pembiayaan / Kredit Industri dan Jasa

Produk ini dikhususkan bagi para pengusaha yang bergerak dalam bidang pengembangan jasa, dan Industri, PNS melalui sistem angsuran ataupun jatuh tempo yang telah disepakati kedua belah pihak.

3.3. Layanan Jasa BMT BUS.

Selain dua bagian produk tersebut KSPS BMT BUS juga menyediakan pelayanan jasa lain, antara lain sebagai berikut :

3.3.1 Pendampingan

Bagian Pendampingan mempunyai keterkaitan yang kuat dalam pengamanan dan keberhasilan produk – produk pembiayaan, sehingga antara kedua bagian ini saling mendukung dan mengevaluasi perencanaan dan pencapaian kinerjanya.

Agar mata rantai tersebut dapat berjalan dengan baik, maka tugas yang harus dilakukan oleh bagian pendampingan adalah :

a. Pendampingan Manajemen Usaha

Kebanyakan anggota di sektor informal masih kurang memiliki kemampuan dalam manajemen usaha. Oleh karena itu perlu diberikan asistensi tentang manajemen usaha yang baik, diantaranya :

1. Pembukuan sederhana
2. Manajemen keuangan sederhana
3. Manajemen pemasaran

b. Pendampingan Permodalan

Salah satu faktor yang menjadi kendala dalam penumbuhan usaha anggota adalah disisi permodalan.

Lembaga membuka lebar bagi anggota untuk mendapatkan permodalan lewat pembiayaan dengan sistem bagi hasil yang sudah barang tentu sesuai dengan ketentuan dan persyaratan yang ada.

c. Pendampingan Pemasaran

Dalam hal pemasaran produk, lembaga mengupayakan untuk membantu mempromosikan produk – produk mereka ke pihak – pihak tertentu terutama lewat media pameran, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta.

Kualitas produk dari usaha anggota sering dikomunikasikan agar di pasaran tidak ketinggalan dengan produk – produk lain.

d. Pendampingan Jaringan Usaha

Melalui jaringan usaha (Networking) khususnya jaringan usaha antar anggota diharapkan mereka mampu mengelola usahanya dengan baik, agar tidak kalah dalam persaingan usaha yang semakin ketat. Komunikasi yang dilakukan diantaranya melalui kegiatan formal yang berupa temu bisnis anggota maupun melalui kegiatan non formal seperti pengajian ataupun kegiatan lain yang bermanfaat untuk kemajuan usaha.

3.3.2 Baitul Maal

Bagian ini sangat potensial untuk menjadi kekuatan di lembaga ini, karena dengan di intensifikannya baitul maal akan menjadi kekuatan yang luar biasa untuk pemberdayaan umat, termasuk pembinaan usaha lewat pembiayaan Qordul Hasan.

Sumber dana yang diperoleh Baitul Maal antara lain :

- a. Zakat, infaq dan shodaqoh baik dari anggota zakat tijaroh dari modal kerja maupun dari masyarakat.

- b. Pemberdayaan zakat dari pengelola pada setiap bulannya (2,5 % dari gaji).
- c. Bekerjasama dengan Laznas BMT Pusat, berkaitan dengan program penghimpunan maupun penyaluran zakat.
- d. Bekerjasama dengan Dompot Dhuafa Republika melalui program Tebar Hewan Qurban.
Penyaluran ZIS antara lain :
 - a. Santunan kepada fakir miskin dan yatim piatu.
 - b. Pembudayaan pelaku ekonomi mikro khususnya anggota BMT BUS
 - c. Bantuan fasilitas ibadah untuk masjid dan mushola.
 - d. Pemberian beasiswa bagi penduduk yang tidak mampu.
 - e. Memberikan sumbangan social kepada anggota maupun masyarakat yang terkena musibah.

3.3.3 Budaya Kerja BMT BUS.

1. Budaya kerja.

Untuk Meningkatkan kepercayaan masyarakat serta dalam rangka mengembangkan usahanya, BMT meenetapkan budaya kerja dengan prinsip – prinsip syariah yang mengacu pada sikap akhlakul karimah dan kerahmatan, untuk mempertahankan eksistensi di kalangan masyarakat. Sikap tersebut terinspirasi dengan empat sifat Rosulullah yang biasa disebut dengan “ SAFT ” antara lain:

a. Shidiq

Menjaga integritas pribadi yang bercirikan ketulusan niat, kebersihan hati, kejernihan berfikir, berkata benar, bersikap terpuji dan mampu jadi teladan.

b. Amanah

Menjadi terpercaya, peka, obyektif dan disiplin serta penuh tanggung jawab.

c. Fathonah

Profesionalisme dengan penuh inovasi, cerdas, trampil dengan semangat belajar dan berlatih yang berkesinambungan.

d. Tablig

Kemampuan berkomunikasi atas dasar transparansi, pendampingan dan pemberdayaan yang penuh keadilan.

3.3.4 Prinsip Kerja.

Selain budaya kerja BMT BUS juga menetapkan prinsip kerja antara lain :

1). PEMBERDAYAAN

BMT Bina Ummat Sejahtera adalah Lembaga Keuangan Syariah yang selalu menstransfer ilmu kewirausahaan lewat pendampingan manajemen, pengembangan sumberdaya insani dan teknologi tepat guna, kerjasama bidang finansial dan pemasaran, sehingga mampu memberdayakan wirausaha - wirausaha baru yang siap menghadapi persaingan dan perubahan pasar.

2). KEADILAN

Sebagai intermediary *institution*, BMT Bina Ummat Sejahtera, menerapkan azas kesepakatan, keadilan, kesetaraan dan kemitraan, baik antara lembaga dan anggota maupun antar sesama anggota dalam menerapkan bagi hasil usaha.

3). PEMBEBASAN

Sebagai Lembaga Keuangan Syari'ah, BMT Bina Ummat Sejahtera yang berazaskan *akhlaqul karimah* dan kerahmatan, melalui produk - produknya, insya Allah akan mampu membebaskan ummat dari penjajahan

ekonomi, sehingga menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan siap menjadi tuan di negeri sendiri.

3.3.5. Ruang Lingkup Kegiatan BMT Bus.

- a) Menghimpun dana-dana sosial (Zakat, Infaq, Shodaqah, hibah, wakaf,dll) baik dari perorangan maupun lembaga.
- b) Mentasyarufkan dana-dana tersebut kepada yang berhak menerima.
- c) Memberikan pembinaan ruhiyah kepada masyarakat melalui berbagai forum dan media baik secara mandiri maupun kerjasama dengan lembaga lain.
- d) Mengupayakan pemberdayaan ekonomi-ekonomi masyarakat menuju kemandirian melalui kelompok usaha.
- e) Mengelola maal secara profesionalsehingga memberi manfaat yang optimal kepada mustahik.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan yang diberikan BMT BUS.

1. Pelayanan.

Pelayanan adalah suatu tindakan baik yang diberikan kepada orang lain yang menimbulkan suatu rasa, prasangka yang diharapkan dari suatu pelayanan adalah rasa puas. Kepuasan (*satisfaction*): *Satisfaction* (kepuasan) berasal dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Kepuasan didefinisikan sebagai perbandingan antara kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan sangat kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan, maka harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi dari kerabat serta janji dan informasi dari berbagai media. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar baik tentang perusahaan tersebut.¹

Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan. Kualitas merupakan kunci menciptakan

¹Nina Rahmayanti, *Managemen pelayanan prima*, Yogyakarta, 2010, h. 17

nilai dan kepuasan pelanggan dan ini merupakan pekerjaan setiap orang (karyawan).²

Islam melalui Al-Qur'an Al-Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada obyek dakwah(customer/pelanggan)

Al-Qur'an Al-Imran : 159

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا
مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : Maka disebabkan Rahmat Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkan mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad maka bertawakal kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepadaNya. (QS. Al-Imran 159)

Rasulullah juga bersabda dalam beberapa hadist diantaranya :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : مَنْ
كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمِتْ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ
وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ جَارَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْقَهُ
[رواه البخاري ومسلم]

Artinya : Dari Abu Hurairah Radhiyallahu anhu, sesungguhnya Rasulullah Shalallahu 'alaihi wassalam telah bersabda : “ Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhirat, maka hendaknya ia berkata

²Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010, h. 91

baik atau diam, barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhirat, maka hendaklah ia memuliakan tetangga dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhirat, maka hendaklah ia memuliakan tamunya". (Bukhori no. 6018, Muslim n0.47)³

Pelayanan merupakan unsur yang paling vital dalam perbankan. Baik dan buruknya lembaga keuangan dilihat dari pelayanan yang diberikan, pelanggan akan menilai suatu lembaga keuangan berdasarkan dari pelayanan yang diberikan karyawan kepada pelanggannya. Pelayanan yang baik diberikan oleh karyawan yang kompeten dan berintegritas tinggi.

Pelayanan yang diberikan BMT BUS pada anggotanya, sesuai dengan fungsi BMT dalam mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi serta mendorong dan mengembangkan potensi diri dan potensi ekonomi anggota. Hal ini tercantum dalam visinya yaitu *“MENJADI LEMBAGA KEUANGAN SYARI’AH TERDEPAN DALAM PENDAMPINGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH YANG MANDIRI”*

Selain memberikan pelayanan dalam produk simpanan dan pembiayaan, BMT BUS jugamemberikan pelayanan jasa. Pelayanan jasa ini berbeda dengan pelayananyang diberikan Perbankan yang memberikan pelayanan untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi, melainkan jasa yang diberikan untuk pemberdayaan dan pengembangan anggota.

³Fathurohman, *Hadist berkata yang baik dan memuliakan tamu*, <https://coretatanpakertas.wordpress.com/2010/06/16/hadits-ke-15-berkata-yang-baik-dan-memuliakan-tamu/>, diakses 30 Maret 2015

Jasa pendampingan yang diberikan BMT BUS antara lain:

a. Pendampingan Manajemen Usaha

Kebanyakan anggota di sektor informal masih kurang memiliki kemampuan dalam manajemen usaha. Oleh karena itu perlu diberikan asistensi tentang manajemen usaha yang baik, diantaranya :

1. Pembukuan sederhana
2. Manajemen keuangan sederhana
3. Manajemen pemasaran

b. Pendampingan Permodalan

Salah satu faktor yang menjadi kendala dalam penumbuhan usaha anggota adalah disisi permodalan. Lembaga membuka lebar bagi anggota untuk mendapatkan permodalan lewat pembiayaan dengan sistem bagi hasil yang sudah barang tentu sesuai dengan ketentuan dan persyaratan yang ada.

c. Pendampingan Pemasaran

Dalam hal pemasaran produk, lembaga mengupayakan untuk membantu mempromosikan produk – produk mereka ke pihak – pihak tertentu terutama lewat media pameran, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta.

Kualitas produk dari usaha anggota sering dikomunikasikan agar di pasaran tidak ketinggalan dengan produk – produk lain.

d. Pendampingan Jaringan Usaha

Melalui jaringan usaha (Networking) khususnya jaringan usaha antar anggota diharapkan mereka mampu mengelola usahanya dengan baik, agar tidak kalah dalam persaingan usaha yang semakin ketat. Komunikasi yang dilakukan diantaranya melalui kegiatan formal yang berupa temu bisnis anggota maupun melalui kegiatan non formal seperti pengajian ataupun kegiatan lain yang bermanfaat untuk kemajuan usaha.

Dalam kegiatan pendampingan tersebut BMT BUS mampu menarik minat anggotanya. Bagindari pendampingan ini mempunyai keterkaitan yang kuat dalam pengamanan dan keberhasilan produk-produk pembiayaan sehingga keduanya bisa saling mendukung dan mengevaluasi perencanaan dan pencapaian kerjanya.

2. Kinerja karyawan.

Kualitas jasa bank melekat pada karyawan dalam memberikan pelayanan jasa kepada nasabah, kualitas karyawan merupakan salah satu faktor antara bank yang satu dengan bank yang lainnya, sekaligus sebagai salah satu rantai nilai yang dapat menciptakan *Competitive advantage* bagi bank yang bersangkutan. Sejumlah karakteristik kualitas karyawan terdiri atas berikut ini :

1. *Competence*, karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan (professional skill) dalam melayani nasabah.
2. *Courtesy*, ramah, hormat dan timbang rasa dalam menghadapi dan melayani setiap nasabah
3. *Credibility*, karyawan terpercaya
4. *Reability*, karyaawan mampu melaksanakan layanan secara konsisten dan teliti.
5. *Responsiveness*, kemampuan merespon pelanggan dan mampu menyelesaikan masalah dengan cepat.

6. *Gamesmanship*, yaitu sikap dalam menghadapi setiap keluhan nasabah sebagai suatu permintaan dengan objek utama adalah memenangkan kepuasan nasabah.
7. *Timeliness*, yaitu sikap yang memperlihatkan untuk memberikan pelayanan tepat waktu, cepat, dan garansi pelayanan bank yang melebihi lima menit, nasabah akan memperoleh tambahan saldo tertentu misalnya.
8. *Communication*, karyawan berusaha untuk memahami pelanggan dan mampu berkomunikasi dengan jelas.⁴

BMT BUS Lasem, mempunyai budaya kerja dan prinsip kerja yang dijalankan dalam memberikan pelayanan. Hal ini juga ditaati oleh para karyawannya sebagai dasar dalam bekerja.

1. Budaya kerja.

Untuk Meningkatkan kepercayaan masyarakat serta dalam rangka mengembangkan usahanya, BMT meenetapkan budaya kerja dengan prinsip – prinsip syariah yang mengacu pada sikap akhlakul karimah dan kerahmatan, untuk mempertahankan eksistensi di kalangan masyarakat. Sikap tersebut terinspirasi dengan empat sifat Rosulullah yang biasa disebut dengan “ SAFT ” antara lain:

a. Shidiq

Menjaga integritas pribadi yang bercirikan ketulusan niat, kebersihan hati, kejernihan berfikir, berkata benar, bersikap terpuji dan mampu jadi teladan.

b. Amanah

Menjadi terpercaya, peka, obyektif dan disiplin serta penuh tanggung jawab.

⁴Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010, h.92

c. Fathonah

Profesionalisme dengan penuh inovasi, cerdas, trampil dengan semangat belajar dan berlatih yang berkesinambungan.

d. Tablig

Kemampuan berkomunikasi atas dasar transparansi, pendampingan dan pemberdayaan yang penuh keadilan.

Prinsip Kerja.

Selain budaya kerja BMT BUS juga menetapkan prinsip kerja antara lain :

1). PEMBERDAYAAN

BMT Bina Ummat Sejahtera adalah Lembaga Keuangan Syariah yang selalu menstransfer ilmu kewirausahaan lewat pendampingan manajemen, pengembangan sumberdaya insani dan teknologi tepat guna, kerjasama bidang finansial dan pemasaran, sehingga mampu memberdayakan wirausaha - wirausaha baru yang siap menghadapi persaingan dan perubahan pasar.

2). KEADILAN

Sebagai intermediary *institution*, BMT Bina Ummat Sejahtera, menerapkan azas kesepakatan, keadilan, kesetaraan dan kemitraan, baik antara lembaga dan anggota maupun antar sesama anggota dalam menerapkan bagi hasil usaha.

3). PEMBEBASAN

Sebagai Lembaga Keuangan Syari'ah, BMT Bina Ummat Sejahtera yang berazaskan *akhlaqul karimah* dan kerahmatan, melalui produk - produknya, insya Allah akan mampu membebaskan ummat dari penjajahan ekonomi, sehingga menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan siap menjadi tuan di negeri sendiri.

3. Upaya BMT BUS untuk meningkatkan Loyalitas Anggota

Pelanggan adalah seseorang yang menerima pelayanan atau kata lain dari konsumen.⁵ Jadi siapa saja bisa menjadi pelanggan tergantung dalam situasinya. Pelanggan atau nasabah adalah subjek yang paling dinamis yang bisa dipengaruhi dari faktor-faktor dari dalam dirinya maupun faktor eksternal dari luar dirinya.

Kesetiaan pelanggan adalah kesetiaan yang datang dari lubuk hati nurani pelanggan, ketulusan hati nurani yang terjadikarena adanya kepuasan yang diterima dan dirasakan atas pelayanan yang diberikansangat baik tanpa adanya batas waktu, perusahaan dan karyawan akan berusaha untuk mempertahankan proses pelayanan yang sangat baik sehingga pelanggan akan mengikuti dan memberikan kesetiannya.⁶

Kesetiaan terjadi karena adanya kepercayaan anggota terhadap BMT. Dari pelayanan yang di berikan anggota dapat menilai apakah BMT tersebut dapat dipercaya atau tidak. Kepercayaan menurut kamus besar bahasa indonesia “anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar-benar atau nyata”.⁷ Kepercayaan merupakan suatu keyakinan atas apa yang menurut seseorang dapat menemukan sesuatu yang diharapkan dari mitranya atau lawan mainnya (benda, manusia dll).

⁵Ibid, hlm: 60

⁶Ibid, hlm 68

⁷*Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, KBBI*, Jakarta: Balai Pustaka, 1995, hlm:753.

Kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang, dan adanya pembelajaran dan pengalaman.⁸ Disamping itu kepercayaan merupakan keyakinan bahwa penyedia jasa dapat menggunakannya sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pembeli yang akan dijalaninya. Hubungan yang dibangun dari rasapercaya antara pembeli kepada penjual memungkinkan penjual untuk memenuhi dengan baik kebutuhan pembeli dan ini merupakan satu langkah penting dalam membentuk hubungan jangka panjang.

Respon dari nasabah timbul dari persepsi atau harapan rangsangan baik dari dalam maupun luar dirinya. Pembelotan atau berpalingnya pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberi pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan.

Berdasarkan dari prinsip kerja BMT BUS, BMT mampu menarik kepercayaan di hari masyarakat. Sehingga loyalitas anggota di BMT BUS cukup tinggi.

4. UPAYA BMT BUS UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS ANGGOTA.

⁸Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi Dan Rasakan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005, hlm : 62-63.

Implementasi sistem perbankan syariah dengan prinsip syariah dalam operasional KJKS perlu terus dievaluasi dan siap untuk diperbaiki sewaktu-waktu disebabkan oleh:⁹

1. Prinsip-prinsip syariah yang menjadi *frame of reference* dalam operasional KJKS belum sepenuhnya dipahami dengan baik oleh sebagian pengelola KJKS. Pengelola KJKS sendiri masih banyak yang belum memahami tentang prinsip-prinsip syaria'ah yang mendasari operasional KJKS, sehingga untuk memasarkan produk sekaligus mengenalkan prinsip syariah masih terhambat.
2. Masyarakat telah sejak lama mengenal perbankan konvensional yang berbasis bunga, sehingga untuk mengenalkan sistem perbankan syariah beserta prosedur-prosedurnya membutuhkan waktu yang cukup lama. Masyarakat telah dimanjakan dengan adanya bank konvensional yang menggunakan prinsip bunga, tidak bertele-tele dan prosesnya cepat. Pelayanan di Bank konvensional pun terkesan lebih cepat, sederhana dan memuaskan dalam hal pemberian pembiayaan.
3. Implementasi prinsip-prinsip syariah dalam operasional KJKS sampai sekarang masih dihadapkan pada sekian banyak kendala teknis seperti konsep-konsep pengerahan dana dan penyaluran dana yang perlu disempurnakan. Sampai saat ini KJKS belum memiliki konsep pengerahan dan penyaluran dana yang baku, sehingga antara satu KJKS dengan KJKS yang lainnya sering berbeda dalam masalah ini.

⁹ Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, hal 50

4. Masih banyak pengelola KJKS yang orientasi kerjanya lebih diarahkan untuk mendapatkan keuntungan semata dengan mengabaikan misi sosial lembaga yang sebenarnya sama-sama penting untuk diperhatikan. Target yang harus dicapai oleh KJKS memicu hal ini terjadi, dengan cara apapun target harus tercapai, sekalipun harus mengesampingkan prinsip syariah yang harusnya dipahami oleh masyarakat.

Untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah membutuhkan kerja ekstra dalam pengenalan dan pemberian pelayanan yang jauh berbeda dengan lembaga konvensional.

Salah satu upaya yang dilakukan BMT BUS untuk meningkatkan loyalitas pada diri anggotanya yaitu dengan memberikan pelayanan-pelayanan yang dibutuhkan masyarakat. kebutuhan masyarakat begitu kompleks, masyarakat tidak hanya membutuhkan tempat untuk menyimpan dan sebagai penyedia dana, melainkan pemberdayaan dan pengelolaan dana yang tepat.

BMT BUS memberikan pelayanan sesuai dengan fungsi utama BMT yakni memberdayakan masyarakat kecil mikro dan menengah. Selain memberikan pinjaman dana BMT BUS juga menyediakan pelayanan pendampingan. Dalam pendampingan yang diberikan BMT masyarakat bisa bertukar pikiran dan konsultasi atas pelaksanaan usaha, dengan begitu munculah hubungan baik antara anggota dan

pengurus BMT. Pendampingan yang diberikan BMT BUS disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Selain pendampingan, untuk menarik minat anggota agar terus bermitra dengan BMT, BMT BUS menyediakan produk-produk sesuai dengan kebutuhan anggota. Dalam produk simpanan BMT selain sisuka dan sitara, ada juga sisidik. Sisidik juga dibagi menjadi beberapa antara lain sisidik plus, platinum, sisidik yaitu simpanan pendidikan untuk menunjang pendidikan anak-anak anggota. Selain sisidik ada juga simpanan yaitu simpanan masa depan dimaksud agar menunjang masa depan anggota agar lebih baik.

Dengan upaya memberikan pelayanan dengan produk-produknya, BMT juga menekankan pada karyawannya agar memberikan pelayanan yang baik dengan menggunakan hati nurani mereka dan memberikan pelayanan yang ikhlas.

5. Analisis.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan dapat dianalisis bahwa Upaya yang dilakukan BMT BUS untuk meningkatkan LOYALitas Anggotanya masih kurang. Masyarakat telah dimanjakan dengan adanya lembaga penjamin simpanan pada bank umum sementara di BMT tidak ada lembaga yang menjamin simpanan melainkan kerjasama antara cabang-cabang. Kenyataan ini mempersulit KJKS memperkenalkan BMT kepada masyarakat bahkan mendapatkan respon negatif karena disamakan dengan koperasi yang

memberikan bunga tinggi pada simpanan dan pembiayaan yang diberikan.

Masyarakat menganggap prinsip syariah yang digunakan oleh KJKS terlalu bertele-tele, karena yang terpenting bagi mereka adalah kebutuhan mereka terpenuhi. Kesadaran masyarakat tentang pentingnya prinsip syariah juga masih kurang. Keingintahuan mereka tentang adanya akad masih sangat kurang, karena bagi mereka tidak mempengaruhi usaha yang sedang dijalankan.

BMT masih perlu melakukan sosialisasi dan memberikan pengetahuan dasar mengenai fungsi BMT yang berusaha maju bersama masyarakat kecil.

Staff marketing, account officer, layanan mitra, dan kepala cabang sangat berperan dalam upaya pemahaman anggota/calon anggota terhadap BMT. namun yang sangat berperan adalah *Staff marketing* ketika menyampaikan dan memasarkan produk. Ketika *marketing* tidak menyampaikan dan menjelaskan tentang produk dan akad yang digunakan, maka sama saja dengan koperasi pada umumnya, dan masyarakat menganggap kinerja yang dilakukan tidak bersungguh-sungguh sama halnya dengan pelayanan yang diberikankoperasidanmenuntut bunga yang tinggi.

Berikut penulis sampaikan analisis terhadap BMT BUS secara menyeluruh.

A. Aspek kelebihan

Kelebihan BMT BUS sebagai salah satu Lembaga Keuangan Syariah dalam operasionalnya antara lain:

1. Memiliki sumber daya insani yang potensial untuk dikembangkan. Hal ini terlihat dari pendidikan para karyawannya. Lulusan SMA, D3, S1, dan S2.
2. Lokasi kantor yang strategis, yang mendukung kemajuan BMT BUS terletak pada kompleks ruko/pertokoan.
3. Memiliki Informasi dan Teknologi yang handal yang tidak dimiliki oleh BMT lain, yaitu dengan adanya *online system* yang memungkinkan anggota/calon anggota melakukan transaksi di cabang lain.
4. Pelayanan menggunakan sistem jemput bola, yang memudahkan anggota/calon anggota melakukan transaksi tanpa mengganggu aktivitas anggota/calon anggota.
5. Pelayanan dari *frontliner* dan suasana kantor nyaman.
6. Memiliki kegiatan tadarus untuk para karyawan BMT BUS
7. Memiliki jaringan yang luas.

B. Aspek Kelemahan

Walaupun BMT BUS mempunyai banyak kelebihan, tetapi BMT BUS juga mempunyai beberapa kelemahan yang harus diperbaiki dan menjadi keunggulan. Berikut ini adalah kelemahan-kelemahan BMT BUS:

1. Sumber daya insani yang belum kompeten dibidangnya. Khususnya bidang perbankan syariah. Masih banyak karyawan BMT BUS yang belum menguasai prinsip syariah yang digunakan, karena tidak semua karyawan BMT BUS adalah lulusan dari jurusan yang berhubungan dengan perbankan syariah.
2. Harga jual, dan margin yang ditawarkan terlalu tinggi dibanding dengan Lembaga Keuangan lain.

C. Aspek Peluang

1. Beralihnya tabungan anggota dari Bank Konvensional ke BMT. Anggota memindahkan tabungan mereka yang ada di Bank konvensional ke KJKS Binama dengan alasan mendapatkan bagi hasil yang kompetitif.
2. Alasan lain banyak anggota BMT lain yang memindahkan simpanannya ke BMT BUS yaitu karena komitmen yang dijalankan BMT BUS dalam memberikan pelayanan.
3. Kantor yang berada di ruko/pertokoan di area pasar yang sering dikunjungi oleh masyarakat, memungkinkan banyak orang tertarik untuk mengetahui BMT BUS.

D. Aspek Ancaman

1. Tergiurnya target pasar yang mementingkan target duniawi sehingga mengesampingkan target ukhrawinya.

2. Maraknya dunia perbankan syariah yang mempunyai Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) lebih meyakinkan.
3. Produk-produk dengan bagi hasil yang kompetitif mempengaruhi beralihnya anggota ke Lembaga Keuangan lain.
4. Kelalaian dan ketidak konsistenan memberikan peluang pada BMT Pesaing merebut anggota.

BAB V

Kesimpulan dan saran

A. Kesimpulan.

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai Upaya BMT BUS Untuk Meningkatkan loyalitas Anggota maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemahaman anggota/calon anggota terhadap lembaga keuangan non bank masih kurang, dan cenderung disamakan dengan koperasi umum. Antusiasme masyarakat terhadap adanya prinsip syariah juga kurang.
2. Konsistensi BMT BUS dalam memberikan pelayanan masih kurang.
3. loyalitas anggota sangat bergantung pada komitmen dan konsistensi BMT BUS dalam memberikan Pelayanan.

B. Saran.

Adapun saran yang penulis harapkan dari BMT BUS antara lain :

1. karyawan BMT harus memahami prinsip syariah dengan tepat agar bisa menjelaskan kepada anggota prinsip syariah dan masyarakat mampu membedakan prinsip syariah dan konvensional.

2. Konsistensi dan komitmen dalam memberikan pelayanan harus dijaga, karena itu yang membedakan BMT BUS dengan BMT yang lain.

C. keterbatasan penelitian.

Penelitian penulis mengenai Upaya BMT BUS untuk meningkatkan Loyalitas Anggota melekat pada suatu keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Keterbatasan model penelitian serta pemahaman mengenai konsep kualitas pelayanan dalam penelitian ini memiliki banyak kelemahan yaitu bertolak pada satu periode tertentu.
2. Penulis tidak mengetahui secara pasti anggota simpanan dan pembiayaan di BMT BUS.

D. Penutup.

Alhamdulillah, segala puji milik Allah SWT semata atas bimbingan petunjuk serta Ridho-Mu penelitian ini dapat terselesaikan. Penulis sadar bahwa apa yang telah dipaparkan dalam karya ilmiah ini masih banyak kekurangan dan kelemahan baik dari segi penulisan bahasa maupun isi yang terkandung.

Kekurangan dan kekhilafan sebagai manusia menyadarkan penulis akan kekurang sempurnaan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan berikutnya. Semoga penelitian ini

dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- Bashith Abdul, *Islam dan Manajemen Koperasi: Prinsip dan Strategi Pengembangan Koperasi di Indonesia*, Malang: UIN Malang Press, cetakan 1, 2008.
- Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, Yogyakarta: UII press, 2004
- Ahmad Hasan Ridwan, *Bmt Dan Bank Islam: Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004,
- Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, Jakarta: Gema Insani Press 2002,
- Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005
- Kotler Philip. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol*, jilid 1, 2001. Jakarta Erlangga,
- J. Supranto. *Pengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan*, cet.1., Jakarta: PT Rineka Cipta, 2001
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Selemba Empat, 2001
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia, 2005,
- Mulisin Riadi, *pengertian indikator dan faktor yang mempengaruhi kinerja*, <http://kajianpustaka.com/2014/01/pengertian-indikator-faktor-mempengaruhi-kinerja.html>,
- Wandi, *Kinerja staf dan Organisasi*, Bandung: Pustaka Setia, 2008,
- Hasan Ali. *Marketing Bank Syariah*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010,
- Asri Laksmi Riani, *Manajemen Sumber Daya Manusia Masa Kini*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013,

Nina Rahmayanti, *Managemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2010.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, KBBI, Jakarta: Balai Pustaka, 1995,

Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi Dan Rasakan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005

Astri dhiah Maharani, *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*, Skripsi S1, Semarang : UNDIP,2010

Ifa Khairul Jannah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bmt Amanah Weleri*, Skripsi S1, Semarang, IAIN WS,2011.

<http://puslit.petra.ac.id/~puslit/journals/dir.php?DepartmentID=MAR> diakses 28 maret 2015

<http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/dir.php?DepartmentID=MAN>

Ratih Hardiyati, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen menggunakan Jasa penginapan (villa) Agrowisata kebun teh Pagilaran*, Skripsi S1, Semarang, UNDIP,2010.

Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008,

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta, 2004,

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.2008.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*, Jakarta: Rineka Cipta,

Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara.2001.

BIODATA LENGKAP
(Formulir Pendaftaran Wisuda)

Data Pribadi :

Nama : ALIN ENDARTI
NIM : 122503037
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Tempat, tanggal lahir : PATI 5 AGUSTUS 1993
Alamat Asal : Ds. Purwosari RT 06/ RW 02
Kec Tlogowungu Kab PATI
Alamat Kost : Purwoyoso RT:09 / RW:XII
Judul Skripsi : “Upaya BMT BUS untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota”
Telp./No. Hp. : 085741670573
E-mail : -

Data Keluarga:

Nama Ayah : Moch Rokhim
Pekerjaan Ayah : Swasta
Nama Ibu : Karyati
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah tangga
Alamat Orang Tua :Ds. Purwosari RT 06/ RW 02
Kec Tlogowungu Kab Pati

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk digunakan sebagai dasar pembuatan Ijazah dan transkrip serta data lain yang diperlukan terkait dengan persiapan wisuda.

Semarang, 15 Mei 2015

materai

(Alin Endarti)