BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan di dunia bisnis sekarang ini sangat keras dan semakin ketat. Dalam bisnis keuangan terutama dalam lembaga keuangan syari'ah memiliki tantangan tersendiri untuk tetap bisa bersaing dan bertahan dalam persaingan. Tentunya di era modern saat ini banyak lembaga keuangan syari'ah yang berdiri dan menunjukkan eksistensinya dari masing-masing lembaga yang mana dengan eksistensi tersebut dapat membuat nasabah tertarik untuk menyimpan dananya di lembaga keuangan tersebut.¹

Di Indonesia saat ini sudah banyak lembaga keuangan syari'ah yang berdiri. Salah satu diantaranya adalah BMT (*Baitul Mal Wattamwil*). Menurut Mahkalul 'Ilmi secara istilah pengertian *Baitul Mal* adalah lembaga keuangan yang berorientasi sosial keagamaan yang kegiatan utamanya adalah menampung serta menyalurkan dana masyarakat berupa zakat, infak, dan shadaqah (ZIS) berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Al-Qur'an dan sunah rasulnya, dan pengertian dari *Baitul Tamwil* adalah lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan (simpanan) maupun deposito dan menyalurkan kembali ke masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syari'ah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan.²

¹ Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, Alfabeta, Bandung 2014, hal.5

² Mahkalul 'Ilmi, *Teori dan Praktik Lembaga Keuangan Mikro Keuangan Syari'ah*, Cet.1, UII PRESS, Yogyakarta, 2002, hal.64

BMT (Baitul Mal Wattamwil) menempati fungsi lembaga usaha ekonomi kerakyatan dan melayani nasabah usaha mikro dan kecil sampai kebawah. Peran umum dari BMT adalah melakukan pembiayaan dan pendanaan yang berdasarkan prinsip syari'ah yaitu berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadits.

Al-Qur'an sebagai sumber hukum dalam agama Islam cukup banyak menyinggung hal yang berkaitan dengan keuangan. Akan tetapi, Al-Qur'an tidak secara spesifik berbicara tentang bentuk lembaga keuangan. Pembahasan Al-Qur'an lebih berkaitan dengan akhlak/etika yang berkaitan dengan masalah keuangan, antara lain menjaga kepercayaan (*amanah*), keadilan (*'adalah*), kedermawanan (*ikhshan*), perintah menjauhi yang haram dan menegakkan yang baik (*amar na'ruf nahi munkar*), dan teguran (*tawsiah*).³

Sekarang ini banyak lembaga keuangan syari'ah yang bermunculan, maka mengakibatkan anggota memiliki banyak pilihan untuk memilih menabung atau menyimpan dananya di lembaga keuangan yang mana menurut mereka pantas. Kualitas pelayanan karyawanlah yang saat ini menjadi poin utama yang dipilih anggota, yang mana apakah saat melayani anggota memberi kesan dan daya tarik tersendiri. Untuk memperoleh seorang karyawan yang berkualitas maka sebuah lembaga keuangan perlu melakukan seleksi dan rekrutmen karyawan yang benar-benar mampu untuk memajukan lembaga keuangan tersebut.⁴

Banyak dari anggota yang memutuskan untuk tetap menggunakan jasa keuangan suatu lembaga keuangan semata-mata didorong oleh pelayanan yang diterimanya. Tidak mengherakan bahwa faktor pelayanan lebih efektif peranannya dalam meningkatkan mutu sebuah lembaga keuangan tersebut. Diantara faktor yang mewarnai penilaian anggota atas pelayanan yang diterimanya, seperti keramah tamahan, pengetahuan produk, kesigapan dalam membantu dan antusiasme dari para karyawan.

³ Rizal Yaya, dkk, *Akutansi Perbankan Syari'ah Teori dan Praktik Kontemporer*, edisi ke2, Salemba Empat, Jakarta Selatan, 2014, hal. 14

⁴ AB Susanto, *Managemen Strategik Komprehensif*, Erlangga, Jakarta, 2005, hal.197-203

Pelayanan dijadikan tolok ukur sejauh mana pihak lembaga mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap anggotanya. Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara lain : responsiveness, reliability, assurance, empathy, tangibles. Responsiveness (daya tangkap/kesigapan) adalah suatu respon/kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Reliability (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Assurance (jaminan) kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara cepat, kualitas, keramah-ramahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keretampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan anggota terhadap perusahaan. Empathy (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual /pribadi kepada anggota. Tangibles (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik. Peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.

Apabila pasca transaksi anggota kepercayaannya bertambah ke pihak lembaga tersebut maka anggota akan loyal karena anggota tersebut yakin dan sudah percaya kepada pihak lembaga bahwa pihak lembaga telah mampu mengemban amanah yang diberikan anggota kepadanya. Sehingga anggota tidak was-was dengan uangnya yang di simpan di lembaga tersebut.

Sedangkan apabila pasca transaksi anggota semakin ragu dengan kinerja sebuah lembaga maka anggota akan berfikir berulang-ulang saat akan menyimpan uangnya. Karena anggota tidak percaya sepenuhnya dengan kinerja lembaga tersebut dan takut kalau ada unsur penipuan atau penggelapan dana. Sehingga dengan anggota tidak mempercayai lembaga tersebut akan membuat citra lembaga tersebut jelek dan berkurangnya profitabilitas lembaga. Sebaliknya jika anggota sudah mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi ke lembaga tersebut akan loyal dan semakin

membuat nilai perusahaan baik dimata masyarakat dan kepada pesaing bisnis.

Profitabilitas merupakan kemampuan lembaga untuk menghasilkan keuntungan akan dapat menarik atau memberi kesan kepada calon anggota supaya menginvestasikan dananya di lembaga keuangan tersebut.

Profitabilitas yang rendah menunjukkan bahwa tingkat kinerja manajemen lembaga tersebut kurang baik. Lembaga yang mempunyai tingkat profitabilitas yang rendah nantinya akan membawa dampak buruk dari reaksi pasar dan akan menyebabkan turunnya penilaian kinerja suatu lembaga (Srimindarti, 2008).

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam aktivitas bisnis, terutama yang berkenaan dengan anggota. Prinsip dasar yang perlu diperhatikan dalam berkomunikasi adalah *REACH* (*Respect* (menghargai), *Empathy* (empati), *Audible* (memahami), *Clarity* (jelas), *Humble* (rendah hati)), karena sesungguhnya komunikasi pada dasarnya adalah upaya bagaimana komunikator mampu meraih perhatian, cinta kasih, minat, kepedulian, simpati, tanggapan, maupun respon positif. Kepuasan merupakan sikap terhadap hasil transaksi dan akan mempengaruhi perilaku selanjutnya dari anggota, serta memengaruhi tingkat loyalitas anggota. Melaksanakan kegiatan komunikasi kepada anggota bukanlah perkara yang mudah, namun juga bukan perkara yang sulit. Melalui pemahaman yang baik, maka akan mampu melaksanakan kegiatan komunikasi yang efektif dan efisien.⁵

Pada dasarnya kepuasan anggota mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil sama atau melampaui yang diharapkan anggota, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan anggota. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan

⁵ Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, Alfabeta, Bandung 2014, hlm.65-152

oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka anggota merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja dirasakan sesuai dengan harapan maka anggota akan merasa puas. Dan jika kinerja dirasa lebih dari harapan maka anggota akan merasa sangat puas.⁶

Keberhasilan bisnis saat ini tidak semata ditentukan oleh produk atau jasa yang dijual. Kepuasan anggota merupakan salah satu tujuan utama mengapa bisnis ada dan hadir ditengah-tengah kehidupan anggota. Peningkatan kepuasan anggota berpotensi mengarah kepada pertumbuhan bisnis jangka pendek dan jangka panjang. Sementara ketidakpuasan anggota dapat memunculkan sejumlah resiko bisnis diantaranya adalah beralihnya konsumsi anggota kepada pesaing.

Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada anggota, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Dengan latar belakang masalah di atas maka penelitian ini akan membahas tentang BMT HARAPAN UMAT PATI dengan judul penelitian **“Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Karyawan Untuk Terciptanya Kepuasan Anggota Pada BMT HARAPAN UMAT PATI KCP SLEKO PATI”**

B. Rumusan Masalah

Merujuk latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan karyawan pada BMT HARAPAN UMAT KCP SLEKO PATI?
2. Bagaimana anggota itu dikatakan puas atas pelayanan yang diberikan oleh BMT HARAPAN UMAT KCP SLEKO PATI?

⁶ Suharsimi arikunto, manajemen penelitian, Rineka Cipta, Jakarta, 2003, hlm.44

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diajukan maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui upaya yang diambil oleh BMT HARAPAN UMAT KCP SLEKO PATI untuk meningkatkan kualitas karyawannya
2. Untuk mengetahui seberapa puas anggota atas pelayanan yang diberikan oleh BMT HARAPAN UMAT SLEKO PATI

D. Tinjauan Pustaka

Sejauh yang diketahui penulis ada beberapa penelitian yang berhubungan kualitas pelayanan karyawan supaya terciptanya kepuasan bagi anggota, diantaranya adalah:

1. Penelitian dilakukan oleh Santi Budi Utami mahasiswa jurusan D3 Akutansi Fakultas Ekonomi, Universitas Negara Yogyakarta pada tahun 2013 yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Taspen (PERSERO) Cabang Yogyakarta*". Diperoleh kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasaba pada PT. Taspen (Persero) Cabang Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan R hitung sebesar 0,861 dan hasil dari F hitung adalah 20,5 lebih besar dari F tabel pada taraf kesalahan 5% dan didasarkan pada pembilang $(k) = 2$ dan penyebut $(n - k - 1) = 27$ yaitu sebesar 3,35.
2. Fitry Mustagfiroh, mahasiswa D3 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Walisongo Semarang pada tahun 2016 dengan judul "*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Keluhan, Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Word Of Mounth (Studi Kasus PT Bank Pembangunan Derah Jawa Tengah Kantor Cabang Unissula)*". Diperoleh kesimpulan berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

mempunyai pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Kcp Unissula. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Kcp Unissula semakin merasa puas yang tinggi terhadap kepuasan nasabah. Dimensi ini dianggap tepat karena semakin tinggi kualitas layanan yang didapat nasabah akan menghasilkan kepuasan nasabah dan diharapkan nasabah akan datang kembali dengan harapan akan mendapatkan kualitas yang lebih pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Kcp Unissula.

3. Skripsi dari Karina Sekar Ayu Wulandari, mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jawa Timur tahun 2010 yang berjudul “*Pengaruh Komitmen Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Bank Jatim Surabaya (Studi Kasus Pada Bank Jatim Cabang DR. Soetomo)*”. Diperoleh kesimpulan bahwa komitmen berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Dr. Soetomo Surabaya terbukti kebenarannya, begitupun dengan kepuasan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Jatim Cabang Dr. Soetomo Surabaya terbukti kebenarannya.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field reserch*) yaitu pengumpulan data secara langsung ke lapangan observasi, atau dengan wawancara secara langsung dengan pihak BMT Harapan Umat Kcp Sleko Pati dengan pendekatan kualitatif.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di BMT Harapan Umat Kcp Sleko Pati, Jalan Roro Mendut, Kompleks Pasar Beras baru Sleko Pati.

3. Sumber Data

- a) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian, dalam hal ini penulis memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti saat magang dari Teller (Mbak Ufah), Koordinator Cabang (Bapak Eko Yuli Setiawan), Marketing (Mas Iqbal) dan beberapa nasabah BMT Harapan Umat Kcp Sleko Pati.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mendukung data primer yang diperoleh penulis secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). data sekunder dalam penelitian ini adalah data dari BMT Harapan Umat Kcp Sleko Pati berupa file dan sebagainya.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara(*Interview*)

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan beberapa pertanyaan terstruktur untuk memperoleh keterangan lebih lanjut. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan tanya jawab dengan Teller (Mbak Ufah), Koordinator Cabang (Bapak Eko Yuli Setiawan), Marketing (Mas Iqbal) dan nasabah BMT Harapan Umat Kcp Sleko Pati.

b. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian. Dalam hal ini penulis ikut serta berpartisipasi atau hanya mengamati staff marketing yang sedang melakukan pemasaran produk.

c. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data dari dokumen yang telah dimiliki oleh pihak MBT Harapan Umat Kcp Sleko Pati, pengumpulan data ini

digunakan untuk memperoleh data tentang gambaran BMT Harapan Umat Kcp Sleko Pati.

5. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu data-data yang diperoleh kemudian dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan analisis dengan teori-teori yang ada.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan kemudahan dalam memahami Tugas Akhir maka penulis menguraikan susunan penulisan secara sistimatis berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini pembahasan yang dipaparkan antara lain Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi tentang pengertian BMT, pengertian tentang kualitas pelayanan, upaya meningkatkan kualitas pelayanan, pengertian kepuasan anggota, faktor yang mempengaruhi kepuasan anggota.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Dalam bab III ini penulis menjelaskan tentang profil BMT HARAPAN UMAT KCP SLEKO PATI.

BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Berisi tentang upaya pelayanan yang diberikan oleh karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan karyawan guna terciptanya kepuasan anggota.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini meliputi kesimpulan, saran dan penutup