

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Baitul Maal Wattamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul Maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana *non profit*, seperti: zakat, infaq, shodaqah. Sedangkan *Baitul Tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syari'ah. Secara kelembagaan BMT didampingi atau didukung Pust Inkuibasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK). PINBUK sebagai lembaga primer karena mengemban misi yang lebih luas, yakni melahirkan usaha kecil. Dalam praktiknya, PINBUK melahirkan BMT, dan pada gilirannya BMT melahirkan usaha kecil. Keberadaan BMT merupakan *representatif* dari kehidupan masyarakat dimana BMT itu berada dengan jalan ini BMT mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat. pemerataan Indonesia karena berperan banyak pada sektor riil. Pada bulan juni 2002 di Jakarta mulai muncul lembaga keuangan mikro yang bisa disebut BMT (*Baitul maal wat Tamwil*) atau padanan kata dari Balai-usaha Mandiri Terpadu. BMT adalah lembaga keuangan lingkup micro beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan kegiatan utamanya adalah *baitul maal* dan *baitul tanwil*. Dimaksudkan sebagai Lembaga Amil Zakat (LAZ) sesuai dengan UU no.38 th. 1999 yaitu menerima titipan zakat, infaq dan sodaqoh serta mengoptimalkan pendistribusiannya sesuai aturan dan amanahnya. Dan juga melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Dana yang terhimpun selanjutnya disalurkan melalui berbagai produk pembiayaan. Masyarakat dan pengusaha kecil yang memiliki kemampuan berusaha namun mengalami kendala

permodalan dapat mengajukan permohonan pembiayaan. Sistem dan prosedur yang dipakai tentunya berbeda dengan yang berada di perbankan konvensional. Pihak BMT perlu mengembangkan konsep baru dalam pemberian pembiayaan kepada Usaha Kecil Mikro (UKM), dimulai dari ketentuan persyaratan hingga proses analisis kelayakan pembiayaan tersebut. Hal yang menjadi pembeda yang signifikan dari sistem konvensional dengan sistem syariah adalah akad yang digunakan, inilah yang harus benar-benar diperhatikan lembaga keuangan syariah agar akad yang dipakai sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan sesuai dengan syariat Islam.¹ Pemerintah sebagai pengatur dan pembuat kebijakan publik terus mendukung lahirnya koperasi syariah atau *baitul maal wat tamwil* di Indonesia. Melalui Keputusan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Nomor. 91/Kep/M.KUKM /IX/2004 memberikan payung hukum yang kuat terhadap keberadaan Koperasi Syariah .

Baitul Maal Wat Tamwil Bina Ummat Sejahtera didirikan dengan tujuan untuk membantudalam peningkatan taraf hidup anggota, khususnya dalam bidang ekonomi. Rasa keprihatinan terhadap kondisi ekonomi dan tuntunan masyarakat terhadap perbaikan ekonomi merupakan landasan ideal pendirian lembaga keuangan mikro. BMT Bina Ummat Sejahtera sejauh ini telah melakukan berbagai pembinaan usaha kecil kepada masyarakat melalui sistem ekonomi syariah. Penerapan bagi hasil setiap transaksi (akad) merupakan upaya menghindari sistem bunga (riba) sedini mungkin. Dalam melaksanakan penghimpunan dana KSPS Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu menawarkan beberapa produk simpanan diantaranya: Simpanan Sukarela Lancar, Simpanan Sukarela Berjangka (Si Suka), Simpanan Siswa Pendidikan (Si Sidik), Simpanan Haji (Si Haji), Simpanan Umroh (Si Umroh).

Customer Relationship Management (CRM) merupakan strategi pemasaran tentang bagaimana mengoptimalkan profitabilitas melalui pengembangan kepuasan pelanggan. Storbacka, Kaj dan Jarmo R. Lehtinen mengemukakan bahwa pengetahuan akan pelanggan merupakan kunci kesuksesan CRM. Tanpa pengetahuan akan pelanggan yang disebarluaskan ke

¹ Pinbuk, "BMT sebagai Alternatif Model UKM". Jakarta:Pinbuk, 2000, hal.7

seluruh perusahaan, perusahaan bisa gagal memenuhi keinginan pelanggan. Pelanggan yang puas dengan pelayanan perusahaan akan meningkatkan pembelian tidak hanya pembelian produk tetapi juga meningkatkan hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Fokus dari CRM adalah pelanggan dalam dunia perbankan berarti nasabah. Apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, bagaimana kebiasaan mereka, dan bagaimana sebuah perusahaan bisa mempertahankan hubungan baik dengan mereka semua terkumpul dalam CRM. Tujuannya adalah untuk memberikan kepuasan bagi mereka. Dan akhir dari semuanya adalah perusahaan akan dapat mempertahankan nasabah agar tidak berpindah ke pesaing. Dalam konsep CRM, pemasar sangat menekankan pentingnya hubungan baik jangka panjang dengan konsumen dan infrastruktur pemasaran, yang dapat menciptakan kesadaran dalam bentuk hubungan dan komitmen yang menyeluruh. Dengan kata lain jika CRM telah diimplementasikan secara tepat akan dapat membantu memperbaiki hubungan kemitraan (kepuasan, kepercayaan, komitmen, dan loyalitas) pelanggan.²

Setiap orang yang mendirikan suatu usaha tentu menginginkan usahanya dapat hidup terus-menerus tanpa dibatasi oleh waktu. Hal ini merupakan salah satu tujuan didirikannya suatu perusahaan. Dapat hidup terus menerus artinya dapat terus beroperasi, berkembang menikmati laba dan panjang umur. Semakin panjang umur suatu perusahaan, semakin baik. Dalam praktiknya kehidupan suatu usaha beragam, mulai dari yang berumur panjang sekali hingga ratusan tahun (untuk beberapa generasi) sampai yang hanya hidup beberapa tahun saja. Bahkan tidak sedikit perusahaan yang sudah mati sebelum beranjak dewasa.

Agar suatu perusahaan panjang umur, perlu dicarikan resep untuk mengatasinya. Resepnya adalah terus dilakukan dan ditingkatkan omzet penjualannya atau jumlah pelanggannya (nasabah) karena dengan meningkatkan omzet penjualan, atau jumlah pelanggan, tujuan dapat tercapai. Meningkatnya omzet penjualan pada akhirnya akan dapat pula meningkatkan

² Rahman El-Junusi, SE., MM, *Membangun Kemitraan Antara Bank Syariah dan Nasabah dengan pendekatan Customer Relationship Management*, Semarang: IAIN Walisongo Semarang, 2012, Hlm. 1-3.

laba perusahaan. Peningkatan laba penting bagi usaha dalam rangka terus dapat beroperasi dan berekspansi lebih luas lagi sehingga mampu mempertahankan hidupnya. Tentu saja laba yang diinginkan harus sesuai dengan target yang telah ditentukan setiap periodenya.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan omzet penjualannya atau pelanggannya. Misalnya dengan memberikan pelayanan yang paling optimal, meningkatkan kualitas produk, menentukan harga yang sesuai dengan selera pasar, meningkatkan promosi penjualan atau dengan cara lainnya. Semua yang dilakukan ini harus dengan standar di atas pesaing karena jika pesaing melakukan hal yang lebih baik dari perusahaan kita, kemungkinan usaha kita akan menjadi sia-sia. Ingat pesaing tidak pernah tidur dan selalu mencari celah untuk mengambil pelanggan pesaing lainnya.

Semua upaya untuk meningkatkan penjualan seperti di atas harus dilakukan dengan skala prioritas tentunya. Peningkatan omzet penjualan atau jumlah pelanggan merupakan aspek yang paling penting untuk dilakukan melalui pemberian pelayanan yang paling optimal karena dengan pelayanan yang optimal dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan ini akan menjadi promosi gratis dari pelanggan yang sudah merasakannya kemudian disebarkan ke pelanggan lainnya.

Kenyataannya pelayanan yang baik akan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, disamping akan mampu mempertahankan pelanggan yang ada (lama) untuk terus mengonsumsi atau membeli produk yang kita tawarkan, serta akan mampu pula untuk menarik calon pelanggan baru untuk mencobanya. Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan *image* perusahaan sehingga citra perusahaan di mata pelanggannya terus meningkat pula. Dengan demikian citra yang baik, segala hal yang dilakukan perusahaan akan dianggap baik pula.³

Dari uraian di atas menunjukkan bahwa pelayanan prima di suatu perusahaan sangat berpengaruh untuk kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

³ Kasmir, S.E., MM, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005, Hlm 1-3

Pelayanan prima bertujuan untuk memberika pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat. Sehingga pelayanan prima sangatlah berdampak pada profit yang mengacu dalam upaya meningkatkan jumlah simpanan Si Rela di KSPS Bina Ummat Sejahtera cabang kaliwungu.

Berdasarkan pemaparan tersebut mendorong penulis untuk menyusun Tugas Akhir dengan judul “**PENERAPAN PELAYANAN PRIMA PADA PRODUK SIMPANAN SI RELA (SUKARELA LANCAR) DI BMT BINA UMMAT SEJAHTERA CABANG KALIWUNGU**”

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini yang menjadi permasalahan dalam penulisan tugas akhir adalah:

1. Bagaimana Penerapan Pelayanan Prima pada produk simpanan Si Rela di KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan pelayanan prima di KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta saran-saran yang yang bermanfaat bagi perusahaan
2. Bagi pembaca, sebagai salah satu bahan acuan dan referensi untuk melakukan penelitian lanjutan
3. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan keilmuan serta sebagai suatu latihan dalam menerapkan teori0-teori yang diperoleh penulis khususnya mengenai lembaga keuangan syariah.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah studi mengenai metode-metode ilmiah yang digunakan dalam penelitian.

1. Objek penelitian

Penelitian ini dilakukan pada KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu yang bertempat di Jln. Soekarno Hatta Krangtengah Kaliwungu. Telp (02943688823).

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan model penelitian lapangan (*field research*).⁴ Penelitian ini dilakukan dengan cara ikut terjun ke lapangan dan mengamati di tempat penelitian secara langsung. Yang menjadi subjek penelitiannya adalah KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu.

3. Sumber Data

a. Data primer

Data yang diperoleh peneliti dari sumber asli, maksudnya adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun perorangan.⁵ Dalam hal ini, proses pengumpulan datanya melalui Interview dengan Manajer KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu dan para karyawannya.

b. Data sekunder

Data ini diperoleh melalui literatur-literatur, jurnal, jurnal penelitian terdahulu, majalah maupun data dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Data sekunder penulis memperoleh data dari historis KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu, laporan penelitian terdahulu, buku RAT KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu maupun penelusuran internet dan sebagainya.

4. Teknik pengumpulan data

a. Observasi

⁴ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2013, Hlm.22

⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2013, hlm.103

Teknik pengamatan dari seseorang peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang diteliti.⁶ Observasi yang dilakukan oleh penulis adalah pengamatan secara langsung pelayanan yang dilakukan KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu dari tanggal 9 Januari sampai 9 Februari 2017.

b. Wawancara

Teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seorang atau beberapa orang pewawancara dengan seorang atau dengan orang yang diwawancarai.⁷ Wawancara dengan Manager dan karyawan KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu untuk memperoleh data dan keterangan tentang pelayanan prima yang diterapkan di KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu.

c. Dokumentasi

Dokumen ini dapat menambah pemahaman atau informasi untuk penelitian. Dokumen-dokumen yang mungkin tersedia mencakup budget, iklan, deskripsi kerja, laporan tahunan, memo, korespondensi, brosur informasi, dan banyak jenis item tert⁸ulis lainnya.

F. Sistematika Penulisan

Tugas Akhir ini di sajikan dalam beberapa bab, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

Berisi tentang Pengertian Pelayanan Prima, Arti Penting Pelayanan Prima, Dasar-dasar pelayanan,

⁶ Ibid, hlm.150

⁷ Ibid, hlm.151

⁸ Emzir, *Metode Analisis Kualitatif Analisis Data*, Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2012, Hlm.61

Tujuan, manfaat dan Fungsi Pelayanan, Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan, Ciri-ciri Pelayanan yang baik, Konsep Pelayanan Prim

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Berisi tentang gambaran KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu yang terdiri dari sejarah berdirinya KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu, visi dan misi tentang KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu, Struktur Organisasi KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu, Deskripsi jabatan KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu, Aspek-aspek kegiatan KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu, dan produk-produk di KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Kaliwungu.

BAB IV

PEMBAHASAN

Berisi tentang penerapan pelayanan prima pada produk Si Rela.

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir dalam Tugas Akhir. Di dalam bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari permasalahan yang dibahas sebelumnya, serta memberikan saran dan kata penutup.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN