

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Efektivitas

1. Pengertian Efektivitas

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, efektivitas berasal dari kata efektif yang berarti mempunyai nilai efektif, pengaruh atau akibat, bisa diartikan sebagai kegiatan yang menimbulkan pengaruh serta membawa hasil.¹⁸ Sedangkan efektifitas menurut para ahli yaitu:

- a. Menurut Richard M. Steets, efektifitas diartikan seberapa jauh organisasi melaksanakan seluruh tugas pokoknya atau mencapai semua sasaran.¹⁹
- b. Menurut Supriyono, efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang dicapai, jika semakin besar kontribusi keluaran yang dihasilkan dari pencapaian sasaran, maka dapat dikatakan efektif. Sebaliknya jika kontribusi keluaran lebih kecil dari pencapaian sasaran, maka dikatakan tidak efektif.²⁰
- c. Menurut Yamit, efektivitas merupakan ukuran sebagai gambaran mengenai seberapa jauh tujuan tercapai, baik secara kualitas maupun waktu, orientasi dilihat dari keluaran yang dihasilkan.²¹

¹⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).(On-line), tersedia di: <https://kbbi.web.id/efektif>, diakses pada 10 Mei 2023 pukul 21.00 WIB.

¹⁹ Richard M. Steets, *Efektivitas Organisasi*, (Jakarta: Erlangga, 2015), 46

²⁰ Supriyono, *Sistem Pengendalian Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2018), 29

²¹ Zulian Yamit, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Jakarta: Kencana, 2013), 189

Berdasarkan pendapat diatas dapat dijelaskan bahwa efektivitas merupakan penilaian dari pencapaian sasaran dengan kesesuaian target yang telah direncanakan sebelumnya. Efektifitas dapat diketahui dengan cara membandingkan antara rencana dengan hasil yang telah diwujudkan. Jika hasil yang diwujudkan sesuai dengan apa yang direncanakan maka dapat dikatakan efektif. Namun sebaliknya, jika hasil yang dicapai tidak sesuai dengan apa yang direncanakan, maka dikatakan belum efektif.²²

2. Indikator Efektifitas

Indikator efektivitas menurut Gibson, Ivancevich dan Donnelly, dikutip dari buku milik Mukhtar yang berjudul “Efektivitas Pimpinan” mengungkapkan bahwa terdapat 5 Indikator efektifitas yaitu:

a. Kepuasan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara ekspektasi dengan harapannya.

b. Produktivitas

Produktifitas disangkutkan dalam hubungan antara input dan output yang disesuaikan dalam misi dan tujuan organisasi.

c. Efisiensi

Efisiensi didefinisikan sebagai perbandingan antara pengeluaran dengan pemasukkan yang didapat. Tolak ukur efisiensi dilihat dari perbandingan antara biaya dan waktu yang dikeluarkan dengan keuntungan yang telah didapatkan.

²² Amirullah, Haris Budiyon, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 97

d. Kemampuan Beradaptasi

Kemampuan beradaptasi yang dimaksud yaitu kemampuan lembaga atau perusahaan menghadapi berbagai macam perubahan baik perubahan lingkungan maupun perubahan dalam organisasi itu sendiri.

e. Pengembangan

Pengembangan yang dimaksud yaitu lembaga atau perusahaan mampu mengembangkan usaha dengan meningkatkan kapasitas dalam menghadapi tuntutan lingkungan. Hal ini dilakukan dengan cara pelatihan karyawan.²³

B. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Pelayanan merupakan usaha melayani kebutuhan orang lain sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.²⁴ Adapun pengertian pelayanan menurut para ahli sebagai berikut:

- a. Menurut Moenir, pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain supaya masing-masing memperoleh keuntungan yang diharapkan dan mendapatkan kepuasan.²⁵
- b. Menurut Sugiarto, pelayanan merupakan upaya yang dilakukan secara maksimal oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan

²³ Mukhtar, *Efektivitas Pimpinan: Kepemimpinan Transformatif dan Komitmen Organisasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 30-32

²⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).(On-line), tersedia di: <https://kbbi.web.id/pelayanan>, diakses pada 16 Oktober 2023 pukul 18.40 WIB.

²⁵ AS Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 17

untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan serta mendapatkan kepuasan.²⁶

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat dipahami bahwa pelayanan adalah kegiatan memenuhi kebutuhan yang dilakukan oleh petugas pelayanan pada sebuah lembaga atau perusahaan supaya masing-masing mendapat keuntungan dan kepuasan.

2. Efektivitas Pelayanan

Efektivitas merupakan salah satu pencapaian yang ingin diraih oleh lembaga atau perusahaan. Dasar dari efektivitas adalah kesesuaian antara tujuan yang dicapai dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Maka dapat di definisikan bahwa efektivitas pelayanan merupakan tercapainya kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh lembaga atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumennya.

Baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan tergantung pada persepsi konsumen. Menurut Lewis dan Boom yang dikutip oleh Tjiptono, yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan ukuran mengenai kesesuaian antara tingkat pelayanan yang diberikan dengan ekspetasi konsumen.²⁷ Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam buku karya Fandy Tjiptono sebagai berikut:

²⁶ Sugiarto, Endar, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), 216

²⁷ Fandy, Tjiptono, Gregorius Chandra, *Service, Quality and Satisfaction Edisi 4*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 110

a. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Tangibles dalam indikator kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penerapan indikator ini yaitu fasilitas pelayanan, penampilan karyawan serta kemampuan sarana dan prasarana perusahaan yang tersedia dan dirasakan oleh pengguna.

b. *Reliability* (Kehandalan)

Reliability dalam indikator kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kemampuan yang dapat diandalkan. Penerapan indikator ini yaitu karyawan mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan secara tepat, akurat dan terpercaya tanpa ada kesalahan.

c. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Responsiveness dalam indikator kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kesiapan para karyawan dalam memberikan pelayanan kepada anggota dengan segera serta tanggap dalam memberikan informasi yang dibutuhkan anggota secara jelas.

d. *Assurance* (Jaminan)

Assurance dalam indikator kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kemampuan dalam menumbuhkan rasa percaya pengguna terhadap perusahaan. Ada beberapa komponen pada indikator ini, yaitu komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

e. *Empathy* (Empati)

Empathy (Empati) meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan,

perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual. Pengertian empati dapat mencakup kemudahan akses, komunikasi yang baik dan pemahaman terhadap anggota.²⁸

Dalam Islam sangat memperhatikan pelayanan yang berkualitas. Hal tersebut sesuai dengan berfirman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah [2] : 267 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ (البقرة : ٢٦٧)

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untukmu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu nafkahkan darinya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (QS. Al-Baqarah : 267)”²⁹

Ayat tersebut menegaskan bahwa agama Islam mengajarkan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang dimaksud bukan hanya sekedar mengantar atau melayani melainkan mengerti memahami serta ikut merasakan. Jangan sampai memberikan pelayanan yang buruk kepada orang lain, yang apabila terjadi pada diri kita sendiri, kita merasa tidak senang.

²⁸ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2017), 273

²⁹ Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia, 2014) [2] : 267

C. Pelayanan Jemput Bola

1. Pengertian Pelayanan Jemput Bola

Jemput bola adalah pelayanan yang mana petugas mendatangi anggota atau nasabah secara langsung untuk memberikan pelayanan. Jemput bola juga disebut sebagai *personal selling* (penjualan pribadi). Menurut Kotler dan Keller, *personal selling* merupakan interaksi secara tatap muka (*face to face*) dengan satu bahkan lebih konsumen bertujuan untuk melakukan penawaran, menjawab pertanyaan yang diajukan serta menerima pesanan.³⁰ Komunikasi dalam pelayanan jemput bola harus berjalan dua arah antara petugas dengan anggota. Pada pelayanan ini petugas bisa lebih mudah menjelaskan produk, tujuan, sistem dan prosedur operasional yang ada. Keberhasilan pelayanan jemput bola terdapat pada petugas itu sendiri, oleh sebab itu, petugas selayaknya mempunyai sifat jujur amanah dan dapat dipercaya sehingga nantinya dapat membuat anggota merasa nyaman dalam berinteraksi dengan petugas.³¹ Dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa layanan jemput bola merupakan teknik pelayanan yang dilakukan BMT melalui *account officer* dengan cara mendatangi anggota secara langsung untuk memudahkan dalam melakukan transaksi sekaligus menawarkan produk-produk yang tersedia serta memberikan informasi yang dibutuhkan anggota tanpa perlu datang ke kantor.

³⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2016), 276

³¹ Ibid., 273

2. Manfaat Pelayanan Jemput Bola

Layanan jemput bola mengharuskan petugas dari lembaga yang bersangkutan mendatangi anggota yang ingin melakukan transaksi, baik di rumah maupun ditempat usaha sesuai kesepakatan sebelumnya. Manfaat yang didapat dari pelayanan jemput bola yaitu sebagai berikut:

- a. Perusahaan secara langsung dapat berinteraksi dengan anggota atau calon anggota, lewat AO sehingga lebih mudah menawarkan produk.
- b. Perusahaan memperoleh informasi dengan mudah dari anggota mengenai kekurangan produk yang dimiliki, keluhan yang dirasakan anggota serta informasi tentang perusahaan lain dari anggota.
- c. Account officer dapat mempengaruhi anggota secara langsung dengan berbagai argumen yang dimiliki.
- d. Anggota dimudahkan dalam hal bertransaksi sebab jika menghendaki bertransaksi anggota tidak perlu repot datang ke kantor, melainkan didatangi secara langsung oleh petugas.
- e. Terjalin hubungan yang akrab antara perusahaan dengan anggota lewat account officer simpanan dan pembiayaan.
- f. Dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggota.
- g. Sebagai wujud citra perusahaan yang diberikan kepada anggota.³²

³² Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2018), 160-161.

D. Pembiayaan Multiguna Tanpa Agunan (MTA)

1. Pengertian Pembiayaan

Menurut Muhammad Syafi'I Antonio pembiayaan adalah salah satu tugas pokok perbankan yaitu memberikan fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit.³³

Menurut Undang-Undang RI No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berupa:

- a. transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*.
- b. transaksi sewa-menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*.
- c. transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam* dan *istishna*.
- d. transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*.
- e. transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa.³⁴

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa pembiayaan merupakan pemberian dana bagi konsumen untuk membeli barang dan harus dikembalikan dalam jangka waktu tertentu dengan cara angsuran serta memberikan imbalan atau bagi hasil. Menurut sifatnya, pembiayaan dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

³³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta; Gema Insani Press, 2015), 195

³⁴ Undang-Undang RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

a. Pembiayaan produktif

Pembiayaan ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi. Dalam arti luas untuk peningkatan usaha, baik produksi, perdagangan maupun investasi.

b. Pembiayaan konsumtif

Pembiayaan ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan akan habis untuk memenuhi kebutuhan.³⁵

2. Pembiayaan Multiguna Tanpa Agunan (MTA)

Multiguna Tanpa Agunan merupakan salah satu produk pembiayaan yang ada di BMT UGT Nusantara yang memberikan fasilitas pembiayaan tanpa jaminan dalam memenuhi kebutuhan anggota. Akad yang di gunakan pada pembiayaan ini adalah *murabahah bil wakalah*. Dalam transaksi syariah penggabungan dua akad atau lebih diperbolehkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Imam Asy-hab dari mazhab Maliki, Imam Ibnu Taimiyah dari mazhab Hambali dan Imam At-Tasuli. Dahlil Kaidah fidih yang mendasari diperbolehkan multiakad berbunyi:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلُّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya: Hukum asal muamalah adalah boleh, kecuali ada dahlil yang menunjukkan keharomannya.³⁶

³⁵ Ahmadiono, *Dasar Dasar Bank Syariah*, (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 106

³⁶ Lukita Fahriana, JM.Muslimin, *Penerapan al-Qawaid al- Usuliyah dan al-Oawaid al-Fiqhiyah dalam Kasus Riba dan Bank Syari'ah*, Jurnal Indo-Islamika, Vol.10 No.2, 2020, <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/indo-islamika/article/view/17527>, (Di akses pada 10 Desember 2023 pukul 18.35 WIB)

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional No:04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murabahah* mengenai jaminan dalam *murabahah* diperbolehkan, agar nasabah serius dengan pesannya. Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.³⁷

Jaminan dapat dibedakan menjadi 2 macam, yaitu:

a. Jaminan kebendaan

Jaminan kebendaan merupakan tindakan berupa perjaminan yang dilakukan oleh kreditur terhadap debiturnya, atau antara kreditur dengan pihak ketiga untuk menjamin dipenuhinya kewajiban dari debitur. Pemberian jaminan berupa bagian dari kekayaan seseorang, si pemberi jaminan.

b. Jaminan perorangan

Jaminan perorangan atau pribadi adalah suatu perjanjian antara orang yang berpiutang (kreditur) dengan pihak ketiga, yang menjamin dipenuhinya kewajiban-kewajiban dari si berutang (debitur). Jaminan perorangan yaitu jaminan yang diberikan oleh seseorang apabila pembiayaan tersebut macet, maka orang yang memberikan jaminan itulah yang menanggung risikonya.³⁸

Dalam Fatwa DSN MUI No:04/DSN-MUI/IV/2000 menjelaskan bahwa jika bank mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli *murabahah* harus dilakukan setelah barang,

³⁷ Fatwa DSN MUI No:04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*.

³⁸ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012), 94.

secara prinsip menjadi milik bank.³⁹ Selalu terjadi akad wakalah dulu sebelum akad murabahah karena akad wakalah akan berakhir pada saat nasabah menyerahkan barang yang dibeli pada bank dan mempercepat proses pencairan dan memudahkan nasabah, sehingga setelah barang diterima oleh bank maka terjadilah akad murabahah. Dalam akad Murabahah Bil Wakalah, kuasa diberikan kepada nasabah yang bertindak atas nama bank untuk membeli barang yang akan dibiayai (dalam hal ini yang nantinya akad dijual oleh bank). Wakalah ini biasanya selalu merupakan akad pendamping atau pelengkap dari akad Murabahah. Dalam prakteknya akad wakalah sering diberikan pada tanggal yang sama. Apabila proses pendantangan akad Wakalah bersamaan dengan akad Murabahah.⁴⁰

E. Anggota

1. Pengertian Anggota

BMT merupakan badan hukum di bawah naungan koperasi maka setiap orang yang berkaitan dengan BMT atau jajarannya dikenal dengan sebutan anggota. Anggota adalah orang-orang atau badan hukum koperasi yang mempunyai kepentingan ekonomi sebagai pemilik sekaligus pengguna jasa, berpartisipasi aktif dalam pengembangan usaha serta syarat-syarat lain yang sudah ditentukan dalam anggaran dasar dan terdaftar dalam buku anggota.⁴¹

³⁹ Fatwa DSN MUI No:04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*.

⁴⁰ Irma Devita Purnamasari, *Akad Syariah*, (Bandung: Kaifa, 2011), 49

⁴¹ Andriani Septika, *Mengenal Uang dan Lembaga Keuangan*, (Depok: PT Media Cerdas Nasional, 2012), 61

Perkembangan badan usaha koperasi ditentukan dari anggotanya. Semakin berkembangnya koperasi semakin banyak pula jumlah anggotanya. Peningkatan jumlah anggota yang diiringi dengan tingginya partisipasi anggota dalam menyimpan serta dipergunakan kembali oleh anggota dalam pembiayaan dapat meningkatkan jumlah modal sehingga kebutuhan usaha dan operasional dapat terpenuhi.

2. Sifat-Sifat Anggota

Petugas supaya mampu memahami sifat anggota yang berbeda-beda. Sifat-sifat anggota yang perlu dipahami meliputi:

a. Anggota adalah raja

Dalam memberikan pelayanan harus menganggap anggota sebagai raja yang mana semua keinginannya harus dipenuhi. Ketentuan yang harus diperhatikan yaitu dalam hal etika dan moral.

b. Dipenuhi segala keinginan dan kebutuhannya

Anggota berharap keinginan dan kebutuhan bisa dipenuhi oleh perusahaan, baik dari segi kebutuhan informasi, pelayanan maupun segi kendala yang disampaikan anggota.

c. Tidak mau didebat dan disinggung

Anggota tidak suka didebat dan disinggung sehingga dalam menyampaikan informasi maupun berpendapat dilakukan dengan santai dan rileks.

d. Anggota mau diperhatikan

Setiap anggota berharap diperhatikan oleh perusahaan. Oleh karena

itu, petugas dituntut bisa memberikan perhatian penuh kepada setiap anggota supaya anggota merasa diperhatikan dan diprioritaskan.⁴²

3. Dasar-Dasar Pelayanan Anggota

Lembaga keuangan dituntut untuk memberikan pelayanan prima dengan tujuan supaya bisa memuaskan penggunanya. Pada dasarnya keberhasilan pelayanan tergantung pada petugas yang melayani. Oleh sebab itu, dasar-dasar pelayanan penting bagi lembaga keuangan. Adapun dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami yaitu:

- a. Berpenampilan rapi dan bersih.
- b. Percaya diri, mudah akrab dan murah senyum.
- c. Menyapa dengan lembut dan menyebutkan nama jika kenal.
- d. Menjadi pendengar yang baik, serta dapat bersikap sopan, tenang.
- e. Berbicara menggunakan bahasa yang baik dan benar.
- f. Mempunyai kemampuan yang baik dalam berkomunikasi.
- g. Bersemangat dalam melayani anggota.
- h. Jangan menyela dan memotong pembicaraan.
- i. Mampu meyakinkan anggota serta memberi kepuasan.
- j. Meminta bantuan kepada staff lain jika ada kesulitan.
- k. Apabila belum bisa melayani anggota sesuai dengan waktu yang diinginkan, beritahu dan komunikasikan kepada anggota.⁴³

⁴² Catharina Vista Okta Frida, *Manajemen Perbankan* (Yogyakarta: Garudhawaca, 2020), 193.

⁴³ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016), 31