

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perkembangan bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak dalam bidang manufaktur maupun jasa. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat dan tajam, baik dipasar domestik maupun internasional. Oleh karena itu dalam persaingan yang demikian, perusahaan dituntut untuk dapat memuaskan pelanggannya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi kegiatan komunikasi pemasaran di pasar internasional.

Apabila diperhatikan lebih cermat lagi, ternyata meski secara individual masyarakat ekonomi menengah kebawah bukan apa-apa dalam mendongkrak perekonomian. Namun apabila dilihat secara menyeluruh di Indonesia masyarakat ekonomi menengah kebawah adalah mayoritas pelaku ekonomi Negara. Namun sayangnya hal ini tidak begitu terlihat, mengingat sampai sekarang pun ruang lingkup kegiatan ekonomi ini belum berkembang, masih berjalan ditempat dan berputar dalam roda perekonomian yang sama.

BMT merupakan salah satu harapan bagi perekonomian menengah kebawah untuk meningkatkan perekonomiannya. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank Islam atau BPR Syariah. Karena itu, meskipun mirip

dengan bank Syariah, bahkan boleh dikata menjadi cikal bakal dari bank Syariah, BMT memiliki pangsa pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang tidak terjangkau layanan perbankan serta pelaku usaha kecil yang mengalami hambatan “psikologis” bila berhubungan dengan pihak bank.<sup>1</sup>

Dengan misi merambah dunia ekonomi tingkat menengah kebawah dan membantu mensejahterakannya, BMT diharapkan mampu mengatasi permasalahan-permasalahan mengenai perkembangan masyarakat perekonomian menengah kebawah. Banyak hal-hal yang membedakan karakteristik BMT dengan Lembaga Keuangan lainnya, termasuk dengan Bank yang secara sekilas siklus kegiatannya hampir mirip dengan BMT. BMT mempunyai ciri utama pada pelayanan nasabahnya, BMT memberikan kemudahan terhadap nasabah yang umumnya adalah rakyat kecil. Hadirnya BMT dikalangan masyarakat menengah kebawah ini diharapkan mampu mendongkrak perekonomian Negara, serta membawa kesejahteraan untuk masyarakat, sehingga apa yang ingin dicapai oleh sistem Ekonomi Islam dapat tercapai, yaitu meratakan taraf perekonomian masyarakat.

Dalam hal pelayanan, BMT harus merancang strategi pelayanan yang inovatif untuk mendapatkan simpati nasabah. Kegiatan pelayanan yang tepat sangat dibutuhkan dalam upaya menonjolkan kehadiran produk/jasa. Oleh karena itu, diperlukan strategi bisnis dalam usaha untuk meningkatkan nasabah. Strategi yang dilakukan oleh BMT selalu bertujuan agar jumlah nasabah dapat terus meningkat. Peningkatan jumlah nasabah tersebut,

---

<sup>1</sup>Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 363.

merupakan bukti bahwa nasabah tersebut puas dengan produk dan jasa yang diberikan pihak BMT.

Untuk dapat mendorong BMT yang bergerak dalam dunia perbankan, perlu bekerja keras dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu menarik image perbankan sehingga citra perbankan di mata nasabah terus meningkat. BMT yang mempunyai kualitas pelayanan yang baik, dapat membangun kepuasan konsumen sehingga meningkatkan jumlah nasabah pada lembaga tersebut.

Pada prinsipnya, pelayanan yang baik harus diberikan oleh semua unsur yang terlibat. Semua harus mau dan mampu memberikan pelayanan yang sama. Masing-masing harus saling mendukung sehingga pelayanan yang diberikan dalam rangka memberikan yang terbaik kepada nasabah dapat optimal. Tuntutan terhadap pelayanan yang optimal, mendorong bank untuk lebih inovatif dalam melakukan berbagai perubahan peningkatan pelayanan yang lebih terarah kepada kepuasan pelanggan. Disisi lain para nasabah semakin kritis dengan kualitas pelayanan yang diharapkan dapat diperoleh dari jasa perbankan yang digunakannya. Jika terjadi sesuatu yang diinginkan dalam pelayanan yang berakhir dengan kekecewaan, maka nasabah akan melakukan protes dengan kompensasi memindahkan aktivitas bisnisnya ke lembaga lain, bahkan lebih buruk lagi dengan melakukan protes melalui media massa yang dapat menghancurkan citra lembaga tersebut.

Rapert menyatakan pelayanan sangat mempengaruhi proses perbaikan efektifitas organisasi. Hasil studinya menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan baik untuk saat ini dan dimasa depan. Untuk itu reputasi kualitas perusahaan yang baik harus menekankan pada prioritas strategi sehingga dapat meningkatkan *net operating income* atau *growth* tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga jangka panjang.<sup>2</sup> Memahami dampak kualitas pelayanan terhadap keuntungan perusahaan dan bagaimana pengaruhnya terhadap keuangan organisasi merupakan isu penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Seiring perkembangan lingkungan bisnis yang ada, kualitas dianggap sebagai suatu masalah yang harus diperhatikan dan diselesaikan BMT dalam memberikan pelayanan.

Pelayanan dalam pandangan Islam merupakan pelayanan yang sudah dipraktekkan oleh Nabi Muhammad SAW, yaitu jujur, bertanggung jawab dan terpercaya, tidak menipu, murah hati melayani dengan rendah hati, dan tidak melupakan akhirat.<sup>3</sup> Dengan menjalankan pelayanan sesuai pandangan Islam diharapkan dapat menciptakan *relationship* antara nasabah dengan BMT. *Relationship* yaitu hubungan kemitraan antara lembaga dengan nasabah yang dijalin secara terus menerus dalam usaha meningkatkan kepercayaan pada lembaga. Hal ini dapat memelihara kesetiaan nasabah yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah nasabah BMT.

---

<sup>2</sup>Lina Ananta, *Service Excellence Competing Trough Competitiveness* (Bandung :Alvabeta, 2008), 69-70.

<sup>3</sup>Ida N. Janah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam*, Skripsi, STAIN KEDIRI, 2013, 21.

BMT Lantasil dipilih sebagai lokasi penelitian karena BMT Lantasil merupakan lembaga keuangan syariah yang berdiri sejak tahun 2010 mampu menarik masyarakat untuk menjadi nasabah dan mampu mempertahankan nasabah ditengah persaingan lembaga-lembaga lain. BMT Lantasil berhasil menjangkau pihak-pihak yang selama ini dapat dikatakan tak mempunyai akses kepada pembiayaan oleh perbankan (*unbankable*). Sebagai contoh, pembiayaan yang “hanya” bernilai ratusan ribu rupiah, dapat dilayani secara professional oleh BMT. Hal ini dapat dilihat dalam neraca jumlah masyarakat yang menjadi nasabah BMT dalam kurun waktu 6 tahun.

**Tabel 1**

**Jumlah Nasabah BMT LANTASIR Tahun 2010-2015**

<b>NO</b>	<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH NASABAH</b>
1	2010	484
2	2011	732
3	2012	841
4	2013	897
5	2014	1038
6	2015	1065

*Sumber: Data nasabah BMT Lantasil tahun 2010-2015*

Tabel diatas diambil dari data global BMT Lantasil pesantren dari tahun 2010-2015 yang manadari data tersebut dihitung dari nasabah yang

masih aktif, karena dalam setiap tahun selalu terjadi fluktuasi nasabah yang mengajukan pembiayaan.

Sebagai salah satu usaha untuk meningkatkan jumlah nasabah, terutama pada nasabah pembiayaan, BMT harus dapat memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan dan kecepatan bank dalam memberi pelayanan terhadap nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor yang dapat mendongkrak pangsa pasar suatu perbankan dan juga perusahaan lain yang bergerak di bidang jasa adalah pelayanan. Pelayanan yang baik akan menumbuhkan minat masyarakat untuk bergabung di bank tersebut semakin besar. Untuk menumbuhkan minat masyarakat kepada lembaga keuangan syariah, perlu dilakukan sosialisasi perbankan syariah serta memberikan kesan yang baik, yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada masyarakat yang telah menjadi anggota tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan karyawan BMT Lantasir Kediri bahwa lembaga ini sudah berdiri selama 6 tahun. BMT Lantasir ini beranggotakan pengusaha-pengusaha seperti ternak kambing, ternak sapi, dan pabrik krupuk. Sehingga mereka terbantu mengembangkan usahanya. Salah satu contoh ada nasabah pembiayaan murabahah sudah berkembang dengan adanya pinjaman modal dari BMT Lantasir yaitu pengusaha ternak kambing di Gogorante yang dulunya hanya ternak dan jual beli kambing sekarang mampu melebarkan usahanya menjadi catering juga

yaitu terima pesanan aqiqah, pengusaha ternak sapi di Centong sekarang juga melebarkan usahanya ternak dan jual beli kambing. Nasabah ijarah juga terbantu karena nasabah ingin mengadakan walimah namun terbatas pada keuangan, sehingga BMT Lantasir menawarkan pembiayaan ijarah. Seperti pembiayaan yang dilakukan oleh nasabah dari Ngancar, melakukan pembiayaan untuk keperluan khitan putranya. Akad-akad yang diterapkan pada BMT Lantasir meliputi Murabahah, Ijarah dan Al-Qard yang membedakan di lembaga ini dengan yang lain adalah lembaga ini benar-benar menerapkan akad-akad tersebut.

BMT Lantasir Kediri masih memiliki kekurangan dari segi tempat dan pelayanan yang masih standart tetapa BMT Lantasir banyak mengalami kemajuan, terbukti dengan jumlah nasabah BMT Lantasir tahun 2015 adalah 1065 orang dan nasabah ini tidak hanya berasal dari satu Kota (Kediri) melainkan dari luar kota (Nganjuk, Blitar) juga. BMT Lantasir juga sudah menyalurkan pembiayaan kepada nasabah sebesar Rp 1.037.215.000, 00. Dari hal ini penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang manajemen pelayanan yang diterapkan dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, penulis mengambil judul tentang **“PERANAN MANAJEMEN PELAYANAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PEMBIAYAAN PADA BMT LANTASIR KEDIRI”**.

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana manajemen pelayanan nasabah pembiayaan di BMT Lantasis Kediri?
2. Bagaimana peranan manajemen pelayanan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan di BMT Lantasis Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui manajemen pelayanan nasabah pembiayaan di BMT Lantasis Kediri.
2. Untuk mengetahui peranan manajemen pelayanan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan di BMT Lantasis Kediri.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan kegunaan di antaranya:

### **1. Bagi Peneliti**

Untuk menambah wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan serta dapat untuk umpan balik atas ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan di lembaga keuangan syariah.

### **2. Bagi Pengelola BMT,**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan manajemen pelayanan.

### 3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat tentang BMT, sehingga dapat mengerti tentang pelayanan dan dapat bergabung di lembaga tersebut.

### **E. Telaah Pustaka**

Peningkatan jumlah nasabah dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah manajemen pelayanan. Manajemen pelayanan merupakan suatu proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana, mengoordinasi dan menyelesaikan aktivitas-aktivitas pelayanan demi tercapainya tujuan-tujuan pelayanan.

Untuk menghindari penelitian dengan objek yang sama, maka diperlukan pengkajian penelitian terdahulu. Berdasarkan pengamatan dan pengkajian yang telah dilakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan terkait dengan permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini, dari penelitian yang sudah ada sebelumnya yaitu karya dari Aan Faikotul Himah (2009) yang berjudul Strategi Pelayanan BMT dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di BMT Masalah Mursalah Lil Ummah Pasuruan). Penelitian ini membahas tentang strategi pelayanan yang dihubungkan dengan cara meningkatkan loyalitas nasabah dalam suatu lembaga.

Selanjutnya karya dari Lailatul Munawaroh (2011) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BMT Syariah Pare Kediri. Menyimpulkan bahwa pengaruh dari kualitas pelayanan

yang dihubungkan dengan kepuasan nasabah, apa nasabah tersebut puas atau tidak dengan pelayanan yang diberikan.

Hannafik Priambodo Pratama (2014) yang berjudul Strategi Pelayanan Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Dhaha Kota Kediri dalam Meningkatkan Penjualan Produk. Penelitian ini berfokus pada strategi pelayanan koperasi syariah dalam meningkatkan penjualan produk dilihat dari kemajuan yang diperoleh dari awal berdiri hingga sekarang.

Sedangkan dalam penelitian ini akan membahas Peranan Manajemen Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Pada Bmt Lantahir Kediri. Penelitian ini berfokus pada manajemen pelayanan BMT dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan dilihat dari awal berdiri hingga sekarang. Dengan demikian diharapkan dapat sebagai masukan atau pengetahuan pada pembaca dan penulis pada khususnya.