

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT)

a) Pengertian BMT

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) terdiri dari dua kosakata yaitu Baitul Maal adalah Rumah Harta Karun, serta Baitut Tamwil adalah Rumah Pengembangan Usaha. BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang berupaya meningkatkan harkat dan martabat masyarakat kurang mampu dengan menerapkan prinsip bagi hasil syariah. Ibarat bank, BMT mampu mengalokasikan aset keagamaan dan melakukan investasi yang menguntungkan. Lebih lanjut, BMT berperan sebagai lembaga keuangan yang menerima dana masyarakat. BMT merupakan lembaga ekonomi yang membawahi perdagangan, perindustrian, dan pertanian..¹

b) Strategi Pengembangan BMT

Permasalahan perekonomian yang dihadapi masyarakat tidak akan pernah hilang, dan banyak sekali hambatan yang harus diatasi sebelum BMT benar-benar dapat berkembang. Oleh sebab itu, dibutuhkan perencanaan yang mantap dan luas agar BMT tetap berjalan.

¹ Darmawan. (2020). *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta :UNY Press, 195.

Berikut adalah beberapa strateginya:²

- 1) Derajat pendidikan dan keahlian sebagian besar berhubungan dengan kurangnya sumber daya manusia. Karena keterlibatan BMT dengan lembaga pendidikan seperti perusahaan atau lembaga pendidikan Islam yang relevan dengan hal ini, maka BMT perlu meningkatkan sumber dayanya melalui pendidikan formal dan non-formal.
- 2) Strategi pemasaran lokal mempengaruhi kelemahan BMT dalam mensosialisasikan produknya ke luar masyarakat dimana BMT berada. Untuk meluaskan BMT diperlukan upaya peningkatan teknik pemasaran untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang keberadaan BMT.
- 3) Perlunya inovasi. Karena produk yang diberikan kepada masyarakat relatif stabil, BMT mungkin tidak bisa menangkap fenomena ekonomi serta bisnis yang ada di masyarakat. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai alasan. Pertama, ada kegelisahan bahwa hal ini tidak sesuai dengan syariah. Kedua, memahami produk BMT sebagaimana adanya. Agar BMT tetap eksis di tengah masyarakat, maka harus mampu leluasa melakukan inovasi produk-produk yang syariah.
- 4) Pengetahuan mengenai strategi bisnis diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan BMT. Hal ini dibutuhkan untuk meningkatkan profesionalisme BMT di bidang jasa. Permasalahan yang muncul dalam bidang ini umumnya berkisar pada pelayanan just-in-time, pelayanan siap pakai, pelayanan yang didanai, serta lain-lain.

² Naheri, Rabiatal Adawiyah, and Rahman Ambo Masse, 'Strategi Pengembangan Baitul Mal Wattamwil Sebagai Sumber Pembiayaan Alternatif Bagi Usaha Mikro, Kecil Danmenengah', *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1.2 (2024), pp. 238–47, doi:10.59407/jmie.v1i2.376.

- 5) Pengembangan aspek paradigma tersebut memerlukan pengetahuan tentang aspek bisnis Islami dan peningkatan konten Islami dalam segala tindakan pegawai BMT, masyarakat pada umumnya, serta nasabah pada khususnya.
- 6) Sesama BMT berperan sebagai mitra untuk meningkatkan perekonomian masyarakatnya. Oleh karena itu, antara BMT dan Syariah, BPR atau Bank syariah merupakan unit berkelanjutan yang bertujuan untuk menegakkan syariat Islam di bidang perekonomian.
- 7) Untuk memberikan peluang kepada BMT agar lebih berdaya saing, diperlukan penilaian secara kolaboratif. Lembaga evaluasi BMT dapat melakukan penilaian yang bertujuan memberikan laporan pemeringkatan kinerja BMT secara triwulanan atau tahunan di seluruh Indonesia.

c) Prinsip Operasional BMT

Prinsip operasional BMT mengacu pada prinsip syariah. Makna prinsip syariah yakni terhindar dari *maisir* (penipuan), *gharar* (penipuan), *risywah* (suap), *riba* (bunga).³

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan suatu perusahaan atau lembaga pendidikan dapat dibandingkan dengan pandangan pelanggan terhadap layanan asli yang mereka terima, layanan yang sebenarnya mereka inginkan atau harapkan, dan faktor-faktor lain untuk menilai kualitas layanan. Apabila kualitas pelayanan memenuhi atau melebihi angan-angan pelanggan, maka dianggap sangat baik serta berkualitas tinggi. Sebaliknya, apabila pelayanan tidak sesuai dengan harapan maka dianggap kurang memuaskan.

³ Mardani. (2015). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Penerbit Kencana. Ed.ke-1 hlm. 321-322.

Sebaliknya, jika tingkat pelayanan berada di bawah apa yang diharapkan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas rendah.⁴

Kualitas pelayanan yakni keseluruhan karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Efektivitas suatu layanan dapat diukur untuk mengetahui kualitas pelayanan dan pelayanan dapat mempersempit perbedaan antara apa yang diinginkan serta apa yang ditawarkan.⁵ Kualitas layanan adalah kinerja yang bisa diberikan seseorang kepada orang lain.⁶ Perhatian, efisiensi, dan kenyamanan staf serta fasilitas yang ditawarkan kepada konsumen semuanya berdampak pada kualitas layanan yang mereka berikan. Lingkungan yang terawat dan nyaman akan mempengaruhi kualitas pelayanan yang tinggi. Ciri-ciri dan sifat suatu layanan yang mempengaruhi kapasitas karyawan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan juga disebut sebagai kualitas layanan. Memberikan pelayanan prima sangat penting untuk membangun nilai dan memuaskan pelanggan, dan merupakan tanggung jawab setiap karyawan untuk melakukan hal ini.⁷

Dari definisi kualitas pelayanan yang diberikan di atas, terlihat bahwa kualitas pelayanan mencakup semua tindakan resmi dan informal yang dilakukan oleh dunia usaha atau lembaga pendidikan untuk memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggannya. Dalam hal ini pelayanan dimaknai sebagai penyediaan dalam bentuk kapasitas, kenyamanan, kecepatan, dan lain-lain yang disediakan oleh penyedia layanan

⁴ NurIsmaliza Da'is and others, 'Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Pada PT. Bintang Mobil', *Jurnal Multidisiplin*, 01.06 (2023), pp. 1279–91.

⁵ Susiani Kristin Yunita, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kantor Desa Catur Karya Kecamatan Haruai Kabupaten Tabalong', *JAPB : Jurnal Administrasi Publik Dan Bisnis*, 7.1 (2024), pp. 582–595.

⁶ Alfi Syahri Lubis, "Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan", *Jurnal of Bussiness Administration*, Vol 1, No 2, September 2017, hlm 3.

⁷ Ali Hasan, "Marketing Bank Syariah", (Jakarta: Galia Indonesia, 2010), hlm. 91

dan keramahan dalam upaya memuaskan klien melalui sikap dan kepribadian penyedia jasa.

3. Kepuasan Nasabah

Perbandingan antara harapan atau keinginan juga hasil yang dirasakan dikenal sebagai kepuasan pelanggan. Apabila kinerjanya tidak sesuai keinginan pelanggan, mereka akan sangat tidak senang. Jika kinerjanya sesuai standar, mereka akan sangat gembira. Pelanggan yang senang akan bertahan lebih lama. Untuk menilai kualitas penilaian kualitas layanan, lima dimensi kualitas layanan berikut dapat digunakan:

- a. *Tangible* (berwujud) adalah bagaimana pelayanan akan tampak bagi pelanggan jika dilihat dari fasilitas fisik, personel, serta material yang dipakai. Misalnya saja pelayanan BMT yang meliputi seragam pegawai yang tertata rapi, lahan parkir yang luas, ruang tunggu BMT yang nyaman, dan fasilitas yang memadai.
- b. *Reliability* (kehandalan) adalah kapasitas untuk memberikan layanan secara benar juga tepat misal yang dijanjikan menghasilkan pelayanan yang sangat baik. Itu memberikan jaminan umum atas ketersediaan, penyelesaian masalah, dan biaya.
- c. *Responsiveness* (daya tanggap) adalah mencakup kesadaran serta keinginan untuk membantu nasabah, menawarkan layanan yang memuaskan, memberikan informasi yang akurat, dan menangani keluhan nasabah secara efisien
- d. *Assurance* (kepastian) adalah jaminan pengetahuan pegawai, keramahan, dan sifat dapat dipercaya. Ketika menyangkut layanan yang menuntut tingkat kepercayaan yang akan memberikan rasa aman juga keselamatan kepada nasabah, dimensi ini bisa menjadi sangat penting.
- e. *Empathy* (empati) adalah kemampuan untuk menunjukkan kepedulian, memahami keinginan dan keinginan nasabah, serta menghargai dan memahami keluhannya.

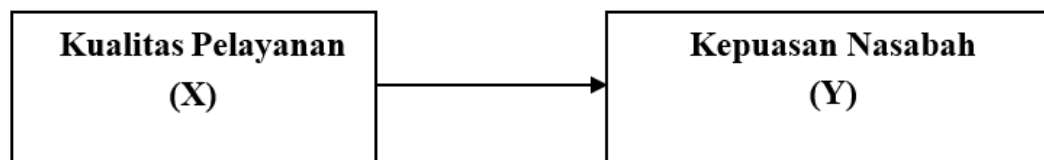
Dimensi empati yakni menunjukkan kepada nasabah bahwa mereka unik dan kebutuhan mereka dapat dimengerti melalui layanan yang mereka terima.⁸

Aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah adalah lima dimensi pelayanan. Baik atau buruknya suatu layanan tergantung pada sejumlah faktor, termasuk pengetahuan personel, keakuratan dan kecepatan dalam menyediakannya, keamanan layanan, dan keterampilan komunikasi. Ciri-ciri berikut ini menjadi ciri layanan kepuasan nasabah yang sangat baik dalam sebuah bisnis diantaranya⁹:

- a. Fasilitas yang disediakan sudah baik
- b. Pegawai yang bertugas merupakan tenaga profesional
- c. Mampu bertanggungjawab kepada nasabah
- d. Mampu memberikan pelayanan yang cepat serta sesuai
- e. Pandai dalam berkomunikasi
- f. Mampu menjamin keprivasian setiap transaksi
- g. Mempunyai keterampilan serta pengetahuan yang baik
- h. Mampu memahami kebutuhan nasabah

B. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah sebuah konsistensi keterkaitan antar variabel dari latar belakang teori yang sudah ditentukan sebelumnya. Kerangka penelitian dikembangkan berlandaskan landasan teori dan disajikan berikut ini :



⁸ Fandy Tjiptono, "*Pemasaran*", (Yogyakarta: Banyumedia Publishing, 2010), hlm. 346-347.

⁹ Ali Hasan, "*Marketing Bank Syariah*", (Jakarta: Galia Indonesia, 2010), hlm. 101

Kualitas Pelayanan (X)¹⁰

1. Kemampuan fisik (*Tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya tanggap (*Responsiveness*)
4. Kepastian (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

Kepuasan Nasabah (Y)¹¹

1. Harapan dan kenyataan yang dialami
2. Bantuan dalam menerima layanan pelanggan yang memuaskan
3. Lingkungan dan atribut fisik yang kondusif
4. Menawarkan bermacam-macam barang
5. Iklan dan promosi mencerminkan kenyataan

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini yakni

- **H01 (Hipotesis Nol):** Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah di BMT UGT Nusantara Kediri. Dengan kata lain, dalam penelitian ini diasumsikan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di BMT UGT Nusantara Kediri.
- **Ha1 (Hipotesis Alternatif):** Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah di BMT UGT Nusantara Kediri. Dalam konteks ini, penelitian akan mencoba untuk menemukan bukti atau mendukung adanya hubungan positif antara

¹⁰ Peran Simanihuruk, 'Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Santa Elisabeth Medan', *KUKIMA : Kumpulan Karya Ilmiah Manajemen*, 3.1 (2024), pp. 144–58.

¹¹ Budi Prasetyo and Toni Krisman Ndruru, 'Meningkatkan Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Pada Koperasi Cipta Usaha Mandiri', *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 3.1 (2024), pp. 11–18.

kualitas pelayanan yang disediakan oleh BMT UGT Nusantara Kediri dengan tingkat kepuasan nasabah mereka.

Kedua hipotesis ini akan diuji dalam analisis data penelitian untuk melihat apakah terdapat cukup bukti statistik untuk menolak H_0 dan menerima H_a , atau sebaliknya. Dalam penelitian mengenai kepuasan nasabah, hasil dari uji hipotesis ini akan memberikan wawasan yang berharga untuk mengembangkan strategi meningkatkan layanan kepada pelanggan.