

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

BMT merupakan kependekan dari Baitul Maal wa Tamwil. Baitul Maal dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yaitu dari masa Nabi sampai abad pertengahan perkembangan islam.

Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yaitu simpan pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yaitu menghimpunan dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkannya kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. BMT mengembangkan luas lahan bisnis pada sektor riil maupunn sektor keuangan.¹

Lembaga BMT Sidogiri Kediri bersaing ketat dengan perbankan atau lembaga keuangan yang saat ini banyak sekali berkembang pesat, maka dari itu BMT Sidogiri Kediri memiliki produk pembiayaan simpan pinjam pola syariah dengan lima akad: mudharabah, musyarakah, murabahah, ba'i bitsamanil'ajil, dan qordh. Produk lainnya adalah tabungan mudharabah umum, pendidikan, idul fitri, qurban, walimah, ziarah dan mudharabah berjangka atau deposito.

Lebih memudahkan anggota, para pegawai BMT Sidogiri Kediri memberikan kepuasan pelayanan seperti sistem menjemput bola yaitu upaya BMT menjaga dan mengembangkan tradisi silaturahmi yang menurut

¹ Muhammad Ridwan, Manajemen Baitul Maal Watamwil. (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2004), hal. 126

Rasulullah SAW dapat menambah rezeki, memanjangkan umur serta menjaukan manusia dari dendam bukan hanya mengenai silaturahmi akan tetapi juga tolong menolong.²

Sebagai lembaga keuangan BMT Sidogiri Kediri menetapkan strategi *service excellent* untuk meningkatkan mutu kualitas pelayanannya. Strategi *service excellent* yaitu salah satu faktor untuk memperoleh keunggulan bersaing. Ada beberapa kualitas BMT Sidogiri Kediri bisa mencapai *service excellent*:

1. Menjemput bola.
2. Saat pembayaran pembiayaan jatuh tempo tidak dikenakan pinalti (denda).
3. Buka senin,selasa,rabu,kamis,sabtu,minggu (libur hari jum'at).
4. Perhatian dan perlakuan baik kepada anggota,baik anggota lama maupun anggota baru merupakan suatu keharusan.

Keluargaan dan kebersamaan berarti upaya untuk mencapai suksesan tersebut diraih secara bersama. BMT harus berkembang dari meningkatkan partisipasi anggota dan masyarakat untuk itulah pengelolaannya harus profesional.

BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri merupakan lembaga keuangan yang dalam menjalankan kegiatan usahanya selalu mengutamakan kepuasan anggota diantaranya memberika pelayanan (prima) kepada anggota. Sistem layanan jemput bla merupakan bentuk pelayanan prima, sistem pelayanan jemput bola dijalankan pada umumnya anggota harus menuju lembaga keuangan untuk mendapatkan jasa, akan tetapi dengan sistem jemput bola

² Wawancara dengan Bapak Atok Pegawai lapangan BMT Sidogiri Kediri. Tanggal 1 April 2018.

pihak lembaga melalui petugas lapangan yang akan menghampiri, melayani dan menawarkan jasa keuangan kepada anggota secara langsung.

Dengan melihat beberapa aspek tersebut dapat dipahami bahwa pelayanan menjadi aspek yang tidak dapat ditinggalkan dalam upaya menarik simpati anggota atau calon anggota. Pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan kesan tersendiri, kedepannya akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk jasa lembaga keuangan akan berjalan lebih lancar. Pelayanan yang baik juga merupakan daya tarik bagi (calon) anggota untuk menjadi anggota. Oleh karena itu pemberian pelayanan yang menyeluruh dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan, pemenuhan kebutuhan, dan mewujudkan kepuasan anggota menjadi solusi dan alternatif yang dapat dilakukan agar mampu menarik simpati anggota.³

Pelayanan yang berkualitas setidaknya mencakup lima kriteria kualitas pelayanan inti yang sering disebut RATER yaitu cepat tanggap (*responsiveness*), kepercayaan (*assurance*), tampilan (*tangibles*), perhatian (*emphaty*), dan kehandalan (*reliability*).⁴ yang dipaparkan yaitu :

a. Cepat Tanggap (*responsiveness*)

Yaitu kriteria ini dimaksudkan pada kemampuan karyawan untuk membantu anggota menyediakan jasa dengan cepat, tidak bertele-tele, baik dan benar sesuai dengan diinginkan oleh nasabah. Meliputi beberapa instrumen, yaitu selalu sigap untuk melayani nasabah, memberikan solusi

³ H.Malayu S.P.Hasibun,*Dasar-dasar Pebankan.*(Jakarta :PT.Bumu Aksara 2011),hal.152

⁴ Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional Peespektif Intergratif.* (Malang:UIN-Maliki Press, 2011),hal.167

atas kesulitan-kesulitan yang dihadapi nasabah, dan berusaha semaksimalnya melayani anggota.⁵

b. Kepercayaan (*assurance*)

Yaitu pengetahuan dan kesopanan dari karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan rasa percaya dan yakin. Meliputi beberapa instrumen, yaitu memiliki kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan anggota ke perusahaan, dan tingkah sesuai dengan tata krama (etika) perusahaan.

c. Tampilan (*tangibles*)

Yaitu fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan dari para personil. Meliputi beberapa instrumen yaitu cara berpakaian sesuai standart berpakaian perusahaan., kebersihan tempat kerja, dan perlengkapan dalam pelayanan anggota.

d. Perhatian (*empathy*)

Yaitu sejauh mana tingkat pemahaman (simpati) serta perhatian secara individual yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggannya. Diantaranya yaitu peduli dengan keadaan atau masalah yang dihadapi anggota, bersaha untuk membantu anggota, memahami tingkah laku anggota, dan mendengarkan anggota.

e. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan untuk menghantarkan layanan sesuai dengan yang telah dijanjikan tanpa suatu kesalahan serta akurat. Diantaranya ialah mengetahui cara memberikan pelayanan yang maksimal kepada anggota,

⁵ Ibid.,hal.168

mempunyai kemampuan dalam memberikan pelayanan, menyampaikan janji perusahaan pada anggota, dan memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan standart kepada nasabah.

Pelayanan terbaik merupakan strategis dalam mempertahankan anggota, disini salah satunya yaitu dalam penampilan karyawan BMT Sidogiri Cabang Kediri memakai songkok dalam kinerjanya, dalam penampilan seperti itu anggota perempuan lebih sopan menanggapi penampilan seperti itu, dalam akad pembiayaan dikantor BMT Sidogiri Cabang Kediri doa bersama antara anggota dan Kepala Kantor dalam melakukan akad pembiayaan.

Dalam mengembangkan atau memperoleh anggota yang loyal tidak dapat dilakukan sekaligus, melalui beberapa tahapan mulai mencari anggota potensial sampai memperoleh *partners*.⁶

Perkembangan anggota dilihat dari tahun 2014-2017 bisa dibuat

Tabel 1.1
Data Perkembangan Jumlah Anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri
Tahun 2014-2017

Tahun	Jumlah Anggota Menabung	Jumlah Anggota Pembiayaan
2014	736 Anggota	899 Anggota
2015	704 Anggota	705 Anggota
2016	992 Anggota	855 Anggota
2017	1241 Anggota	1271 Anggota

Sumber data : Kasir BMT Sidogiri Cabang Kediri, Zaenal Nordin.

Dari hasil tabel perkembangan diatas anggota tabungan dan pembiayaan mempunyai peningkatan yang sangat pesat dilihat dari tahun 2014 tabungan dan pembiayaan mempunyai selisih yang berbeda lebih tinggi pembiayaan, ditahun 2015 mengalami penurunan tabungan dan pembiayaan daripada tahun

⁶ Ratih Hurriyanti, *Buran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, hal. 129

sebelumnya. Tahun 2016 mengalami peningkatan tabungan maupun pembiayaan, ditahun 2017 meningkat drastis daripada tahun sebelumnya.

Adapun yang bisa dilakukan dalam menarik anggota yaitu dengan berpenampilan rapi, berbicara ramah, mengucapkan salam dalam bertransaksi, di atas disinggung dengan kata-kata berpenampilan pakai songkok tidak membuat nasabah risih dalam bertransaksi karena itu salah satu aturan dari lembaga itu sendiri untuk menunjukkan bahwa lembaga keuangan menuju kesyariat Islam salah satunya untuk menarik anggota baru.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti tentang pelayanan prima (*service excellent*) dan loyalitas anggota yang menjadikan suatu hubungan kerjasama untuk mengembangkan suatu lembaga keuangan yang aman,nyaman,percaya, yang penulis tuangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Peranan *Service Excellent* terhadap Loyalitas Anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana *Service Excellent* di BMT Sidogiri Cabang Kediri ?
2. Bagaimana Peranan *Service Excellent* terhadap loyalitas anggota di BMT Sidogiri Cabang Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah *service excellent* terhadap loyalitas anggota di BMT UGT Sidogiri sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui *Service Excellent* di BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri.
2. Untuk mengetahui Peranan *Service Excellent* di BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk peranan *service excellent* terhadap loyalitas anggota di BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri.

Dan dalam penelitian, diharapkan dapat memberikan manfaat di antaranya adalah:

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan keilmuan di bidang perbankan syari'ah dan kenyamanan transaksi khususnya masalah peranan *service excellent* terhadap loyalitas anggota.

2. Bagi BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan untuk meningkatkan serta menambah nyaman anggota dalam bertransaksi dengan adanya *service excellent*.

3. Bagi akademik

Penulis berharap penelitian ini juga dapat dijadikan tambahan referensi atau sumber informasi dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian berikutnya.

E. Telaah Pustaka

Penelitian tersebut dicantumkan untuk mengetahui perbedaan penelitian yang terdahulu sehingga terjadi plagiasi (penjiplakan) karya dan untuk fokus apa yang akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain :

1. Oleh Perdana Adhi Prasetya yaitu berjudul Pengaruh Service Excellent Terhadap Motivasi Nasabah untuk Menabung di BRI Syariah Kota Kediri. Mengetahui Pengaruh Pelayanan Prima dengan Kepuasan Anggota. Menggunakan 6 unsur yaitu penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab. Secara simultan dan parsial pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Tindakan merupakan unsur pelayanan prima di jalan Hayam Wuruk Kota Kediri tepatnya di Ruko Hayam Wuruk Trade Center No.1A Kediri. Dengan jumlah sampel yang digunakan 94 responden dan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Scoring*. Dikaji secara umum dan Islam. Penelitian tersebut membahas tentang pelayanan prima yang dimiliki oleh suatu lembaga. Sedangkan penelitian ini lebih fokus dengan bagaimana service excellent terhadap loyalitas anggota BMT Sidogiri Kediri.
2. Oleh Ruki berjudul Service excellent dikantor depan Hotel sebagai Strategi membentuk Loyalitas Konsumen. Berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, Service Excellent adalah strategi yang harus dijalani untuk memuaskan konsumen. Jika konsumen puas maka cenderung menjadi puas. Penelitian mempunyai persamaan latar belakang service excellent yang berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yaitu

strategi yang harus dijalani untuk memuaskan konsumen. Adapun perbedaan yaitu lokasi dan apakah sesuai dengan kaidah islam dan fokus membentuk loyalitas anggota.

3. Oleh Ayunik Anggar Sari,dalam penelitiannya Analisis Personal Selling Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota di KSU BMT RAHMAT SYARI'AH Semen Kediri, personal selling berperan mengunci loyalitas anggota yang tujuannya supaya anggota merasa yakin bahwa BMT RAHMAT SYARI'AH SEMEN KEDIRI benar-benar mempunyai reputasi yang baik serta menjadi solusi transaksi yang mudah,terjamin dan aman. Kesamaan penelitian loyalitas anggota menyakinkan dalam bertansaksi, perbedaan membahas personal selling sedangkan penelitian fokus dengan service excellent.