

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Pengamatan yang dilakukan peneliti di *Baitul Maal wa Tamwil Pahlawan cabang Gondang Tulungagung* sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dibahas di bab sebelumnya, adapun tujuan penelitian tersebut antara lain:

#### **A. Penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan jumlah anggota pembiayaan di BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung**

Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di *Baitul Maal wa Tamwil Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung* memberikan hasil bahwasaya, strategi pemasaran yang digunakan berdasarkan *segmentation, targeting* dan *positioning* (STP). *Segmentation* yang digunakan terbagi kedalam beberapa sub indikator, yaitu meliputi: *Pertama* segmentasi berdasarkan geografis, segmentasi ini diterapkan untuk masyarakat disekitar lokasi kantor BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung yang membutuhkan dana pembiayaan untuk usaha, serta para pedagang di pasar Gondang. Pengelompokan geografis ini diterapkan mengingat BMT Pahlawan notabennya masih kecil, yaitu berstatus kabupaten, sehingga segmentasi geografis perlu dilakukan untuk mempermudah cakupannya.

*Kedua*, segmentasi berdasarkan psikografis gaya hidup, segmentasi ini bertujuan untuk melihat kemampuan penerima pembiayaan dalam mengelola dananya, apabila seseorang kurang cakap dalam manajemen dana pembiayaan, maka kemungkinan kecil permohonan pembiayaannya akan ditolak. *Ketiga*, segmentasi berdasarkan pelanggan, segmentasi ini digunakan karena pelanggan merupakan nasabah setia, sehingga sedikit banyak sudah diketahui

karakteristiknya. Pelanggan yang mempunyai *track record* memuaskan inilah yang nantinya akan dipercayai apabila mengajukan permohonan pembiayaan, untuk kehati-hatian lembaga keuangan tetap akan tetap melakukan tahap survei terlebihdahulu, lembaga keuangan tidak percaya begitusaja dengan pelanggan.

Strategi pemasaran selanjutnya yaitu *targeting*, *targeting* yang digunakan terbagi kedalam beberapa sub indikator, yaitu meliputi: *Pertama, targeting* konsumen, *targeting* yang dituju adalah masyarakat disekitar Gondang serta pedagang di pasar Gondang yang membutuhkan dana untuk pengembangan usaha, target ini dipilih untuk mempermudah jangkauan dalam pemasarannya. *Kedua, targeting* value, *targeting* ini diterapkan sebagai tolak ukur pencapaian keuntungan yang bertujuan untuk kemajuan lembaga, apabila tidak terdapat tolak ukur, maka lembaga perusahaan tidak akan mengalami perkembangan.

*Ketiga, targeting* volume, *targetting* diterapkan untuk mentarget volume penjualan yang dilakukan, hal ini bertujuan untuk memotivasi karyawan pemasaran agar lebih giat lagi dalam memasarkan suatu produk. *Keempat, targeting* saluran distribusi, *targeting* saluran distribusi masih dikelola secara pribadi oleh lembaga dikarenakan lingkupnya yang masih kecil, jadi karyawan mempunyai peran penting dalam mengelola target saluran distribusinya. *Kelima, targeting* media komunikasi, *targeting* media komunikasi yang digunakan lebih memanfaatkan perkembangan media sosial yang mencakup facebook, whatsapp dan instagram, selain itu juga menggunakan media koran dan brosur, akan tetapi dalam kelangsungan proses pemasarannya tetap mengunjungi dari rumah ke rumah untuk menjaga silaturrahi.

Strategi pemasaran selanjutnya yaitu *positioning*, *positioning* yang digunakan terbagi kedalam beberapa sub indikator, yaitu meliputi: *Pertama positioning* kesempatan khusus, *positioning* kesempatan khusus yang diterapkan untuk mengambil hati calon anggota pembiayaan yaitu dengan mendatangi rumah calon anggota pembiayaan, menawarkan produk secara islami, komunikasi yang dilakukan harus secara baik-baik dan mudah dimengerti sehingga yang mendengarkan dapat merasa tertarik. *Kedua, positioning* kategori khusus, kategori khusus yaitu calon anggota pembiayaan harus sudah mengerti dan diperbolehkan melakukan transaksi, sehingga tidak menghalangi keabsahan transaksi.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan teori yang dikemukakan dalam buku yang ditulis oleh Titik Wijayanti bahwa, strategi *marketing* merupakan bagian penting dari sistem *marketing* secara keseluruhan dan merupakan langkah awal untuk membuat rencana *marketing*. Strategi *marketing* terdiri atas tiga komponen utama, meliputi *segmentasi, targeting dan positioning*. Strategi *marketing* disingkat menjadi simbol STP.<sup>1</sup> Kesesuaian dari teori tersebut terletak pada strategi *marketing* yang digunakan, yaitu BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung dalam strategi pemasarannya menerapkan *segmentasi, targeting dan positioning* (STP), sehingga secara praktik strategi pemasaran yang digunakan telah sesuai dengan teori yang ada.

Strategi pemasaran yang digunakan di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung pertama adalah *Segmentation*, yang terbagi berdasarkan geografis, psikografis gaya hidup dan pelanggan, hal ini didukung dengan teori yang ditulis

---

<sup>1</sup> Titik Wijayanti, *Marketing Plan. . .*, hal. 16

oleh Titik Wijayanti bahwa, Segmentasi merupakan usaha pemisahan pasar potensial untuk kelompok-kelompok pembeli tertentu dan atau menurut jenis produk tertentu. Segmentasi atau pengelompokan target pasar dapat dibedakan berdasarkan banyak hal, antara lain: geografis, demografis, gaya hidup, psikografis, pengguna dan kepentingan.<sup>2</sup> Teori tersebut menyebutkan tentang beberapa pengelompokan target pasar, diantaranya yaitu terdapat pengelompokan berdasarkan geografis, psikografis gaya hidup dan pelanggan, sehingga terdapat kesesuaian dengan segmentasi yang diterapkan di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung.

Strategi berdasarkan segmentasi merupakan strategi yang bertujuan untuk mengelompokkan target konsumen yang heterogen menjadi homogen, sehingga mempermudah jangkauan pemasaran yang awalnya luas menjadi lebih terarah dan fokus pada targetnya. Segmentasi yang telah ditentukan akan lebih diutamakan dalam kegiatan pemasarannya dan akan menjadi prioritas, sebaliknya sesuatu yang berada diluar jangkauan segmentasi tidak begitu diutamakan demi kemaksimalan proses pemasaran, hal ini sesuai dengan sesuai dengan hadits Riwayat Thabrani berikut ini:

يَا أُمَّةَ مُحَمَّدٍ، وَالَّذِي بَعَثَنِي بِالْحَقِّ لَا يَقْبَلُ اللَّهُ صَدَقَةً مِنْ رَجُلٍ وَلَهُ قَرَابَةٌ مُحْتَا  
جُونَ إِلَى صَلَاتِهِ وَيَصْرِفُهَا إِلَى غَيْرِهِمْ. وَالَّذِي نَفْسِي بِيَدِهِ، لَا يَنْظُرُ اللَّهُ إِلَيْهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ.

Artinya:

“Wahai umat Muhammad, demi Allah yang telah mengutusku dengan kebenaran, Allah tidak akan menerima sedekah seseorang yang mempunyai kerabat yang membutuhkan bantuannya, sementara ia memberikan sedekah itu kepada orang lain. Dan demi Allah yang jiwaku berada dalam

---

<sup>2</sup> *Ibid.*, hal. 23

genggamannya, Allah tidak akan memandangnya di hari kiamat nanti.” (Hadits Riwayat Thabrani)<sup>3</sup>

Hadist Riwayat Thabrani tersebut memberikan penjelasan bahwasanya Allah telah memberikan ketentuan untuk memberikan bantuan diutamakan kepada orang terdekat, hal ini sesuai dengan strategi pemasaran berdasarkan *segmentation* yang diterapkan di BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung yaitu lebih mengutamakan pemberian pembiayaan kepada segmentasi yang telah ditentukan sebelum akhirnya memberikan dana pembiayaan diluar segmentasi yang diutamakan.

Strategi pemasaran yang digunakan di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung kedua adalah *targeting*, yang terbagi berdasarkan konsumen, value, volume, saluran distribusi dan media komunikasi, hal ini didukung dengan teori yang ditulis oleh Titik Wijayanti bahwa, *targeting* adalah kegiatan menilai dan memilih satu atau lebih segmen pasar yang ingin dimasuki. *Targeting* ini bertujuan untuk mempermudah mencapai segmen yang ingin diraih dan memberikan kepuasan yang lebih kepada konsumen. *Targeting* tersebut meliputi konsumen, nilai, jumlah, saluran distribusi dan target media komunikasi.<sup>4</sup> Teori tersebut menyebutkan tentang beberapa pengelompokan *targeting*, diantaranya yaitu berdasarkan konsumen, nilai, jumlah, saluran distribusi dan target media komunikasi, sehingga terdapat kesesuaian dengan *targeting* yang diterapkan di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung.

---

<sup>3</sup>Risalahmutiaratauhid.blogspot.com/2017/12/mana-yang-lebih-utama.html?m=1, diakses tanggal 20 Maret 2018, Pukul 21.25

<sup>4</sup>Titik Wijayanti, *Marketing Plan*. . . , hal. 36

Strategi berdasarkan *targeting* merupakan strategi yang bertujuan untuk mempermudah mencapai segmen yang ingin di raih dan memberikan kepuasan yang lebih kepada anggota pembiayaan. *Targeting* ini berisikan tentang target yang harus dicapai untuk kemajuan suatu perusahaan maupun kepuasan anggota pembiayaan. *Targeting* ini dilakukan salah satunya untuk memotivasi kinerja karyawan agar lebih efektif dalam bekerja, sehingga menumbuhkan rasa tanggung jawab dalam bekerja untuk mencapai target yang telah ditentukan. *Targeting* ini telah di jelaskan Allah SWT dalam Firman-nya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ،  
وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ، وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ،  
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ { ١١ }

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu: Berlapang-lapanglah dalam majelis maka lapangkanlah niscaya Allah melapangkan untukmu. Dan apabila dikatakan: Berdirilah kamu maka berdirilah niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang diantara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Qur’an Surat Al-Mujaadalah Ayat 11)<sup>5</sup>

Qur’an Surat Al-Mujaadalah Ayat 11 diatas memberikan seruan kepada para umat-Nya untuk giat dalam bekerja, sebagai balasannya Allah akan meninggikan derajat orang tersebut. Giat bekerja dalam hal ini apabila dilakukan dengan sungguh-sungguh secara tidak langsung akan menumbuhkan rasa tanggung jawab dalam bekerja. Strategi *targeting* terlihat ketika para karyawan di BMT Pahlawan berusaha untuk bekerja secara maksimal demi mencapai target yang telah ditentukan lembaga.

<sup>5</sup>Depatemen Agama, *Al-Qur’an*. . . , hal. 542

Strategi pemasaran yang digunakan di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung ketiga adalah *positioning*, yang terbagi berdasarkan kesempatan khusus dan kategori khusus, hal ini didukung dengan teori yang ditulis oleh Titik Wijayanti bahwa, *positioning* adalah strategi komunikasi untuk memasuki jendela otak konsumen agar produk, merek, nama, atau bisnis yang dibuat mengandung arti tertentu. *Positioning* harus memberi arti yang penting bagi konsumen. Penentuan *positioning* dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa strategi komunikasi, diantaranya yaitu penampilan produk, manfaat pemecahan masalah atau kebutuhan, kesempatan khusus, kategori khusus dan melawan produk lain.<sup>6</sup>

Teori tentang *positioning* tersebut menyebutkan tentang beberapa pengelompokan strategi *positioning*, diantaranya yaitu terdapat pengelompokan berdasarkan kesempatan khusus dan kategori khusus, sehingga terdapat keselarasan antara strategi *positioning* yang diterapkan di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung dengan teori yang terdapat dalam buku yang ditulis oleh Titik Wijayanti.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fitri dengan judul Efektifitas Strategi Pemasaran Produk *Baitul Maal wa Tamwil* Septa Bina Usaha Pekanbaru dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif, hasil penelitian menunjukkan dengan menggunakan strategi segmentasi, target pasar dan penentuan posisi (STP) strategi pemasaran yang diterapkan dinilai cukup efektif dengan hasil akhir sebesar 65%.<sup>7</sup> Kesamaan

---

<sup>6</sup>Titik Wijayanti, *Marketing Plan. . .*, hal. 44

<sup>7</sup> Hendra Fitri, *Efektifitas Strategi Pemasaran Produk Baitul Maal wa Tamwil Septa Bina Usaha Pekanbaru dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif*. (Pekanbaru: Skripsi tidak diterbitkan. 2011)

dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak dari metode yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan metode *segmentation, targeting* dan *positioning* (STP).

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Fatimah dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Produk Hasanah Card, hasil penelitian menunjukkan sudah tepatnya metode *Segmentasi Targeting dan Positioning* (STP) yang digunakan oleh pihak BNI Syariah, tetapi karena kurangnya indikator-indikator dari metode *Segmentasi Targeting dan Positioning* (STP) yang digunakan, maka metode tersebut kurang bisa menarik masyarakat luas.<sup>8</sup> Penelitian ini mendapatkan hasil yang kurang memuaskan dikarenakan kurangnya indikator yang digunakan sehingga strategi pemasarannya kurang efektif sehingga kurang menarik minat masyarakat.

#### **B. Penerapan Pelayanan Prima dalam Meningkatkan jumlah anggota pembiayaan di BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung**

Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di *Baitul Maal wa Tamwil* Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung memberikan hasil bahwasaya, pelayanan prima yang digunakan berdasarkan dimensi *reability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangibles*. Dimensi *reliability* terbagi kedalam beberapa sub indikator, yaitu: *pertama, reliability* akurat dan dapat dipercaya, terlihat dari pelayanan yang diberikan, yaitu selalu sesuai dengan fakta, dalam artian tidak dibuat-buat sehingga data benar-benar akurat. *Kedua, reliability* tingkat kesalahan, terlihat dari sedikitnya tingkat kesalahan yang terjadi selama melayani

---

<sup>8</sup> Nurul Fatimah, Analisis Strategi Pemasaran Produk Hasanah Card, hasil penelitian menunjukkan sudah tepatnya metode *Segmentasi Targeting dan Positioning* (STP) yang digunakan oleh pihak BNI Syariah. ( tt: skripsi tidak diterbitkan. 2015)

anggota pembiayaan, walaupun terdapat kesalahan itu pun merupakan kesalahan kecil yang langsung dapat diselesaikan tanpa menimbulkan masalah lain.

Dimensi *responsiveness*, terbagi kedalam beberapa sub indikator, yaitu: *Pertama*, *responsiveness* menolong pelanggan, terlihat ketika terdapat anggota pembiayaan yang mengeluh, petugas pelayanan selalu menangani keluhan yang ada sesuai prosedur yang berlaku mulai dari menelusuri akar permasalahannya sampai pemecahan masalah. *Kedua*, *responsiveness* tindak lanjut, terlihat dari tanggung jawab perusahaan dalam menindaklanjuti permasalahan anggota pembiayaan yang lebih mengedepankan sistem kekeluargaan, dalam artian tidak langsung membawa permasalahan ke meja hijau.

Dimensi *assurance*, terbagi menjadi beberapa sub indikator, yaitu: *Pertama*, *assurance* pengetahuan, terlihat dari pengetahuan yang dimiliki oleh petugas pelayanan terkait cara pelayanan yang baik, serta sebelumnya terdapat pengarahan dari atasan terkait tugas-tugas sebagai petugas pelayanan, sehingga pengetahuannya tidak diragukan lagi. *Kedua*, *assurance* kesopanan, terlihat dari adanya rasa sopan dan ramah yang ditunjukkan oleh petugas pelayanan dalam melayani setiap anggota pembiayaan, bisa dikatakan bahwa sikap ramah dan sopan merupakan sebuah tuntutan yang harus dijalankan selama proses pelayanan. *Ketiga*, *assurance* menumbuhkan kepercayaan, terlihat dari tidak adanya anggota pembiayaan yang merasa tertipu, dan dari petugas pelayanan sendiri juga tidak pernah membohongi ataupun menipu anggota pembiayaan.

Dimensi *empathy*, terbagi menjadi beberapa sub indikator, yaitu: *Pertama*, *empathy* mampu menempatkan diri, terlihat ketika ada anggota pembiayaan yang

menghadapi permasalahan, petugas pelayanan selalu berusaha untuk mengerti dan memahami permasalahan yang dihadapi dan memberikan sedikit saran jika dirasa perlu. *Kedua, empathy* perhatian, perhatian terlihat ketika ada anggota pembiayaan yang datang, terlebih dahulu ditanya terkait kepentingannya datang ke BMT Pahlawan cabang Gondang Tuungagung serta menawarkan bantuan sebelum anggota pembiayaan memintanya.

Dimensi *Tangibles*, terbagi menjadi beberapa sub indikator, yaitu: *Pertama, tangibles* sarana dan prasarana, terlihat dari memadainya kondisi fasilitas sarana prasarana yang ada, serta semua fasilitas masih dalam keadaan layak pakai, seperti tersedia ruang tunggu yang nyaman, ruangan ber-AC, tersedia halaman untuk parkir yang luas dan teduh. *Kedua, tangibles* kerapian ruangan, terlihat dari rapinya ruangan yang ada serta terjaga kebersihannya sehingga menimbulkan rasa nyaman selama melakukan transaksi. *Ketiga, tangibles* kerapian petugas pelayanan, terlihat dari penampilan petugas pelayanan pembiayaan yang didukung dengan adanya ketentuan baju seragam dari pihak lembaga.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan teori yang dikemukakan dalam buku yang ditulis oleh Burhanuddin Abdullah bahwa, kualitas layanan pada kenyataannya adalah representasi dari persepsi dalam bentuk konsumen. Persepsi tersebut muncul setelah konsumen membandingkan antara kualitas layanan yang mereka terima dan yang mereka harapkan. Pelayanan prima dapat dilihat dari lima dimensi, yang disebut dengan *serqual scale*, yaitu

*reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangibles*.<sup>9</sup> Kesesuaian teori tersebut terletak pada pelayanan yang digunakan, yaitu BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung dalam pelayanannya juga menggunakan *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangibles*, sehingga terdapat kesesuaian antara teori dengan praktik yang ada.

Pelayanan prima yang digunakan BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung pertama adalah *reliability*, yang terbagi berdasarkan akurat dan dapat dipercaya serta tingkat kesalahan, hal ini didukung dengan teori dalam buku yang ditulis oleh Burhanuddin Abdullah bahwa, *reliability* merujuk pada kemampuan suatu lembaga keuangan untuk mengerjakan jasa yang dijanjikan secara akurat dan dapat dipercaya. Kinerja yang dilakukan harus sesuai dengan harapan pelanggan. Dimensi *reliability* terlihat dari pelayanan sehari-hari, misalnya dari petugas pelayanan pembiayaan terkait pelayanan pembukuan secara akurat, baik jumlah maupun rekening yang benar. Kualitas pelayanan dikatakan menurun apabila dalam periode waktu tertentu kesalahan yang dilakukan oleh petugas pembiayaan semakin banyak.<sup>10</sup>

BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung dalam melakukan pelayanan selalu menyesuaikan dengan fakta yang ada sehingga tingkat kesalahan yang ditimbulkan sangat sedikit, hal ini terbukti dengan tidak adanya keluhan dari para anggota pembiayaan terkait kesalahan dalam pelayanan yang diberikan, sehingga secara praktik pelayanan di BMT Pahlawan Cabang Gondang

---

<sup>9</sup> Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja*. . ., hal. 149

<sup>10</sup> *Ibid.*, hal. 149

Tulungagung telah sesuai dengan teori yang ada. Ayat Al-qu'an yang mendukung dimensi pelayanan *reliability* ini adalah sebagai berikut:

...وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ، وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ، وَاتَّقُوا اللَّهَ، إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ { ٢ }

Artinya:

“...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (Qur'an Surat Al-Maa-idah Ayat 2)<sup>11</sup>

Al-Qur'an Surat Al-Maa-idah Ayat 2 menjelaskan larangan terkait tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran, sesuai dengan pelayanan *Reliability* yang diterapkan oleh BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung, yaitu melakukan pelayanan secara akurat dan dapat dipercaya yang artinya kegiatan pelayanannya termasuk tolong-menolong dalam kebaikan. Petugas pelayanan telah melakukan pelayanan dengan menolong anggota pembiayaan dalam melakukan transaksi secara akurat dan dapat dipercaya sesuai fakta yang ada.

Pelayanan prima yang digunakan BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung kedua adalah *responsiveness*, yang terbagi berdasarkan menolong pelanggan dan tindak lanjut, hal ini didukung dengan teori dalam buku yang ditulis oleh Burhanuddin Abdullah bahwa, *Responsiveness* atau ketanggapan kemampuan menolong pelanggan dan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. *Responsiveness* ini lebih melihat pada kecepatan pelayanan dalam menangani keluhan-keluhan anggota pembiayaan terhadap jasa yang diperolehnya. Keluhan-

<sup>11</sup>Depatemen Agama, *Al-Qur'an*. . ., hal. 107

keluhan yang disampaikan oleh anggota pembiayaan perlu ditindaklanjuti dengan tindakan yang cepat dan tepat sesuai dengan harapan anggota pembiayaan.<sup>12</sup>

BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung dalam melakukan pelayanan selalu berusaha menolong keluhan anggota pembiayaan, apabila petugas pelayanan belum bisa memberikan pertolongan terhadap masalah yang dihadapi anggota pembiayaan, maka petugas pelayanan akan melakukan tindak lanjut dengan berdiskusi bersama rekan kerjanya, apabila rekan kerja dirasa belum mampu memberikan jalan keluar terhadap permasalahan anggota pembiayaan, maka selanjutnya petugas pelayanan akan berkonsultasi dengan pihak atasan terkait permasalahan tersebut, sehingga secara praktik pelayanan di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung telah sesuai dengan teori yang ada. Hadist yang mendukung dimensi *responsiveness* ini adalah sebagai berikut:

مَا مِنْ عَبْدٍ يَسْتَرْعِيَهُ اللَّهُ رَعِيَّةً يَمُوتُ يَوْمَ يَمُوتُ وَهُوَ غَاشٍ لِرَعِيَّتِهِ إِلَّا حَرَّمَ عَلَيْهِ الْجَنَّةَ

Artinya:

“Tiada lain bagi seorang hamba yang diamanatkan oleh Allah SWT mengurus rakyat yang pada suatu hari ia mati dalam keadaan menipu rakyatnya atau tidak bertanggungjawab, kecuali Allah SWT mengharap syurga untuknya.” (Hadist Riwayat Muttafaq ‘alaih)<sup>13</sup>

Hadist tersebut menjelaskan bahwasanya Allah SW sangat menekankan tanggungjawab terhadap sesuatu, sampai-sampai terdapat ancaman tiada tempat untuknya di syurga apabila seseorang meninggal dalam keadaan lepas dari tanggungjawab. BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung dalam hal ini telah melakukan pelayanan sebaik mungkin terhadap suatu permasalahan yang sedang dihadapi anggota pembiayaan dengan penuh tanggungjawab, yaitu apabila

<sup>12</sup> Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja*. . ., hal. 149

<sup>13</sup> [www.dakwahislami.xyz/2016/06/hadits-tentang-tanggung-jawab.html](http://www.dakwahislami.xyz/2016/06/hadits-tentang-tanggung-jawab.html) -diakses pada hari senin tanggal 02 juli 2018 pukul 19.32 WIB

terdapat permasalahan akan diselesaikan seara bertahap sampai permasalahan tersebut tuntas.

Pelayanan prima yang digunakan BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung ketiga adalah *assurance*, yang terbagi berdasarkan pengetahuan, kesopanan dan menumbuhkan kepercayaan, hal ini didukung dengan teori dalam buku yang ditulis oleh Burhanuddin Abdullah bahwa, *Assurance* pengetahuan, kesopanan dan kemampuan petugas pelayanan untuk memperoleh kepercayaan para anggota pembiayaan kepada lembaga keuangan. Dimensi ini menuntut para petugas pelayanan melaksanakan tugasnya secara terampil dan fasih sehingga dapat memberikan persepsi yang meyakinkan bagi anggota pembiayaan.<sup>14</sup>

Petugas pelayanan di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung sebelum melakukan pelayanan terlebih dahulu diadakan *breaving* terkait bagaimana cara melayani anggota pembiayaan yang baik, sehingga dalam melayani anggota pembiayaan dirasa telah mampu jika dilihat dari aspek pengetahuan. Kesopanan dalam melakukan pelayanan juga selalu diterapkan setiap kali melakukan pelayanan kepada anggota pembiayaan, sehingga melalui pengetahuan dan kesopanan tersebut dapat menumbuhkan kepercayaan anggota pembiayaan terkait pelayanan yang diberikan, selain itu anggota pembiayaan merasa tidak pernah tertipu dengan pelayanan yang diberikan dikarenakan petugas pelayanan selalu melayani dengan baik serta menjaga amanah setiap kali melayani anggota pembiayaan, sesuai dengan firman-Nya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَخَوْنُوا أَمْثَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ { ٢٧ }

---

<sup>14</sup>Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja* . . . , hal. 150

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kalian mengkhianati Allah dan Rasul-(Nya) dan (juga) janganlah kalian mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepada kalian, sedangkan kalian mengetahui.” (Al-Qur’an Surat Al-Anfal Ayat 27)<sup>15</sup>

Al-Qur’an Surat Al-Anfal Ayat 27 diatas memerintahkan orang-orang yang beriman untuk tidak saling mengkhianati amanat yang telah dilimpahkan, hal tersebut merupakan perbuatan tercela yang dibenci Allah SWT, dalam hal ini BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung dalam pelayanannya selalu menjaga amanah anggota pembiayaan yang telah dilimpahkan, sehingga menumbuhkan rasa kepercayaan anggota pembiayaan kepada petugas pelayanan.

Pelayanan prima yang digunakan BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung keempat adalah *empathy*, yang terbagi berdasarkan mampu menempatkan diri dan perhatian, sesuai dengan teori dalam buku yang ditulis oleh Burhanuddin Abdullah bahwa, *empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan upaya memahami keinginannya, atau bisa juga diartikan menempatkan diri dalam sudut pandang anggota pembiayaan. Petugas pelayanan dibiasakan untuk senantiasa menempatkan diri dalam sudut pandang anggota pembiayaan akan memudahkan organisasi memberikan jasa yang tidak hanya sesuai dengan harapan anggota pembiayaan tetapi juga melampauinya.<sup>16</sup>

Petugas pelayanan di BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung dalam melakukan pelayanan berusaha untuk mengerti serta memahami keluhan yang disampaikan anggota pembiayaan dengan cara berusaha menempatkan diri dalam

---

<sup>15</sup>Depatemen Agama, *Al-Qur’an*. . ., hal. 181

<sup>16</sup>Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja*. . ., hal. 150

sudut pandang anggota pembiayaan, sehingga petugas pelayanan bisa merasakan bagaimana posisi dari anggota pembiayaan yang mengalami permasalahan tersebut, dan tidak jarang petugas pelayanan memberikan dukungan berupa saran kepada anggota pembiayaan terkait permasalahan yang sedang dihadapi. Ayat Al-Qur'an yang mendukung dimensi *empathy* ini terdapat dalam Surat Ali 'Imran Ayat 159 berikut ini:

فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ إِنَّكَ لَهُمْ، وَأَنْتَ كُنْتَ فَظًّا عَلِيظًا الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ  
عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ، فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ، إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ { ١٥٩ }

Artinya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allahlah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”. (Al-Qur'an Surat Ali 'Imran Ayat 159)<sup>17</sup>

Al-Qur'an Surat Ali 'Imran Ayat 159 diatas memberikan pelajaran bahwasanya kita dianjurkan untuk bersikap lemah-lembut terhadap orang lain meskipun orang tersebut telah berlaku kasar kepada kita, hal ini sesuai dengan pelayanan yang diterapkan di BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung, yaitu petugas pelayanan selalu berusaha mengerti dan memahami tentang apa yang diinginkan dan dirasakan oleh anggota pembiayaan.

Pelayanan prima yang digunakan BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung kelima adalah *tangibles*, yang terbagi berdasarkan sarana dan prasarana, kerapian ruangan serta kerapian petugas pelayanan, sesuai dengan teori

<sup>17</sup>Depatemen Agama, *Al-Qur'an dan. . .*, hal. 72

dalam buku yang ditulis oleh Burhanuddin Abdullah bahwa Tangibles merupakan kemampuan lembaga keuangan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pelanggan (anggota pembiayaan). Penampilan dan sarana prasarana fisik suatu lembaga keuangan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.<sup>18</sup>

BMT Pahlawan Cabang Gondang secara *tangibles* ini terlihat dari memadainya sarana dan prasarana di kantor lembaga, seperti tersedianya ruang tunggu yang nyaman dan tempat parkir yang luas. Kerapian ruangan terlihat dari keadaan ruangan yang selalu bersih dan tertata rapi dilengkapi dengan berbagaimacam fasilitas seperti AC dan pengharum ruangan, serta didukung dengan kerapian petugas pelayanan yang menggunakan seragam sebagai simbol kekompakan, sesuai dengan salah satu Firman-nya:

وَإِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاتَّقُونِ { ٥٢ }

Artinya:

“Dan sungguh, (agama tauhid/Islam) inilah agama kamu semua, agama yang satu dan aku adalah Tuhanmu, maka bertakwalah kepada-Ku.” (Al-Qur’an Surat Al-Mu’minun Ayat 52)<sup>19</sup>

Al-Qur’an Surat Al-Mu’minun Ayat 52 diatas memberikan penjelasan bahwasanya Allah memberikan himbauan kepada seluruh umat-Nya untuk bersatu untuk beribadah kepada-Nya, melalui ayat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya Allah teramat senang jika seluruh umatnya bersatu atau bisa diartikan kompak, dalam hal ini BMT Pahlawan cabang Gondang Tulungagung telah menerapkan kekompakan melalui adanya seragam kerja sebagai bentuk kerapian dan kekompakan dalam bekerja.

<sup>18</sup>Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja*. . . , hal. 150

<sup>19</sup>Depatemen Agama, *Al-Qur’an dan*. . . , hal. 72

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Winanto dan Roekminati dengan judul Hubungan *Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Pegadaian Syaiah (Persero) Cabang Babakan Surabaya, hasil penelitian menunjukkan pelayanan telah sesuai dengan *reliability*, *assurance*, *tangibles*, *empathy* dan *responsiveness*. Lembaga yang mampu memberikan pelayanan memuaskan akan lebih banyak peminatnya, didukung dengan pemberian fasilitas yang baik dikarenakan anggota ataupun nasabahnya akan merasakan kenyamanan serta dihargai oleh petugas pelayanan.<sup>20</sup> Kesamaan dengan penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu terletak pada penggunaan dimensi pelayanan *reliability*, *assurance*, *tangibles*, *empathy* dan *responsiveness*.

Penelitian serupa dilakukan oleh Eliyawati dan Putra dengan judul Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Anggota Koperasi Unit Desa Suraberata Kecamatan Selemadeg Barat, berdasarkan penelitian analisis *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* penelitian tersebut menunjukkan bahwa koperasi unit desa Suraberata belum mampu memberikan kualitas pelayanan prima kepada anggotanya, hal tersebut terlihat dari adanya kesenjangan-kesenjangan antara kualitas pelayanan yang mampu diberikan oleh koperasi unit desa Suraberata dibandingkan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh anggota koperasi adalah negatif, khususnya pada indikator *responsiveness* dan *empathy*.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup>Nitya Satwasty Winanto dan Sri Roekminati, *Hubungan Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Pegadaian Syaiah (Persero) Cabang Babakan Surabaya*. (Surabaya: Skripsi tidak diterbitkan, 2017)

<sup>21</sup>W. Eliyawati dan I Gede Setiawan Adi Putra, *Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Anggota Koperasi Unit Desa Suraberata Kecamatan Selemadeg Barat*, (Selemadeg Barat : Skripsi tidak diterbitkan, 2016)