BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

1. Pengertian MSDM

Organisasi merniliki berbagai macam sumber daya sebagai ‘input’ untuk diubah menjadi ‘output’ berupa produk barang atau jasa. Sumber daya tersebut meliputi modal atau uang, teknologi untuk menunjang proses produksi, metode atau strategi yang digunakan untuk beroperasi, manusia dan sebagainya, diantara berbagai macam sumber daya tersebut, manusia atau sumber daya manusia (SDM) merupakan elemen yang paling penting, untuk merencanakan, mengelola dan mengendalikan sumber daya manusia dibutuhkan suatu alat manajerial yang disebut manajemen sumber daya manusia (MSDM).[21]

MSDM adalah bagaiamana manusia bekerjasama dengan yang lain untuk mencapai suatu pencapaian, pencapaian yang baik sangat dianjurkan dalam islam demi kesejahteraan umat manusia, seperti dalam surat Ali Imran ayat 103 Allah SWT berfirman:

وَٱعْتَصِمُوا۟ بِحَبْلِ ٱللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا۟ ۚ وَٱذْكُرُوا۟ نِعْمَتَ ٱللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنتُمْ أَعْدَآءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُم بِنِعْمَتِهِۦٓ إِخْوَٰنًا وَكُنتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ ٱلنَّارِ فَأَنقَذَكُم مِّنْهَا ۗ كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ ٱللَّهُ لَكُمْ ءَايَٰتِهِۦ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ

Artinya: Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai berai, dan ingatlah akan ni`mat Allah kepadamu ketika kamu dahulu (masa Jahiliyah) bermusuh musuhan,

[21] Priyono, *Manajemen Sumber Daya Manusia*,(Sidoarjo:Zifatama Publisher:2010), hal.2

maka Allah mempersatukan hatimu, lalu menjadilah kamu karena ni`mat Allah orang-orang yang bersaudara; dan kamu telah berada di tepi jurang neraka, lalu Allah menyelamatkan kamu daripadanya. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu, agar kamu mendapat petunjuk.[22]

MSDM dapat dipahami sebagai suatu proses dalam organisasi serta dapat pula diartikan sebagai suatu kebijakan *(policy)*, sebagai suatu proses, Cushway (1994:13) misalnya, mendefinisikan MSDM sebagai *'Part of the process that helps the organization achieve its objectives'*. Pernyataan ini dapat diterjemahkan sebagai 'bagian dari proses yang membantu organisasi mencapai tujuannya. Fokus MSDM terletak pada upaya mengelola SDM di dalam dinamika interaksi antara organisasi-pekerja yang acap memiliki kepentingan berbeda.[23]

Menurut Stoner MSDM meliputi penggunaan SDM secara produktif dalam mencapai tujuan organisasi dan pemuasan kebutuhan pekerja secara individual. Stoner menambahkan bahwa karena berupaya mengintegrasikan kepentingan orgarnisasi dan pekerjanya, maka MSDM lebih dari sekadar seperangkat kegiatan yang berkaitan dengan koordinasi SDM organisasi. MSDM adalah contributor utama bagi keberhasilan organisasi. Oleh karena itu, jika MSDM tidak efektif dapat menjadi hambatan utama dalam memuaskan pekerja dan keberhasilan organisasi.[24]

---

[22] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan.* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010),hal.75

[23] Priyono, *Manajemen Sumber Daya Manusia*,...hal.4

[24] Ibid,.hal.5

MSDM menurut pengertiannya sebagai kebijakan, MSDM dimaksudkan sebagai suatu sarana untuk memaksimalkan efektifitas organisasi dalam mencapai tujuannya, dalam konteks yang demikian ini, MSDM didefinisikan oleh Guest yaitu kebijakan yang diambil organisasi dalam mengelola SDM-nya diarahkan pada penyatuan elemen-elemen organisasional, komitmen pekerja, kelenturan organisasi dalam beroperasi serta pencapaian kualitas hasil kerja secara maksimal. Merujuk pada pengertian tersebut, ukuran efektifitas kebijakan MSDM yang dibuat dalam berbagai bentuknya dapat diukur pada seberapa jauh organisasi mencapai kesatuan gerak seluruh unit organisasi, seberapa besar komitmen pekerja terhadap pekerjaan dan organisasinya, sampai sejauh mana organisasi toleran dengan perubahan sehingga mampu membuat keputusan dengan cepat dan mengambil langkah dengan tepat. Manajemen Sumber Daya Manusia serta seberapa tinggi tingkat kualitas `output' yang dihasilkan organisasi.[25]

2. Fungsi MSDM

Fungsi adalah manfaat yang baik dari sebuah sistem, terdapat beberapa macam fungsi utama MSDM. Diantaranya 5 fungsi, yaitu:[26]

a. *Perencanaan untuk kebutuhan SDM*

Fungsi perencanaan kebutuhan SDM setidaknya meliputi 2 kegiatan utama, yaitu:

[25] Priyono, *Manajemen Sumber Daya Manusia,*...hal.6
[26] Ibid.,hal.7

1) Perencanaan dan peramalan permintaan tenaga kerja organisasi baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
2) Analisis jabatan dalam organisasi untuk menentukan tugas, tujuan, keahlian, pengetahuan dan kemampuan yang dibutuhkan.

Kedua fungsi tersebut sangat esensial dalam melaksanakan kegiatan MSDM secara efektif.

b. *Staffing sesuai dengan kebutuhan organisasi*

Setelah kebutuhan SDM ditentukan, langkah selanjutnya adalah mengisi formasi yang tersedia, dalam tahapan pengisian staf ini terdapat dua kegiatan yang diperlukan, yaitu:[27]

1) Penarikan (rekrutmen) calon atau pelamar pekerjaan
2) Pemilihan (seleksi) para calon atau pelamar yang dinilai paling memenuhi syarat.

Umumnya rekrutmen dan seleksi diadakan dengan memusatkan perhatian pada ketersediaan calon tenaga kerja baik yang ada di luar organisasi (eksternal) maupun dari dalam organisasi (internal).

c. *Penilaian kinerja*

Kegiatan ini dilakukan setelah calon atau pelamar dipekerjakan dalam kegiatan organisasi. Organisasi menentukan bagaimana sebaiknya bekerja dan kemudian memberi penghargaan atas kinerja yang dicapainya, sebaliknya organisasi juga harus menganalisis

[27] Priyono, *Manajemen Sumber Daya Manusia*,...hal.7

jika terjadi kinerja negatif dimana pekerja tidak dapat mencapai standar kinerja yang ditetapkan. Penilaian kinerja ini dilakukan dua kegiatan utama, yaitu:

1) Penilaian dan pengevaluasian perilaku pekerja.
2) Analisis dan pemberian motivasi perilaku pekerja.

Kegiatan penilaian kinerja ini dinilai sangat sulit baik bagi penilai maupun yang dinilai. Kegiatan ini rawan dengan munculnya konflik.

d. *Perbaikan kualitas pekerja dan lingkungan kerja*

Saat ini pusat perhatian MSDM mengarah pada 3 kegiatan strategis, yaitu:[28]

1) Menentukan, merancang dan mengimplementasikan program pelatihan dan pengembangan SDM guna meningkatkan kemampuan dan kinerja karyawan;
2) Memperbaiki kualitas lingkungan kerja, khususnya melalui kualitas kehidupan kerja dan program-program perbaikan produktifitas;
3) Memperbaiki kondisi fisik kerja guna memaksimalkan kesehatan dan keselamatan pekerja.

Salah satu *outcome* yang dapat diperoleh dari ketiga kegiatan strategis tersebut adalah peningkatan atau perbaikan kualitas fisik dan non-fisik lingkungan kerja.

[28] Priyono, *Manajemen Sumber Daya Manusia*,...hal.7

e. *Pencapaian efektifitas hubungan kerja*

Tenaga kerja yang dibutuhkan dapat terisi, organisasi kemudian mempekerjakannya, memberi gaji dan memberi kondisi yang akan membuatnya merasa tertarik dan nyaman bekerja. Untuk itu organisasi juga harus membuat standar bagaimana hubungan kerja yang efektif dapat diwujudkan. Dalam hal ini terdapat tiga kegiatan utama, yaitu:[29]

1) Mengakui dan menaruh rasa hormat (respek) terhadap hak-hak pekerja;
2) Melakukan tawar-menawar (bargaining) dan menetapkan prosedur bagaimana keluhan pekerja disampaikan
3) Melakukan penelitian tentang kegiatan-kegiatan MSDM.

Persoalan yang harus diatasi dalam ketiga kegiatan utama tersebut sifatnya sangat kritis. Jika organisasi tidak berhatihati dalam menangani setiap persoalan hak-hak pekerja maka yang muncul kemudian adalah aksi-aksi protes seperti banyak terjadi di banyak perusahaan di Indonesia.

3. Tujuan MSDM

Tujuan MSDM dalam upaya untuk mencapai hasil yang baik dengan seimbang, termasuk diantara langkah-langkah bersama untuk mengaplikasikan planning dengan mengharapkan tujuan yang di idamkan. Allah berfirman dalam surat Al Baqarah ayat 208:

[29] Priyono, *Manajemen Sumber Daya Manusia*,...hal.8

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱدۡخُلُواْ فِي ٱلسِّلۡمِ كَآفَّةٗ وَلَا تَتَّبِعُواْ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيۡطَٰنِۚ إِنَّهُۥ لَكُمۡ عَدُوّٞ مُّبِينٞ

Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu kedalam islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.[30]

Tujuan MSDM secara tepat sangatlah sulit untuk dirumuskan karena sifatnya bervariasi dan tergantung pada pentahapan perkembangan yang terjadi pada masing-masing organisasi.[31]

Menurut Cushway, tujuan MSDM meliputi:

a. Memberi pertimbangan permanen dalam membuat kebijakan SDM untuk memastikan bahwa organisasi memiliki pekerja yang bermotivasi dan berkinerja tinggi, memiliki pekerja yang selalu siap mengatasi perubahan dan memenuhi kewajiban pekerjaan secara legal.
b. Mengimplementasikan dan menjaga semua kebijakan dan prosedur SDM yang memungkinkan organisasi mampu mencapai tujuannya.
c. Membantu dalam pengembangan arah keseluruhan organisasi dan strategi, khususnya yang berkaitan dengan implikasi SDM.
d. Memberi dukungan dan kondisi yang akan membantu manajer lini mencapai tujuannya.
e. Menangani berbagai krisis dan situasi sulit dalam hubunganantar pekerja untuk meyakinkan bahwa mereka tidak menghambat organisasi dalam mencapai tujuannya.

[30] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan.* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010),hal.95

[31] Priyono, *Manajemen Sumber Daya Manusia,...*, hal.8

f. Menyediakan media komunikasi antara pekerja dan manajemen organisasi.

g. Bertindak sebagai pemelihara standar organisasional dan nilai dalam manajemen SDM.

Sementara itu menurut Schuler et al setidaknya MSDM memiliki 3 tujuan utama yaitu:[32]

1) Memperbaiki tingkat produktifitas
2) Memperbaiki kualitas kehidupan kerja
3) Meyakinkan bahwa organisasi telah memenuhi aspek-aspek legal.

h. Kebjiakan dan Kegiatan MSDM yaitu untuk memelihara kegiatan didalam MSDM, dalam pandangan Islam menjadi syarat mutlak bagi pimpinan harus lebih baik dari anggotanya, sehingga kebijakan yang ia lakukan akan efektif. Kebijakan dan kegiatan MSDM dapat dilihat dari suatu pendekatan yang spesifik. Pendekatan tersebut penggunaan MSDM sebagai sebuah cara untuk melakukan rekonseptualisasi dan pengorganisasian kembali peran SDM dan penjelasan ulang tentang tugas dan fungsi departemen personalia dalam organisasi, berdasarkan pendekatan tersebut, Guest menyatakan ada 4 kebijakan utama dalam MSDM yaitu:[33]

• Employee Influence
• Human resource flow
• Rewards systems

[32] Priyono, *Manajemen Sumber Daya Manusia*,...hal.8
[33] Ibid.,hal.9

Empat fokus kebijakan MSDM tersebut dapat dipahami sebagai strategi dalam mempengaruhi pekerja guna mengarahkannya pada tujuan organisasi, sebagai suatu proses pencapaian tujuan, organisasi mengorganisasikan SDM dalam suatu mekanisme sistemik berupa alur SDM *(human resources flow)* mulai dari perencanaan SDM, rekrutmen, seleksi, perumusan analisis jabatan, dan seterusnya.[34]

Kebijakan lainnya berkaitan dengan sistem penghargaan yang merupakan bagian utama organisasi memberi motivasi guna memaksimalkan kerja dan proses pemekerjaan. Sistem penghargaan *(rewards systems)* misalnya dapat berupa paket rernunerasi yang terdiri dari penggajian, pemberian bonus dan insentif serta berbagai bentuk kompensasi lainnya. Merujuk pada pendapat ahli-ahli lainnya, Guest menyatakan kegiatan MSDM terdiri dari 4 proses generik yaitu:[35]

• *Selection*

• *Appraisal*

• *Rewards*

• *Development*

Seorang manajer SDM paling tidak harus menguasai 4 kegiatan mendasar tersebut. Kegiatan seleksi tidak lain berkaitan dengan penyediaan staf dan pekerja yang akan mengisi berbagai

[34] Priyono, *Manajemen Sumber Daya Manusia,...,* hal.9
[35] Ibid.,hal.10

formasi pekerjaan dan jabatan dalam organisasi, sebagai suatu kegiatan generik, seleksi akan diikuti dengan kegiatan lainnya misalnya berupa penempatan pada pekerjaan *(job placement)* yang segera disertai dengan kegiatan generic lainnya yaitu penilaian kinerja *(performance appraisal)*.[36]

Organisasi harus memiliki standar yang dapat dipakai sebagai ukuran dalam menentukan dan menilai apakah seorang pekerja memiliki kualitas kerja baik atau sebaliknya, sementara itu, untuk memotivasi pekerja organisasi menailiki skema *(scheme)* Yang dirupakan dalam bentuk gaji atau upah dan penghargaan lainnya.

Kegiatan generik MSDM yang terakhir adalah pengembangan; SDM *(human resource development)*. Pengembangan SDM ini dapat berupa pendidikan, pelatihan serta program-program pengembangan SDM lainnya, umumnya kegiatan pengembangan SDM diarahkan pada pencapaian penguasaan keahlian *(skills)*, pengetahuan *(knowledge)* dan kemampuan *(ability)*. Arah rogramm pengembangan SDM diarahkan selaras dengan perkernbangan dan kemajuan organisasi.[37]

B. Loyalitas

1. Pengertian Loyalitas

Loyalitas berasal dari kata loyal yang berarti setia. Loyalitas dalam perusahaan dapat diartikan sebagai sebagai kesetiaan seorang

[36] Priyono, *Manajemen Sumber Daya Manusia,...*, hal.11
[37] Ibid.,hal.12

karyawan terhadap perusahaan. Loyalitas juga berarti kesediaan karyawan dengan seluruh kemampuan, ketrampilan, pikiran dan waktu untuk ikut serta mencapai tujuan perusahaan dan menyimpan rahasia perusahaan selama orang itu masih berstatus sebagai karyawan.[38]

Pengertian loyalitas menurut Oliver yang diterjemahkan oleh Ratih Hurriyati mengemukakan definisi loyalitas merupakan komitmen bertahan secara mendalam untuk bertahan atau bekerja secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan dunia kerja mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.[39] Loyal menurut sebagian pakar ialah suatu kecenderungan untuk tidak pindah ke perushaan lain.[40] Loyal juga berarti kesetiaan dicerminkan oleh kesediaan menjaga dan membela perusahaan di dalam maupun di luar pekerjaan dan orang yang tidak bertanggung jawab.[41]

Sebagai muslim kita harus loyal atau beriman kepada Allah, selain itu seorang muslim wajib mencintai dan bersikap loyal kepada orang-orang yang berpegang teguh kepada tauhid dan memurnikan ibadah kepada Allah SWT, sebagaiamana yang telah di jelaskan pada Al-Qur'an surat Al-Mumtahanah ayat 4:

---

[38]Sudimin dan Theo, *Manajemen & Usahawan Indonesia*.(Whistleblowing: Dilema Loyalitas dan Tanggung Jawab Publik,2003),hal.3

[39]Ratih Hurriyati,*Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*,(Bandung: Alfabeta, 2005),hal.29

[40]Siagian Sondang P,*Peranan Staf dalam Manajemen*,(Jakarta: PT. Gunung Agung,1985),hal.79

[41]Hasibuan Malayu SP,*ManajemenSumber Daya Manusia*,(Jakarta: Bumi Aksara 2011),hal.121

قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِيٓ إِبْرَٰهِيمَ وَٱلَّذِينَ مَعَهُۥٓ إِذْ قَالُوا۟ لِقَوْمِهِمْ إِنَّا بُرَءَٰٓؤُا۟ مِنكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ ٱللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ ٱلْعَدَٰوَةُ وَٱلْبَغْضَآءُ أَبَدًا حَتَّىٰ تُؤْمِنُوا۟ بِٱللَّهِ وَحْدَهُۥٓ إِلَّا قَوْلَ إِبْرَٰهِيمَ لِأَبِيهِ لَأَسْتَغْفِرَنَّ لَكَ وَمَآ أَمْلِكُ لَكَ مِنَ ٱللَّهِ مِن شَىْءٍ ۖ رَّبَّنَا عَلَيْكَ تَوَكَّلْنَا وَإِلَيْكَ أَنَبْنَا وَإِلَيْكَ ٱلْمَصِيرُ

Artinya: Sesungguhnya telah ada suri tauladan yang baik bagimu pada Ibrahim dan orang-orang yang bersama dengan dia; ketika mereka berkata kepada kaum mereka: "Sesungguhnya kami berlepas diri daripada kamu dari daripada apa yang kamu sembah selain Allah, kami ingkari (kekafiran)mu dan telah nyata antara kami dan kamu permusuhan dan kebencian buat selama-lamanya sampai kamu beriman kepada Allah saja. Kecuali perkataan Ibrahim kepada bapaknya: "Sesungguhnya aku akan memohonkan ampunan bagi kamu dan aku tiada dapat menolak sesuatupun dari kamu (siksaan) Allah". (Ibrahim berkata): "Ya Tuhan kami hanya kepada Engkaulah kami bertawakkal dan hanya kepada Engkaulah kami bertaubat dan hanya kepada Engkaulah kami kembali".[42]

2. Faktor-Faktor Loyalitas

Faktor pada loyalitas mempunyai dampak tersendiri bagi kelangsungan hidup organisasi, sehingga tuntutan loyalitas yang diharapkan oleh organisasi baru dapat terpenuhi apabila memiliki karakteristik seperti yang diharapkan dan organisasi sendiri telah mampu memenuhi harapan-harapan. Soegandhi menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas tersebut meliputi: adanya fasilitas-fasilitas kerja, tunjangan kesejahteraan, suasana kerja upah yang diterima, karakteristik pribadi individu atau karyawan, karakteristik pekerjaan, karakteristik desain organisasi dan pengalaman yang diperoleh selama ka menekuni pekerjaan itu.

Loyalitas kerja dipengaruhi oleh beberapa factor, yaitu:[43]

1. K*arakteristik pribadi*, meliputi : usia, masa kerja, jenis kelamin, tingkat pendidikan, prestasi yang dimiliki, ras, dan sifat kepribadian;

[42] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan* Terjemahan...,hal.95
[43] A. Sayunus Adiwibowo, *Jurnal Manajemen Bisnis volume 2 No.1*,hal.1

2. *Karakteristik pekerjaan*, meliputi : tantangan kerja, stres kerja, kesempatan untuk berinteraksi sosial, *job enrichment*, identifikasi tugas, umpan balik tugas, dan kecocokan tugas;
3. *Karakteristik desain perusahaan/organisasi*, yang dapat dilihat dari sentralisasi, tingkat formalitas, tingkat keikutsertaan dalam pengambilan keputusan, paling tidak telah menunjukkan berbagai tingkat asosiasi dengan tanggung jawab perusahaan, ketergantungan fungsional maupun fungsi kontrol perusahaan;
4. *Pengalaman yang diperoleh dalam perusahaan/organisasi*, yaitu internalisasi individu terhadap perusahaan setelah melaksanakan pekerjaan dalam perusahaan tersebut meliputi sikap positif terhadap perusahaan, rasa percaya terhadap perusahaan sehingga menimbulkan rasa aman, merasakan adanya kepuasan pribadi yang dapat dipenuhi oleh perusahaan.

3. Fungsi Loyalitas

Loyalitas mempunyai fungsi yang bertujuan meningkatkan kinerja di sebuah perusahaan, diantaranya fungsi itu adalah:[44]

1) *Intruction* yaitu loyalotas yang berfungsi untuk memberikan intruksi, dan perintah.
2) *Informative* yaitu loyalitas yang berfungsi untuk menyampaikan informasi atau berita.
3) *Influencing* yaitu loyalitas yang berfungsi untuk memberikan saran-saran, nasehat-nasehat dari seseorang kepada orang lain.
4) *Evaluative* yaitu loyalitas yang berfungsi memberikan laporan

[44] A. Sayunus Adiwibowo, *Jurnal Manajemen Bisnis volume 2 No.1*,hal.2

4. Tujuan Loyalitas

Tujuan Loyalitas adalah memberikan sumbangan pemikiran yang baik bagi perusahaan, sebagai media dalam menyalurkan bakat, minat dan kemampuan serta sebagai penggerak orang lain untuk melakukan sesuatu yang dapat bermanfaat bagi terwujudnya keinginan bersama dalam sebuah perusahaan, dalam mengetahui loyalitas dapat dilihat dari dua berbagai dimensi yaitu peran serta dan kesadaran dalam bekerja.[45]

Tujuan itu juga harus sesuai syariat Islam tidak boleh menyeleweng dari ketentuan seperti yang telah ditegaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 51:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَا تَتَّخِذُوا۟ ٱلْيَهُودَ وَٱلنَّصَٰرَىٰٓ أَوْلِيَآءَ ۘ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَآءُ بَعْضٍ ۚ وَمَن يَتَوَلَّهُم مِّنكُمْ فَإِنَّهُۥ مِنْهُمْ ۗ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يَهْدِى ٱلْقَوْمَ ٱلظَّٰلِمِينَ

Artinya:"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menjadikan orang-orang yahudi dan Nasrani sebagai kekasih/teman dekat(mu); sebagian mereka adalah kekasih bagi sebagian yang lain. Barangsiapa di antara kamu menjadikan mereka sebagai kekasih/teman dekat, maka sesungguhnya orang itu termasuk golongan mereka".[46]

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu pengalaman kerja, realisasi di lapangan dan tantangan pekerjaan, sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah adanya fasilitas-fasilitas

[45] A. Sayunus Adiwibowo, *Jurnal Manajemen Bisnis volume 2 No.1*,hal.3
[46] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, hal.105

kerja, tinjauan kesejahteraan, suasana kerja serta upah yang diterima dari perusahaan.[47]

5. Aspek-Aspek Loyalitas

Aspek-aspek loyalitas kerja yang terdapat pada individu dikemukakan oleh Siswanto yang menitik beratkan pada pelaksanaan kerja yang dilakukan k antara lain:[48]

1. Taat pada peraturan. Setiap kebijakan yang diterapkan dalam organisasi untuk memperlancar dan mengatur jalannya pelaksanaan tugas oleh manajemen organisasi ditaati dan dilaksanakan dengan baik. Keadaan ini akan menimbulkan kedisiplinan yang menguntungkan organisasi baik intern maupun ekstern.
2. Tanggung jawab pada perusahaan/organisasi. Karakteristik pekerjaan dan pelaksanaan tugasnya mempunyai konsekuensi yang dibebankan. Kesanggupan untuk melaksanakan tugas sebaik-baiknya dan kesadaran akan setiap resiko pelaksanaan tugasnya akan memberikan pengertian tentang keberanian dan kesadaran bertanggungjawab terhadap resiko atas apa yang telah dilaksanakan.
3. Kemauan untuk bekerja sama. Bekerja sama dengan orang-orang dalam suatu kelompok akan memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuan yang tidak mungkin dicapai oleh orang-orang secara invidual.

[47] A. Sayunus Adiwibowo, *Jurnal Manajemen Bisnis volume 2 No.1*,hal.4

[48] Dermawan Wibosono, *Manajemen Kinerja Koperasi & Organisasi: Panduan Penyusunan Indikator* (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2011), hal. 23

4. Rasa memiliki, adanya rasa ikut memiliki k terhadap organisasi akan membuat sikap untuk ikut menjaga dan bertanggung jawab terhadap organisasi sehingga pada akhirnya akan menimbulkan loyalitas demi tercapainya tujuan organisasi.
5. Hubungan antar pribadi, loyalitas kerja tinggi mereka akan mempunyai sikap fleksibel ke arah tata hubungan antara pribadi. Hubungan antara pribadi ini meliputi : hubungan sosial.
6. Kesukaan terhadap pekerjaan, dapat menghadapi kenyataan bahwa tiap hari datang untuk bekerjasama sebagai manusia seutuhnya dalam hal melakukan pekerjaan yang akan dilakukan dengan senang hati sebagai indikatornya bisa dilihat dari : keunggulan dalam bekerja, tidak pernah menuntut apa yang diterimanya.[49]

Aspek loyalitas harus sesuai syariat Islam seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Mujadalah ayat 22

لَّا تَجِدُ قَوْمًا يُؤْمِنُونَ بِٱللَّهِ وَٱلْيَوْمِ ٱلْءَاخِرِ يُوَآدُّونَ مَنْ حَآدَّ ٱللَّهَ وَرَسُولَهُۥ وَلَوْ كَانُوٓا۟ ءَابَآءَهُمْ أَوْ أَبْنَآءَهُمْ أَوْ إِخْوَٰنَهُمْ أَوْ عَشِيرَتَهُمْ ۚ أُو۟لَٰٓئِكَ كَتَبَ فِى قُلُوبِهِمُ ٱلْإِيمَٰنَ وَأَيَّدَهُم بِرُوحٍ مِّنْهُ ۖ وَيُدْخِلُهُمْ جَنَّٰتٍ تَجْرِى مِن تَحْتِهَا ٱلْأَنْهَٰرُ خَٰلِدِينَ فِيهَا ۚ رَضِىَ ٱللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا۟ عَنْهُ ۚ أُو۟لَٰٓئِكَ حِزْبُ ٱللَّهِ ۚ أَلَآ إِنَّ حِزْبَ ٱللَّهِ هُمُ ٱلْمُفْلِحُونَ

Artinya:"Kamu tidak akan mendapati sesuatu kaum yang beriman kepada Allah dan hari akhirat, saling berkasih sayang dengan orang-orang yang menentang Allah dan Rasul-Nya, sekalipun mereka itu bapak-bapak, anak-anak, saudara-saudara ataupun keluarga mereka. Mereka itulah orang-orang yang Allah telah menanamkan keimanan dalam hati mereka dan menguatkan mereka dengan pertolongan dari-

[49] Dermawan Wibosono, *Manajemen Kinerja Koperasi & Organisasi: Panduan Penyusunan Indikator*,...hal.24

Nya, dan Dia menempatkan mereka di dalam surga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai, mereka kekal di dalamnya. Allah ridha terhadap mereka dan merekapun merasa puas terhadap (limpahan rahmat)-Nya. Mereka itulah golongan Allah. Ketahuilah sesungguhnya golongan Allah itulah golongan yang beruntung".[50]

6. Pengukuran Loyalitas

Loyalitas merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksikan pertumbuhan penjualan dan juga loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pembelian yang konsisten. Berikut adalah karakteristik dari loyalitas: (a) Melakukan transaksi secara teratur. Nasabah merasa perlu menabung secara teratur dengan menggunakan berbagai produk yang ditawarkan dan memilki kepercayaan untuk menggunakan produk bank setiap mempunyai kebutuhan dana; (b) Kebal terhadap produk dari pesaing. Konsumen tidak hanya membeli jasa dan produk tetapi konsumen juga konsisten terhadap produk dan jasa dari perusahaan yang sama, tidak tergoda produk dari luar perusahaan; serta (c) Mereferensikan pada orang lain. Dimana konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk dan jasa perusahaan tersebut.[51]

Pengukuran digunakan dalam mencapai bukti yang benar, di dalam Al-Qur'an juga dijelaskan pada surat At-Taubah ayat 23:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَتَّخِذُوٓاْ ءَابَآءَكُمۡ وَإِخۡوَٰنَكُمۡ أَوۡلِيَآءَ إِنِ ٱسۡتَحَبُّواْ ٱلۡكُفۡرَ عَلَى ٱلۡإِيمَٰنِۚ وَمَن يَتَوَلَّهُم مِّنكُمۡ فَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلظَّٰلِمُونَ

[50] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*..., hal.210

[51] Dermawan Wibosono, *Manajemen Kinerja Koperasi & Organisasi: Panduan Penyusunan Indikator*,...hal. 59

Artinya:“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menjadikan bapak-bapak dan saudara-saudaramu sebagai kekasihmu, jika mereka lebih mengutamakan kekafiran atas keimanan, dan siapa yang di antara kamu yang menjadikan mereka sebagai kekasih, maka mereka itulah orang-orang yang zalim.”[52]

C. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan menurut Kottler adalah sesuatu tidak berwujud yang merupakan tindakan unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun,[53] menurut Valarie A. Leithmal dan Mary Jo Bitner mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau kontruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah.[54] Lovelock mendefinisikan pelayanan sebagai proses daripada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentranformasikannya sebagai output.[55]

Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui bahwa di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Pengertian pelayanan dalam konteks Perbankan

[52] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*..., hal.140

[53]Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra, *Service, Quality dan Satisfaction,*(Yogyakarta: Andi,2005), hal.11

[54]Rambat Supriadi dan A. Handani, *Manajemen Pemasaran Jasa,*(Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal.6

[55]Arif Muhtosim,*Pemasaran Jasa dan Kualitas Jasa,*(Malang: Bayumedia Publishing, 2007),hal.11

Syariah ialah memberikan pelayanan sesuai dengan standar prosedur pelayanan yang ada, yaitu dengan sifat senyum, amanah, luwes, antusias dan melayani dalam memberikan penjelasan produk maupun complain nasabah.[56]

Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓا۟ أَنفِقُوا۟ مِن طَيِّبَٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ أَخْرَجْنَا لَكُم مِّنَ ٱلْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا۟ ٱلْخَبِيثَ مِنْهُ تُنفِقُونَ وَلَسْتُم بِـَٔاخِذِيهِ إِلَّآ أَن تُغْمِضُوا۟ فِيهِ ۚ وَٱعْلَمُوٓا۟ أَنَّ ٱللَّهَ غَنِىٌّ حَمِيدٌ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji."[57]

2. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Pelayanan yang baik yaitu ketika Bank mampu memberikannya kepada nasabah seperti ditegaskan dalam Al-Qur'an tentang pelayanan yang baik yaitu pada surat An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا۟ بِعَهْدِ ٱللَّهِ إِذَا عَٰهَدتُّمْ وَلَا تَنقُضُوا۟ ٱلْأَيْمَٰنَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ ٱللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

[56] Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra, *Service, Quality dan Satisfaction*,...hal.13
[57] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan* Terjemahan...,hal.260

Artinya: Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.[58]

Bank ingin selalu dianggap baik oleh nasabah karena nasabah akan menjadi pelanggan setia terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Di samping itu, bank juga berharap dari pelayanan baik yang diberikan, nasabah dapat ikut mempromosikan bank kepada nasabah lain, hal ini merupakan keuntungan tersendiri bagi bank. Bank dalam memberikan pelayanan yang baik, telah menetapkan standar yang didukung dengan sarana dan prasarana yang ada sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi.[59]

Pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri, dalam hal ini bank menggunakan kriteria untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik dengan didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Pertama adalah faktor manusia (*Costumer Service Officer*) yang melayani nasabah harus memiliki secara tepat dan cepat, selain itu juga harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan bertanggung jawab terhadap nasabahnya. Kedua adalah faktor sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan dan kekakuratan pekerjaan, pada akhirnya sarana dan prasarana ini

[58] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan* Terjemahan...,hal.167

[59] Endar Sugiarto,*Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*,(Jakarta: Gramedia,1999),hal.23

diopersikan oleh manusia yang berkualitas. Sehingga, kedua faktor pendukung di atas saling menunjang.[60]

Faktor pendukung yang berpengaruh terhadap mutu pelayanan, terbentuklah ciri-ciri pelayanan yang baik, diantaranya sebagai berikut:[61]

a. Sarana fisik yaitu tersedianya karyawan serta sarana dan prasarana yang baik.
b. Tanggung jawab, seorang *Customer Service Officer* harus mampu bertanggung jawab melayani setiap nasabah dari awal hingga selesai, nasabah akan merasa puas jika nasabah merasakan adanya tanggung jawab dari *Customer Service Officer* tersebut.
c. Responsif, seorang *Customer Service Officer* harus mampu melayani secara cepat dan tepat dalam melayani nasabah.
d. Komunikatif, seorang *Customer Service Officer* harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.
e. Keamanan, *Customer Service Officer* harus menjaga kerahasiaan informasi data nasabah.
f. Kecakapan, seorang *Customer Service Officer* yang khusus melayani nasabah harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tertentu dalam menghadapi berbagai karakter nasabah.
g. Pemahaman yaitu harus cepat tanggap dengan apa yang diinginkan nasabahnya.

[60]Iwandah, ”Pelayananterhadap Nasabah”, dalam http://iwandah.blogspot.com, diakses pada tanggal 8 Mei 2018

[61] Ibid.,hal.2

h. *Kreadibilitas*, karena kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga mau menjadi nasabah bank.

i. Keramahan, karyawan bank harus menjalin keramahan dan keakraban kepada nasabah agar nasabah merasa senang ketika dilayani.

j. Hubungan, nasabah harus memiliki kemudahan dalam berkomunikasi dengan bagian bank yang berhubungan dengan keinginan nasabah.

3. Karakteristik Pelayanan yang Baik

Karakter dalam sebuah pelayanan tidak lepas dari kesopanan dalam menghadapi pelanggan, seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Ali-Imran ayat 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya."[62]

[62] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan* Terjemahan...,hal.280

Pelayanan memiliki empat karakteristik utama, yaitu:[63]

a) *Intangibility*, pelayanan tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian.
b) *Inseparability*, pelayanan biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, sehingga hubungan antara pembeli dan penerima pelayanan menjadi penting dalam pemasarannya.
c) *Variability*, pelayanan mudah sekali berubah-ubah atau tidak konsisten tergantung siapa pemberi jasa, kapan dan dimana diberikan.
d) *Pherishability*, pelayanan tidak dapat disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan, karena meyebabkan pelayanan tidak tahan lama.

4. Dimensi Pelayanan

Pasuraman menyatakan terdapat lima dimensi pelayanan yaitu:[64]

a) *Tangible* yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
b) *Realibility* yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
c) *Responsiveness* yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi.

[63]E. Catur Rismiati dan Bondan Suratno,*Pemasaran Barang dan Jasa*,(Yogyakarta: Kanisius, 2001), hal.27

[64]Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*...,hal.182

d) *Assurance* yaitu pengetahuan, sopan santun dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan terhadap perusahaan.

e) *Emphaty* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat inividual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

5. Karakteristik Kualitas Pelayanan

Jasa memiliki empat karakteristik utama, yaitu tidak berwujud (intangibility), tidak terpisah (inseparibility), bervariasi (variability), dan mudah lenyap (perishability).[65]

a. Tidak Berwujud (Intangibility)

Sifat jasa tak berwujud (service intangibility) artinya jasa tidak dapat dilihat, diraba, dirasakan, dicium atau didengar sebelum dibeli.

b. Tidak Terpisah (*Inseparibility*)

Barang fisik diproduksi, kemudian disimpan, selanjutnya dijual, dan baru nantinya dikonsumsi. Sebaliknya, jasa dijual dulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi bersamaan.

c. Bervariasi (Variability)

Jasa bersifat sangat beraneka ragam karena merupakan monstandardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas

[65] Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, (Jakarta:Ghalia Indonesia. 2005), hal.77

dan jenis, tertanggung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut dihasilkan.

d. Mudah Lenyap (Perishability)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Permintaan pelanggan akan jasa umumnya sangat bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman.

Perusahaan harus menetapkan beberapa strategi untuk menghasilkan kesesuaian yang lebih baik antara permintaan dan penawaran dalam bisnis jasa seperti berikut:[66]

a. Disisi permintaan
   1) Penetapan harga diferensial akan menggeser sejumlah permintaan dari periode sibuk ke periode tidak sibuk.
   2) Mengusahakan permintaan untuk periode yang tidak sibuk. Jasa pelengkap dan dikembangkan selama jam sibuk untuk memberi alternatif bagi pelanggan yang menunggu.
   3) Sistem pemesanan adalah cara untuk mengelola tingkat permintaan.

b. Disisi penawaran
   1) Karyawan paruh waktu dapat digunakan untuk melayani permintaan yang tinggi.
   2) Rutinitas efisiensi jam sibuk dapat diperkenalkan. Karyawan hanya melakukan tugas-tugas penting selama periode sibuk.

[66] Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*,... hal.79

3) Meningkatkan partisipasi konsumen dalam tugas.

4) Berbagai jasa dapat dikembangkan.

5) Fasilitas untuk perluasan di masa depan dapat dikembangkan.

Untuk mencapai tingkat kepuasan nasabah, maka pelaku yang bertugas melayani harus memenuhi empat kriteria pokok. Diantaranya adalah sebagai berikut:[67]

a. Tingkah laku yang sopan,
b. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan,
c. Waktu menyampaikan yang tepat,
d. Keramahtamahan.

Ada tiga hal penting dalam proses layanan, diantaranya yaitu sebagai berikut:[68]

1. Penyedia Layanan

Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa-jasa.

2. Penerima Layanan

Penerima layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari para penyedia layanan.

[67] Hessel Nogi S. Tangkilisin, *Manajemen Publik*…., hal. 209
[68] Atep, Adya, Barata,*Dasar-Dasar Pelayanan Prima*,(Jakarta:PT Gramedia, 2003), hal. 9

3. Jenis Layanan

Jenis layanan dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam. Antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan: pemberian jasa-jasa saja, layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang-barang jasa, dan layanan ganda yang berkaitan dengan kedua-duanya.

D. Kepuasan

1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dari harapannya. Nasabah adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dan akan memberikan pengaruh pada performasi perusahaan.[69]

Kepuasan dalam Islam dapat dicapai dengan pelayanan yang baik yaitu lemah lembut terhadap nasabah seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat 157 yang berbunyi

وَلَئِن قُتِلْتُمْ فِى سَبِيلِ ٱللَّهِ أَوْ مُتُّمْ لَمَغْفِرَةٌ مِّنَ ٱللَّهِ وَرَحْمَةٌ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ

Artinya: Dan sungguh kalau kamu gugur di jalan Allah atau meninggal, tentulah ampunan Allah dan rahmat-Nya lebih baik (bagimu) dari harta rampasan yang mereka kumpulkan.[70]

[69] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 1997),hal.36
[70] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan* Terjemahan...,hal.134

Kepuasan nasabah menurut Oliver yaitu penilaian nasabah terhadap penampilan dan kinerja barang atau jasa, apakah dapat memenuhi tingkat keinginan dan tujuan pelanggan ataupun sebaliknya, sedangkan menurut Enggel merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah.[71]

Berdasarkan berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan anggota merupakan tanggapan perilaku terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya dibandingkan dengan harapan terhadap produk atau jasa. Anggota yang merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan, maka nasabah tidak akan berpindah ke bank lain untuk mempercayakan keuangannya, dan bahkan nasabah akan menceritakan kepada orang lain untuk ikut menabung di bank yang sama. Umumya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang akan diterimanya apabila ia membeli suatu produk baik berupa barang atau jasa, sehingga sebelum konsumen membeli suatu produk ia sudah mempunyai harapan atas kualitas produk yang akan didapat.[72]

[71] Philip Kotler, dkk, Dasar-Dasar Pemasaran, (Jakarta: Indonesia, 1996), hal.46
[72] Ibid., hal.53

2. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kotler mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:[73]

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada para pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan, informasi yang diperoleh dapat memberikan ide-ide baaru dan masukan yang berharga bagi perusahaan.

b. Ghost Shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan dan bersikap sebagai pelanggan dan pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing, kemudian melaporkan temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk dari keduanya berdasarkan pengalamannya.

c. Analisa pelanggan yang hilang

Perusahaan menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau yang pindah ke bank lain agar dapat memahai mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil solusi perbaikan selanjutnya.

[73] Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*.., hal.7

d. Survei kepuasan pelanggan

Perusahaan yang bertanggung jawab mengukur secara langsung kepuasan pelanngan dengan mengadakan survei yang teratur untuk mengetahui seberapa puas pelanggan dengan produk yang diberikan perusahaan.

3. Faktor-faktor pendukung kepuasan anggota

Irawan mengemukakan terdapat 5 faktor komponen yang dapat mendorong kepuasan anggota, yaitu:[74]

a. Kualitas produk, menyangkut lima elemen yaitu *performance, reability, conformance, durability dan consistency*. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan jasa yang bank gunakan berkualitas.
b. Kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas apabila pelayanannya bersifat baik dan sesuai dengan yang diharapkan.
c. Faktor emosional, pada saat menggunakan produk yang berhubungan dengan gaya hidup, kepuasan didasari atas rasa bangga, percaya diri, simbol sukses dan sebagainya.
d. Harga, komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relatif besar, harga yang terjangkau akan memberikan kepuasan bagi pelanggan.
e. Kemudahan, komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila

[74] Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*.., hal.17

relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan

4. Strategi Kepuasan Anggota

Perusahaan, pada umumnya menerapkan strategi bisnis kombinasi antara strategi ofensif dan defensif. Dengan menerapkan strategi ini, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar, penjualan, dan jumlah pelanggannya. Perhatian perusahaan umumnya lebih banyak dicurahkan pada strategi ofensif. Apabila perusahaan hanya memperhatikan strategi ofensif dan mengabaikan strategi defensif, maka kelangsungan hidup perusahaan akan terancm. [75]

Strategi defensif meliputi usaha mengurangi kemungkinan *customer exit* dan beralihnya pelanggan ke perusahaan lain. Tujuan strategi defensif ini adalah untuk meminimalisasi *customer turnover* atau memaksimalkan *customer retention* dengan melindungi produk dan pasarnya dari serangan pesaing. Salah satu cara untuk mencapai tujuan ini adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan yang sekarang.[76]

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu.

---

[75] Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*.., hal 27
[76] Ibid.., hal 38

Penelitian Rochmaniah[77], yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan pada BMT Tulungagung, dalam Penelitian ini digunakan metode angket, observasi dan dokumentasi. Angket digunakan untuk memperoleh data tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah yang digunakan sebagai sampel penelitian. Sedangkan metode observasi dan dokumentasi digunakan untuk menggali data tentang populasi dan sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Ada hubungan negatif yang tidak signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah. Hasil hitung menggunakan taraf signifikan 5% ternyata nilai kualitas pelayanan lebih besar, dengan demikian hipotesis pertama ditolak (2) Ada hubungan positif yang signifikan antara kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah. Hasil hitung menggunakan taraf signifikan 5% ternyata nilai kepuasan nasabah lebih kecil, dengan demikian hipotesis kedua diterima (3) Ada hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas nasabah. Hasil hitung menggunakan taraf signifikan 5% ternyata nilai kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah lebih kecil, dengan demikian hipotesis ketiga ditolak. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama membahas kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, sedangkan perbedaan penelitian ini

[77] Ana Rochmaniah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan pada BMT Tulungagung,* (Tulungagung: IAIN Tulungagung)

terdapat pada faktor loyalitas, peneliti terdahulu meneliti loyalitas nasabah sedangkan peneliti yang sekarang meneliti loyalitas karyawan.

Penelitian Rifa'i,[78] yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan pada BMT Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metode angket dan interview. Angket digunakan untuk memperoleh data tentang religiusias, motivasi kerja dan loyalitas kerja karyawan dan interview untuk menggali data tentang populasi, sampel, sarana dan prasarana yang ada di BMT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara religiusitas terhadap loyalitas kerja karyawan dengan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 4,074 dengan taraf signifikansi 0,000. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak Ho dan menerima Ha. Hasil penelitian juga menunjukkan ada pengaruh antara motivasi kerja terhadap loyalitas kerja karyawan dengan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,115 dengan taraf signifikansi 0,000. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak Ho dan menerima Ha. Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa motivasi kerja mempunyai pengaruh yang lebih besar untuk mempengaruhi loyalitas kerja dengan pengaruh religiusitas terhadap loyalitas kerja. Hal ini terbukti dari hasil uji hipotesis motivasi kerja (H2) 5,115 lebih besar

[78] Muhammad Rifa'i, *Pengaruh Religiustas dan Motivasi Kerja terhadap Loyalitas Kerja Karyawan BMT Harapan Umat Tulungagung dan BMT Istoqomah Tulungagung,* (Tulungagung: IAIN Tulungagung

dari uji hipotesis religiusitas (H1) 4,074. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama membahas Loyalitas Karyawan, perbedaan penelitian ini yaitu pada peneliti terdahulu meneliti pengaruh religiusitas dan motivasi kerja sedangkan peneliti yang sekarang meneliti kualitas pelayanan.

Penelitian Dycky Widyantoro[79] yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) ASRI Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metode angket, dokumentasi, dan instrument penelitian. Angket digunakan untuk memperoleh data tentang kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah di LKS ASRI Tulungagung yang digunakan sebagai sampel penelitian. Sedangkan metode dokumentasi dan instrument penelitian digunakan untuk menggali data tentang populasi, sampel, sarana dan prasarana. Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syariah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah LKS ASRI Tulungagung. Terlihat nilai F-hitung > F-tabel (31,268 > 3,25) maka menolak Ho dan menerima Ha. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan *(X1)* dan Penerapan Prinsip-prinsip syariah *(X2)* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah *(Y).* Dengan ini variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 60,8%,

[79] Dycky Widyantoro, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-prinsip Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) ASRI Tulungagung,* (Tulungagung: IAIN Tulungagung)

sedang sisanya sebesar 39,2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini. Dari hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan(X1) (Jaminan, kehandalan, fisik nyata, perhatian, daya tanggap), berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Jadi, pelayanan yang diterapkan oleh Lembaga Keuangan Syariah (LKS) ASRI tulungagung adalah kurang baik. Xvi, hal ini berarti bahwa citra kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen atau nasabah, konsumenlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menetukan kualitas pelayanan. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama membahas Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah, perbedaan penelitian ini terdapat pada peneliti terdahulu yang meneliti penerapan prinsip-prinsip syariah sedangkan peneliti sekarang meneliti loyalitas karyawan.

Penelitian Khoiriyah,[80] yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Margin terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah UMKM di KSPPS Tunas Artha Mandiri Nganjuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis analisis asosiatif. Penelitian ini menggunakan metode angket. Angket digunakan untuk memperoleh data tentang kualitas pelayanan dan biaya administrasi yang digunakan sebagai sampel. Sedangkan metode dokumentasi

[80] Binti Khoiriyah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Mentari Ngunut Tulungagung,* (Tulungagung: IAIN Tulungagung)

digunakan untuk menggali data tentang populasi, sampel. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan regresi linier berganda, dari hasil analisis menyatakan bahwa, (1) secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, (2) xiv secara parsial biaya administrasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, (3) secara simultan kualitas pelayanan, dan biaya administrasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.[81] Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama membahas kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, perbedaan penelitian ini yaitu pada peneliti terdahulu meneliti biaya administrasi sedangkan peneliti sekarang meneliti loyalitas karyawan.

Penlitian Suciati,[82] yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Margin terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah UMKM di KSPPS Tunas Artha Mandiri Nganjuk." Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan jumlah sampel 83 dari 484 populasi. Metode kuesioner pada penelitian ini adalah metode kuesioner tertutup. Analisis data penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan

[81] Binti Khoiriyah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Mentari Ngunut Tulungagung,* (Tulungagung: IAIN Tulungagung)

[82] Dewi Suciati *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Margin terhadap Kepuasan Anggota pada Pembiayaan Murabahah UMKM di KSPPS Tunas Artha Mandiri Nganjuk,* (Tulungagung: IAIN Tulungagung)

bahwa (1) kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah UMKM memiliki pengaruh yang positif signifikan. (2) Hasil penelitian tingkat margin terhadap kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah UMKM memiliki pengaruh yang positif signifikan. (3) Hasil penelitian yang dilakukan secara bersama-sama juga memiliki pengaruh yang positif signifikan. Berdasarkan hasil yang telah diuji bahwa kualitas pelayanan dan tingkat margin menentukan kepuasan anggota pada pembiayaan murabahah UMKM. Karena elemen-elemen tersebut saling berhubungan. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama membahas Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota, perbedaan penelitian ini yaitu pada peneliti terdahulu meneliti tingkat margin sedangkan peneliti sekarang meneliti loyalitas karyawan.

Penelitian Aprilya[83] yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan J.Co cabang Padang. Pengambilan sampel menggunakan rumus William G. Cochran, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* (kebetulan). Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah kuisioner. Teknik analisis data adalah analisis regresi berganda. Uji hipotesis dengan menggunakan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

[83] Viona Aprilya, *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan J.Co Cabang Padang*, (Padang: Universitas Negeri Padang)

(1) keandalan (*reliability*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) daya tanggap (*responsiveness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3) jaminan (*assurance*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (4) empati (*emphaty*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan (5) bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan penelitian ini terletak pada hasil yang tidak signifikan pada faktor keandalan dan daya tanggap, sedangkan berbedaan penelitian ini terletak pada teknik pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling,* sedangkan peneliti yang sekarang menggunakan teknik *random sampling.*

Penelitian Ronald[84] yang bertujuan untuk mengetahui Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado. Metode penelitian adalah asosiatif, populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian mobil Toyota Avanza Veloz selama periode tahun 2012 sebanyak 398. Sampel yang digunakan 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel yaitu simple random sampling.

Hasil analisis secara bersama bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan secara parsial, harga, promosi, dan orang (*people*), tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Bagi pihak manajemen Toyota Avanza Veloz, sebaiknya

[84] Valdy Ronald Wowor, Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz, (Manado:PT. Hasjrat Abadi Manado, 2013)

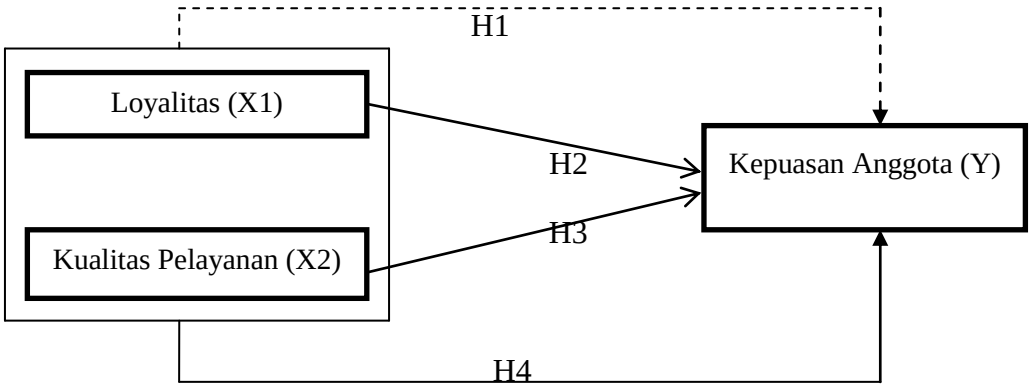
manajemen perusahaan berupaya untuk meningkatkan nilai harga, promosi, dan orang (People), sehingga dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen. Persamaan penelitian ini terdapat pada hasil yang tidak signifikan pada faktor promosi, perbedaan penelitian ini terletak pada obyek penelitian, yaitu menggunakan konsumen pengguna mobil sedangkan peneliti yang sekarang menggunakan anggota BMT Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung.

F. Kerangka Berfikir

Variabel Loyalitas Karyawan (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), secara skematis digambarkan seperti pada gambar di bawah ini:

Kerangka Konseptual

Gambar 2.1



Keterangan:

- - - - - - - → : Penelitian melalui analisis faktor

——————→ : Penelitian melalui regresi linier berganda

Penelitian ini hanya akan menggali data berupa informasi Faktor-Faktor Loyalitas dan Kualitas Pelayanan yang Dipertimbangkan dalam Mewujudkan Kepuasan Anggota di BMT Pahlawan Tulungagung Cabang Gondang.

1. Pengaruh loyalitas terhadap kepuasan anggota yang di dasarkan pada teori Hurriyati.[85] serta di landaskan pada penelitian terdahulu Kurnia. [86]
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang di dasarkan pada teori Kotler dan Keller,[87] serta di landaskan pada penelitian terdahulu Hastuti.[88]
3. Pengaruh loyalitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang di dasarkan pada teori Pratiwi[89], serta di landaskan pada penelitian terdahulu Guspul, et al[90].

[85] Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen,...*

[86] Dendy Kurnia, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah, Nilai Bagi Nasabah, dan Reputasi Perusahaan Pada Bank BUMN,2016*

[87] *Philip kotler dan kevin lane keller, manajemen pemasaran*, (PT Gelora Aksara Pratama,2009), hal.143

[88] Hastuti, T. (2013). *Kualitas Pelayanan dan Pola Bagi Hasil terh adap Kepuasan Nasabah Penyimpan pada Bank Syariah,...*

[89] Ni Putu Lenny Pratiwi dan Ni Ketut Seminari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah*

[90] Ahmad Guspul dan Awaludin Ahmad, *Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Wnosobo*,2014