

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Customer Service*

1. *Pengertian Customer Service*

Pelayanan nasabah dapat diberikan oleh berbagai pihak baik *customer service*, *teller* atau kasir. Namun, istilah *customer service* digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus melayani nasabah dengan nama *customer service*.²² Seperti kita ketahui bahwa sebagai lembaga keuangan, koperasi syariah memiliki tugas memberikan jasa-jasa keuangan. Oleh karena itu, koperasi syariah harus dapat menjaga kepercayaan dari anggotanya. Kepercayaan sangat penting, karena tanpa kepercayaan mustahil koperasi dapat hidup dan berkembang.

Customer Service secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer Service* memegang peranan yang sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang CS adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang

²²Kasmir, *Etika Customer Service...*, hal. 179

bersangkutan dengan berbagai cara. CS juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.²³

2. Fungsi dan Tugas *Customer Service*

Banyak nasabah yang masih beranggapan bahwa *customer service* (CS) itu adalah sebagai pusat informasi, padahal kenyataannya *customer service* ini juga memberikan pelayanan jasa-jasa perbankan. Untuk dapat menduduki jabatan ini ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi antara lain, memiliki pengetahuan luas tentang masalah-masalah yang berhubungan dengan masalah perbankan, harus aktif mengetahui semua informasi yang sedang terjadi diluar perusahaan, harus memiliki sifat bijaksana, tanggap, setia, dan ramah pada setiap nasabah.

Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Kemudian *customer service* harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.²⁴

Dalam praktiknya fungsi *customer service* adalah sebagai resepsionis, sebagai deskman, sebagai salesman, sebagai customer relation officer, sebagai komunikator.²⁵ Dan tugas seorang *customer service* yang sesuai dengan fungsinya tersebut adalah sebagai berikut:

²³Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hal. 201

²⁴*Ibid.*, hal. 202

²⁵*Ibid.*, hal. 203

a. Sebagai Resepsionis

Dalam hal ini, *customer service* bertugas menerima tamu atau nasabah yang datang ke bank dengan ramah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. Dalam hal ini *customer service* harus selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam, misalnya “selamat pagi/siang/sore” sesuai dengan kondisi.²⁶

b. Sebagai Deskman

Sebagai deskman, tugas *customer service* juga harus menyiapkan berbagai brosur dan formulir untuk kepentingan nasabah. Kemudian menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi sesuai dengan transaksi yang ia lakukan.²⁷

c. Sebagai Salesman

Sebagai salesmen, tugas *customer service* bank adalah berusaha sekuat tenaga menjual produk perbankan. Tugas lainnya adalah melakukan *cross selling* terhadap penjualan yang dilakukan. Sebagai penjual, *customer service* mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru. Berusaha membujuk nasabah yang baru serta berusaha mempertahankan nasabah yang lama.²⁸

²⁶Kasmir, *Etika Customer Service...*, hal.191

²⁷*Ibid.*, hal. 191

²⁸*Ibid.*, hal. 191

d. Sebagai Customer Relation Officer

Dalam hal ini, tugas seorang *customer service* berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari Bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.²⁹

e. Sebagai Komunikator

Tugas *customer service* yang terakhir adalah sebagai komunikator yaitu mengkomunikasikan kepentingan bank dengan kepentingan nasabah. Mungkin ada komunikasi yang terputus-putus atau tersendat yang perlu diperbaiki. Komunikasi penting karena akan dapat mempererat hubungan antara nasabah dengan bank.³⁰

3. Peranan *Customer Service*

Customer service berperan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada nasabah yang ingin bertransaksi dengan bank. Secara umum, peranan *customer service* bank adalah sebagai berikut :

- a. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- b. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah

²⁹Mugi Rahardjo, *Pemasaran Lembaga Keuangan/Perbankan*. (Surakarta: LPP UNS dan UNS Press, 2009), hal. 75

³⁰Kasmir, *Etika Customer Service...*, hal. 191

kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.³¹

Seorang *customer service* dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan diembannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah. Dasar-dasar pelayanan perlu dikuasai oleh seorang *customer service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam. Ada beberapa dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami, sebagai berikut :

a. Berpakaian dan berpenampilan rapih dan bersih

artinya petugas *customer service* harus mengenakan baju dan celana yang sepadang dengan kombinasi yang menarik. *Customer service* juga harus berpakaian necis tidak kumal dan baju lengan panjang jangan digulung. Terkesan pakaian yang dikenakan benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam jika petugas CS diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.³²

b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum

dalam melayani nasabah petugas *customer service* tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Petugas *customer service* juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah petugas *customer service* haruslah murah

³¹*Ibid.*, hal. 181

³²Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal. 279

senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.³³

- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal

Pada saat nasabah datang petugas *customer service* harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang dapat kami bantu.³⁴

- d. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan

Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati tamu serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.³⁵

- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar

artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan Bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.³⁶

³³Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hal. 205

³⁴*Ibid.*, hal. 205

³⁵*Ibid.*, hal. 205

³⁶*Ibid.*, hal. 206

f. Bergairah

dalam melayani pelanggan, seorang CS hendaknya menunjukkan pelayanan yang prima, seolah-olah memang sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan pelanggan.³⁷

g. Jangan menyela

Pada saat pelanggan sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan pelanggan. Kalau terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.³⁸

h. Mampu meyakini pelanggan

Seorang *customer service* harus mampu meyakinkan pelanggan dengan aguman-agumen yang masuk akal. Petugas *customer service* juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikannya.³⁹

i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan

Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh *customer service*, maka harus meminta bantuan petugas yang mampu.⁴⁰

³⁷Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal. 280

³⁸*Ibid.*, hal. 280

³⁹*Ibid.*, hal. 281

⁴⁰*Ibid.*, hal. 281

j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani

Artinya jika pada saat tertentu, petugas *customer service* sibuk dan tidak dapat melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik.⁴¹

Dalam melayani nasabah sangat diperlukan berbagai sikap *customer service* yang mampu menarik minat nasabah dalam berhubungan dengan *customer service*. Beberapa sikap yang harus diteladani oleh seorang *customer service* adalah:

a. Beri kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya

dalam hal ini petugas *customer service* harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.⁴²

b. Dengarkan baik-baik

Selama nasabah mengemukakan pendapatnya dengar dan simak baik-baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan.⁴³

c. Tidak menyela pembicaraan

Sebelum pelanggan selesai bicara petugas *customer service* dilarang memotong atau menyela pembicaraan. Usahakan

⁴¹Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hal. 206

⁴²*Ibid.*, hal. 208

⁴³*Ibid.*, hal. 208

menanggapi pelanggan jika sudah benar-benar selesai bicara sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya.⁴⁴

d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah berbicara,

Pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat dan jelas.⁴⁵

e. Jangan marah dan jangan mudah tersinggung

Cara bicara, sikap atau nada bicara jangan sekali-kali menyinggung nasabah. Kemudian *customer service* jangan mudah marah terhadap nasabah yang bertemperamen.⁴⁶

f. Jangan mendebat nasabah

Jika ada hal-hal yang kurang disetujui usahakan beri penjelasan sopan dan jangan sekali-kali berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh nasabah.⁴⁷

g. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu bersikap tenang

Dalam melayani nasabah sikap sopan santun, ramah tamah harus selalu dijaga. Begitu pula dengan emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.⁴⁸

⁴⁴Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal. 283

⁴⁵Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hal. 208-209

⁴⁶*Ibid.*, hal. 209

⁴⁷*Ibid.*, hal. 209

⁴⁸*Ibid.*, hal. 209

h. Jangan menangani hal-hal yang bukan wewenangnya

Seorang *customer service* sebaiknya tidak menangani hal-hal atau tugas-tugas yang bukan merupakan pekerjaannya atau wewenangnya. Serahkan kepada petugas yang berhak, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.⁴⁹

i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu

Pelanggan yang datang ke perusahaan pada prinsipnya ingin dibantu. Oleh karena itu, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa memang kita ingin membantu pelanggan.⁵⁰

B. Loyalitas

1. Pengertian loyalitas

Loyalitas berasal dari kata dasar “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan.⁵¹ Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Usaha untuk memperoleh nasabah yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan,

⁴⁹Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal. 284

⁵⁰*Ibid.*, hal. 284

⁵¹Tim Penyusun Kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia...*,

mulai dari mencari nasabah potensial sampai memperoleh rekan kerja sama.⁵²

loyalitas nasabah atau pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.⁵³

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.

2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Adapun pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*)
- b. Membeli diluar lini produk atau jasa (*purchases across product and service lines*).
- c. Mereferensikan produk perusahaan kepada orang lain (*Refers other*).

⁵²<http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/11/10/definisi-loyalitas-pelanggan/>, diakses 20 Maret 2019

⁵³Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen...*, hal. 129

- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing
(*Demonstrates an immunity to the fullof the competition*).⁵⁴

3. Tahapan Loyalitas

Untuk menjadi nasabah yang mempunyai sifat loyal terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui oleh nasabah. Secara sederhana saat nasabah membeli produk, nasabah harus mempunyai suatu keyakinan dalam dirinya tentang produk tersebut. tahapan loyalitas terbagi menjadi enam tahap, yaitu:

- a. *Suspect* meliputi semua orang yang diyakini akan membeli (membutuhkan) barang atau jasa, tetapi belum memiliki informasi tentang barang atau jasa perusahaan.
- b. *Prospect* adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu, dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Pada tahap ini, meskipun mereka belum melakukan pembelian tetapi telah mengetahui keberadaan perusahaan dan jasa yang ditawarkan melalui rekomendasi pihak lain (*word of mouth*).
- c. *Customer* pada tahap ini pelanggan sudah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan, tetap tidak mempunyai perasaan positif terhadap perusahaan loyalitas pada tahap ini belum terlihat.
- d. *Clients* meliputi semua pelanggan yang telah membeli barang atau jasa yang dibuthkan dan ditawarkan perusahaan secara teratur,

⁵⁴*Ibid.*, hal. 130

hubungan ini berlangsung lama, dan mereka telah memiliki sifat retention.

- e. *Advocates* pada tahap ini, clients secara aktif mendukung perusahaan dengan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau membeli barang atau jasa perusahaan tersebut.
- f. *Partners* pada tahap terakhir ini telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan, pada tahap ini pula pelanggan berani menolak produk atau jasa dari perusahaan lain.⁵⁵

C. Anggota

1. Pengertian Anggota

Koperasi merupakan payung hukum yang cukup kuat bagi BMT sebagaimana dituangkan dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 1992, dimana didalam UU tersebut dikaitkan badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan usaha. Dalam hal ini, karena BMT merupakan badan dibawah payung hukum koperasi, maka setiap orang yang terkait dan berurusan dengan lembaga BMT atau seajarnya dikenal dengan sebutan anggota.

Anggota adalah orang-orang/ badan hukum koperasi yang mempunyai kepentingan ekonomi yang sama sebagai pemilik dan sekaligus pengguna jasa, berpartisipasi aktif untuk mengembangkan

⁵⁵*Ibid.*, hal. 132

usaha lembaga (koperasi) dan syarat-syarat lain yang ditentukan dalam anggaran dasar serta terdaftar dalam buku daftar anggota.⁵⁶

2. Jenis-jenis anggota

Setiap anggota memiliki peran yang berbeda, untuk dapat mengetahui peran tersebut dapat dilihat berdasarkan jenis dari anggota.

Berikut merupakan penjelasan dari 3 (tiga) jenis anggota:

a. Anggota penuh (tetap)

Anggota yang mempunyai hak suara, artinya telah memenuhi syarat-syarat keanggotaan sesuai yang di tentukan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku dan telah membubuhkan tanda tangannya dalam buku daftar anggota.

b. Anggota Tidak Tetap

Anggota yang mendaftarkan diri setelah lembaga berdiri dengan membayar simpanan pokok, namun belum sepenuhnya membayar simpanan wajib, bisa masuk dan keluar setiap saat. Mereka masuk untuk menanamkan modal (simpanan pokok khusus), atau menyimpan atau menabung atau memperoleh pelayanan pembiayaan dan atau juga untuk membayar dan menerima zakat, infaq dan shodaqah dari lembaga.

c. Anggota Luar Biasa (Kehormatan)

Anggota luar biasa atau anggota kehormatan adalah orang yang mempunyai kepedulian dan jasa untuk ikut serta memajukan

⁵⁶Andriani Septika, *Mengenal Uang dan Lembaga Keuangan...*, hal. 61

lembaga namun mereka tidak bisa ikut secara penuh sebagai anggota. Seseorang dapat menjadi anggota luar biasa dari suatu lembaga bilamana yang bersangkutan adalah warga negara yang mampu melakukan tindakan hukum tetapi belum sepenuhnya dapat memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Anggaran Dasar. Anggota luar biasa mempunyai hak bicara tetapi tidak mempunyai hak memilih dan dipilih untuk menjadi pengurus dan pengawas. Anggota luar biasa berhak atas Sisa Hasil Usaha (SHU) sesuai dengan keputusan rapat anggota.⁵⁷

3. Hak sebagai Anggota

Hak sebagai anggota tidak dapat dipisahkan dengan kewajibannya. Kewajiban sebagai anggota diantaranya adalah:

- a. Mematuhi anggaran dasar dan anggaran rumah tangga serta
- b. keputusan lain yang telah disepakati dalam rapat anggota.
- c. Berpartisipasi dalam kegiatan usaha yang diselenggarakan oleh lembaga koperasi / BMT.
- d. Membayar Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib.
- e. Mengembangkan dan memelihara kebersamaan berdasarkan atas asas kekeluargaan antara lain dengan cara: memberikan kritik dan saran pada pengurus baik di dalam maupun di luar rapat anggota

⁵⁷*Ibid.*, hal. 63

serta memberikan dukungan sepenuhnya kepada pengurus dalam menjalankan keputusan rapat anggota.⁵⁸

D. *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT)

1. Definisi *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT)

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) adalah kependekan dari Badan Usaha Mandiri Terpadu atau, yaitu Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.⁵⁹

Baitul Maal wat Tamwil berasal dari kata *baitul* (rumah), *Maal* (harta), dan *Tamwil* (usaha) jadi pengertian umum dari *Baitul Maal wat Tamwil* adalah rumah pengumpulan harta dan mempunyai peran sosial dalam aktifitasnya. Dalam perkembangan saat ini memang sudah semakin banyak lembaga bisnis yang memiliki kegiatan sosial, namun kegiatan sosial biasanya hanya menjadi pelengkap dari aktivitas bisnisnya atau sekedar memenuhi tuntutan lingkungan sosialnya, dalam keadaan ini sudah dapat dipastikan bahwa pengelolaan dan manajemennya tidak akan bisa maksimal.

Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkannya pada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Namun demikian, terbuka luas bagi BMT untuk

⁵⁸*Ibid.*, hal. 64

⁵⁹Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 315

mengembangkan lahan bisnisnya pada sector riil maupun sector keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank. Karena BMT bukan lembaga bank, jadi tidak tunduk pada aturan perbankan.⁶⁰

Secara kelembagaan BMT didampingi atau didukung Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK). Keberadaan BMT merupakan representasi dari kehidupan masyarakat dimana BMT itu berada, dengan jalan ini BMT mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat. Peran umum BMT yang dilakukan adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syariah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil yang serba cukup, ilmu pengetahuan ataupun materi maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat.⁶¹

2. Ciri-ciri Baitul *Maal wat Tamwil* (BMT)

Adapun ciri secara umum BMT adalah sebagai berikut:

- a. Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota masyarakat.

⁶⁰Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil* (BMT). (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal. 126

⁶¹Heri Sudarso, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hal. 121

- b. Bukan lembaga sosial, tetapi bermanfaat untuk mengefektifkan penggunaan dana sosial serta menyelenggarakan kegiatan pendidikan.
- c. Ditumbuhkan dari bawah berlandaskan peran serta masyarakat sekitar.
- d. Milik bersama masyarakat kecil dari lingkungan BMT, bukan milik perseorangan atau orang dari luar masyarakat.⁶²

3. Tujuan, Visi, Misi dan Peran *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT)

Lahirnya BMT bertujuan untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Sedangkan visi BMT yaitu menjadi lembaga keuangan yang mandiri, sehat, dan kuat yang kualitas ibadah anggotanya meningkat sehingga mampu berperan menjadi wakil pengabdian Allah untuk memakmurkan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya. Misi BMT yaitu mewujudkan gerakan pembebasan anggota dan masyarakat dari belenggu renternir, jerat kemiskinan dan ekonomi ribawi, gerakan pemberdayaan meningkatkan kapasitas dalam kegiatan ekonomi riil dan kelembagaannya menuju tatanan perekonomian yang makmur dan maju dan gerakan keadilan membangun struktur masyarakat madani yang adil, makmur, maju berlandaskan syariah dan ridha Allah SWT.⁶³

⁶²Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*. (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014), hal. 147

⁶³Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia...*, hal. 318

Dengan demikian, BMT mempunyai dua peran sekaligus. Pertama sebagai lembaga yang terbentuk atas inisiatif dari bawah, BMT melakukan fungsinya sebagai mobilisator potensi ekonomi masyarakat untuk dikembangkan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota. Dalam hal ini BMT berkedudukan sebagai organisasi bisnis. Kedua adalah fungsi BMT sebagai organisasi yang juga berperan sosial, yaitu menjadi perantara antara *Shahibul Maal* (orang yang mempunyai harta yang berlebihan) dengan *Dua'fa* (orang yang kekurangan harta) sebagai *Mudharib* (pengguna dana) terutama untuk pengembangan usaha produktif.

4. Fungsi *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT)

Dalam rangka mencapai tujuannya, *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) berfungsi:

- a. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong, dan mengembangkan potensi serta kemampuan potensi ekonomi anggota, kelompok anggota dan daerah kerjanya.
- b. Meningkatkan kualitas SDM anggota menjadi lebih profesional dan Islami sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global.
- c. Menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.

- d. Menjadi perantara keuangan antara agniya sebagai *shohibbul maal* dengan *du'afa* sebagai *mudharib*, terutama untuk dana-dana sosial seperti zakat, infaq, sedekah, wakaf, hibah, dll.
- e. Menjadi perantara antara pemilik modal (*shohibbul maal*), baik sebagai pemodal maupun penyimpan dengan pengguna dana (*mudharib*) untuk pengembangan usaha produktif.⁶⁴

5. Prinsip-prinsip dalam BMT

Dalam menjaga kepercayaan anggotanya BMT selalu berpegang teguh pada prinsip; dari, untuk dan kepada anggota, kebersamaan atau ukhuwah islamiah, mandiri, swadaya, musyawarah, semangat jihad, istiqomah dan profesional serta muamalat Islamiah.⁶⁵

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dalam kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip bagi hasil, sistem balas jasa, sistem profit, akad bersyariat dan produk pembiayaan.⁶⁶

a. Prinsip Bagi Hasil

Prinsip ini maksudnya adalah ada pembagian hasil dari pemberi pinjaman dengan BMT yakni dengan konsep *Mudharabah, Musyarakah, Muzara'ah dan Al-Musaqoh*.

b. Sistem Balas Jasa

Sistem ini merupakan sistem tata cara jual beli, dalam pelaksanaannya BMT mengangkat nasabah sebagai agen yang

⁶⁴Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil (BMT)*..., hal. 131

⁶⁵Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*..., hal. 146

⁶⁶Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*. (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), hal. 24

diberi kuasa pembeli barang atas nama BMT, dan bertindak sebagai penjual dengan ditambah *mark up*. Keuntungan BMT nantinya akan dibagi kepada penyedia dana. Sistem balas jasa yang dipakai adalah *Ba'l Murohabah*, *Bai' as-Salam*, *Bai'al-Istishna*, dan *Bai' Bitsaman Ajil*.

c. Sistem Profit

Sistem ini merupakan pelayanan yang bersifat sosial dan non komersial, nasabah cukup mengembalikan pokok pinjamannya saja.

d. Akad Bermasyarakat

Merupakan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih yang masing-masing pihak mengikutsertakan modal dengan perjanjian pembagian keuntungan/kerugian yang disepakati. Konsep yang dipakai *Musyarakah* dan *Mudharabah*.

e. Produk Pembiayaan

Penyediaan uang dan tagihan berdasarkan persetujuan/kesepakatan pinjam-meminjam BMT dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi hutangnya beserta bagi hasil setelah jangka waktu tertentu. Pembiayaan tersebut adalah *Al-Murabahah* (MBA), *Al-Bai' Bitsaman Ajil* (BBA), *Al-Mudharabah* (MDA) dan *Al-Musyarakah* (MSA).⁶⁷

⁶⁷*Ibid.*, hal. 24-25

E. *Baitut Tamwil Muhammadiyah* (BTM)

1. Definisi *Baitut Tamwil Muhammadiyah* (BTM)

BTM adalah kependekan *Baitut Tamwil Muhammadiyah*, yaitu Lembaga Keuangan Mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah artinya, semua transaksi keuangan dilakukan dengan akad sesuai syariat Islam. Sedangkan kedudukan lembaga keuangan tersebut merupakan Amal Usaha Ekonomi Muhammadiyah.⁶⁸

Menurut bahasa, *Baitut Tamwil* berasal dari gabungan dua pengertian, yaitu *Baitut* yang artinya rumah dan *Tamwil* (pengembangan harta kekayaan) yang asal katanya *Maal* atau harta. Secara keseluruhan *Baitut Tamwil* dimaknai sebagai tempat untuk mengembangkan usaha atau tempat untuk mengembangkan harta kekayaan. Pengertian dua suku kata itulah yang kemudian digunakan sebagai penamaan untuk lembaga keuangan mikro, yaitu berfungsi sebagai lembaga pemberdayaan pedagang.⁶⁹

BTM dibangun dengan mengambil konsep dasar *Baitul Maal wat Tamwil*, yang merupakan gabungan antara *Baitut Tamwil*, unit yang menjalankan pembiayaan secara komersial dan *Baitul Maal*, unit yang menjalankan pembiayaan non komersial-sosial dengan dana yang bersumber dari titipan zakat, infaq dan shodaqoh. Pada BTM, bidang sosial ditiadakan karena di Muhammadiyah sudah lebih dulu ada

⁶⁸A. Djazuli, Yadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat, Sebuah Pengenalan...*, hal. 183

⁶⁹*Ibid.*, hal. 184

lembaga amil zakat. Namun demikian, mekanisme kerja BTM dengan lembaga amil zakat Muhammadiyah dapat disinergikan. Misalnya pengelolaan zakat, infaq dan sedekah untuk usaha produktif dikerjasamakan dengan BTM atau lembaga amil zakat dapat saja berkantor bersama dengan BTM supaya lebih hidup, dll.⁷⁰

F. Penelitian Terdahulu

1. Reni Mardiani

dengan judul “peranan *customer service* dalam menjaga loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung”. Tahun 2007, Universitas Padjadjaran Bandung. Rumusan Masalah: Bagaimana peranan *customer service* dalam menjaga loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung?. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan wawancara, observasi, dan studi literature. Objek observasi adalah bagian *customer service* PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung.

Hasil dari pengamatan yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa *customer service* memiliki peranan penting dalam usaha mempertahankan loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung. Maka *customer service* harus

⁷⁰*Ibid.*, hal. 5

dibekali dengan berbagai keahlian sebagai penunjang untuk menjadi *customer service* yang baik ketika melayani nasabah.⁷¹

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pelayanan *customer service* terhadap nasabah (pelanggan) dimana penelitiannya sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaan teknik pengumpulan datanya penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan studi literatur, Sedangkan penulis sendiri menggunakan interview atau wawancara, observasi dan dokumentasi.

2. Mela Diana Ari Cendani

dengan judul “Peran *Customer Service* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah pada PT. Bank Jatim (persero) tbk Kantor Cabang Malang”. Tahun 2008, Universitas Muhammadiyah Malang. Rumusan masalah: Bagaimana peran *customer service* dalam meningkatkan pelayanan kualitas terhadap nasabah khususnya nasabah pada Bank Jatim cabang Malang dan bagaimana strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah? Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi, observasi, dan interview. Analisis data menggunakan data kualitatif.

Hasil penelitian yang diteliti menyimpulkan bahwa peran *customer service* dalam meningkatkan kualitas nasabah adalah dengan meningkatkan pelayanan nasabah untuk memberikan kepuasan kepada

⁷¹Reni Mardiani, *Peranan Customer Service Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (persero) kantor cabang Bandung*, (Bandung: Skripsi Universitas Padjadjaran, 2007), hal. xv

para nasabah sehingga akan terjalin kerjasama yang selaras, seimbang dan harmonis. Serta strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah adalah melayani nasabah dengan selalu mengutamakan prinsip pelayanan prima dan mengajak calon nasabah yang lain.⁷²

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pelayanan *customer service* terhadap nasabah (anggota) dimana penelitiannya sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaannya pada objek penelitiannya dimana peneliti di PT. Bank Jatim (persero) tbk Kantor Cabang Malang Sedangkan penulis di BMT Istiqomah dan BTM Surya Madinah Tulungagung.

3. Sugiyatik

dengan judul, “Peranan *Customer service* (CS) PT Bank BRI Syaria’ah Kantor Cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah”. 2015, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember. Rumusan masalahnya adalah: Bagaimana Peranan *Customer service* (CS) PT Bank BRI Syari’ah Kantor Cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah, apa tugas *Customer service* (CS) PT Bank BRI Syari’ah Kantor Cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah, dan bagaimana upaya *Customer service* (CS) PT Bank BRI Syari’ah Kantor Cabang Jember dalam peningkatan

⁷²Mela Diana ari Cendani, *Peran Cutomer service Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah pada PT. Bank Jatim (persero) tbk kantor cabang malang*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2008), hal. xv

mutu pelayanan terhadap nasabah? Metode yang digunakan peneliti adalah kualitatif dengan jenis deskriptif, dan dalam menentukan subjek penelitian, menggunakan purposive sampling, teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) Peranan *Customer service* (CS) PT Bank BRI Syaria'ah Kantor Cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah ialah sangatlah vital karena dengan mutu pelayanan prima yang diberikan kepada nasabah mampu meningkatkan nasabah. 2) Tugas *Customer service* (CS) PT Bank BRI Syaria'ah Kantor Cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah ialah memberikan layanan dan informasi kepada nasabah atau calon nasabah mengenai produk untuk menunjang pemasaran BRI Syari'ah dan menerima, menginventarisir dan menindak lanjuti complain nasabah untuk dieskalasi dan ditindaklanjuti oleh pejabat yang berwenang. 3) Upaya *Customer service* (CS) PT Bank BRI Syaria'ah Kantor Cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah ialah selalu dituntut untuk memberikan beberapa pelayanan prima kecepatan, ketepatan, kenyamanan fisik atau psikis.⁷³

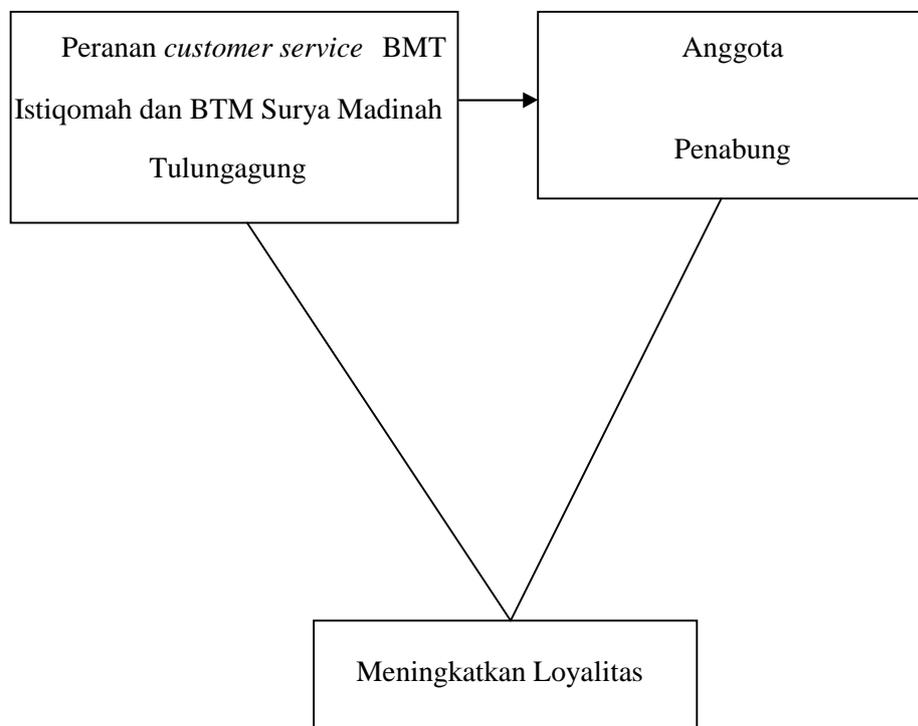
Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pelayanan *customer service* terhadap nasabah (pelanggan) dimana penelitiannya sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif dan

⁷³Sugiyatik, *Peranan Customer service (CS) PT Bank BRI Syaria'ah Kantor Cabang Jember dalam peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah*. (Jember: Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2015), hal. xv

menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaannya peneliti lebih mengkaji pada peningkatan mutu pelayanan terhadap nasabah. Sedangkan penulis sendiri mengkaji tentang peranan *customer service* dalam meningkatkan loyalitas anggota penabung.

G. Kerangka konsep

Tabel 2.1 Kerangka Konsep



Dari alur kerangka di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Anggota adalah sumber bagi Koperasi dalam menghimpun dana. Kecenderungan anggota (penabung) untuk menabung akan merasa terpuaskan dan merasa aman dengan pelayanan pada lembaga keuangan syariah dan juga sangat dipengaruhi oleh peran *customer service* yang

memberikan kenyamanan pada anggotanya agar loyalitas anggota khususnya anggota penabung tersebut meningkat pada BMT Istiqomah dan BTM Surya Madinah Tulungagung.