

**ANALISIS STRATEGI PELAYANAN
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS
DI BMT SAHARA TULUNGAGUNG**

SKRIPSI



Oleh

LITA INDRA ARISTA

NIM. 3223113057

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) TULUNGAGUNG
2014**

**ANALISIS STRATEGI PELAYANAN
DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS
DI BMT SAHARA TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi Agama Islam Negeri Tulungagung
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Strata Satu Sarjana Perbankan Syariah (SE, Sy)



Oleh

LITA INDRA ARISTA

NIM. 3223113057

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) TULUNGAGUNG**

2014

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul "**Analisis Strategi Pelayanan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di BMT Sahara Tulungagung**" yang ditulis oleh Lita Indra Arista NIM. 3223113057 ini telah diperiksa dan disetujui, serta layak diujikan.

Tulungagung, 04Juni 2015

Pembimbing,

Dr. NurAiniLatifah, SE.,MM.

NIP. 197009011999032002

Mengetahui,

KetuaJurusanPerbankanSyariah

M. AqimAdlan, S.Ag, S.Pd, MEI

NIP. 197404162008011008

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pelayanan dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di BMT Sahara Tulungagung”** yang ditulis Lita Indra Arista, ini telah diperiksa dan disetujui serta telah dipertahankan didepan dewan penguji pada tanggal 17 Juni 2015 dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)

Dewan Penguji

Tanda Tangan

Ketua / Penguji :

Qomarul Huda M, Ag

.....

NIP. 197304142003121003

Penguji Utama :

Muhammad Aswad, MA

.....

NIP. 19750614 200801 1 009

Sekretaris / Penguji :

Dr. Nur Aini Latifah, SE., MM

.....

NIP. 19700901 199903 2 002

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Tulungagung

H. Dede Nurohman, M.Ag.

NIP. 19711218 200212 1 003

PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Kupersembahkan Untuk:

Ayahanda Tersayang dan Ibunda Tercinta

Yang senantiasa memberikan, Do'a, Cinta dan Kasih sayang berlimpah

Budi dan jasa kalian tiada pernah terbalaskan

Untuk adik ku yang aku sayangi

Suamidan anakku tercinta

Yang selalumemberikansemangat yang sangatluarbiasa

Sahabat-sahabatku, Jurusan Perbankan Syariah B angkatan 2011

Kebersamaan kita adalah kenangan yang tak akan terlupakan

Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Yang selalu memberikan yang terbaik bagi mahasiswanya

Almamaterku IAIN Tulungagung

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِنْ لَّمْ يَكُنْ لَهُمْ وَلَدٌ كُنْتَ قَضًا غَلِيظًا لِّلْقَلْبِ لَئِنْفَضُّوا مِنْ
حَوْلِكَ فَاعْقُ عَنْهُمْ وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ
عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

"Maka disebabkan rahmat dari Allah- lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal". QS. Ali-Imran :159

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas segala karunianya sehingga sehingga laporan penelitian ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan umatnya.

Sehubungan dengan selesainya penulisan skripsi ini maka penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Maftukhin, M.Ag, selaku Rektor Institusi Agama Islam Negeri Tulungagung.
2. Bapak H. DedeNurohman, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak M. Aqim Adlan, M.EI, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Ibu Dr. Nur Aini Latifah, SE.,MM, sebagai pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga penelitian dapat terselesaikan.
5. Segenap Bapak/ Ibu Dosen IAIN Tulungagung yang telah membimbing dan memberikan wawasannya sehingga studi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Mustofa selaku Manajer BMT Sahara yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di BMT Sahara.
7. Kepada orang tua yang selalu memberikan do'a dan dukungannya baik secara moril dan materiil kepada penulis.

8. Kepada suami dan anak saya yang selalu mendampingi saya dalam suka maupun duka.
9. Untuk semua teman – teman saya yang selalu mensupport dan mendukung saya.
10. Semua pihak yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan baik moril maupun materiil, sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Dengan penuh harap semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah SWT dan tercatat sebagai amal shalih. Akhirnya, karya ini penulis suguhkan kepada segenap pembaca, dengan harapan adanya saran dan kritik yang bersifat konstruktif demi perbaikan. Semoga karya ini bermanfaat dan mendapat ridha Allah SWT.

Tulungagung, 04 Juni 2015

Penulis

LITA INDRA ARISTA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Pembatasan Masalah	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Penegasan Istilah	10
G. Sistematika Penulisan Skripsi	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pelayanan	13
1. Pengertian Strategi Pelayanan.....	13
2. Faktor Pendukung Mutu Pelayanan	15
3. Ciri dan Dasar Pelayanan.....	17
4. Pelayanan Prima.....	22
5. Kualitas Pelayanan	26
6. Etika Pelayanan.....	33
B. Persaingan Bisnis	38

1. Pengertian Persaingan Bisnis	٣٨
2. Identifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing.....	42
C. Baitul Maal Watamwil (BMT).....	43
1. Pengertian.....	43
2. Tujuan BMT	45
3. Fungsi BMT	45
4. Komitmen BMT	46
5. Ciri – ciri BMT	46
6. Prinsip Utama BMT	٤٧
D. Penelitian Terdahulu	49
E. Kerangka Berfikir.....	55

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	56
B. Lokasi Penelitian.....	57
C. Kehadiran Peneliti.....	58
D. Data dan Sumber Data	58
E. Teknik Pengumpulan Data.....	59
F. Teknik Analisis Data.....	٦٢
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	٦٣
H. Tahap – tahap Penelitian	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data	65
1. Profil BMT Sahara	65
2. Visi, Misi, Tujuan dan Motto BMT Sahara	67
3. Produk BMT Sahara.....	68
4. Struktur Organisasi	70
5. Pelayanan BMT Sahara.....	71
6. Profil Nasabah.....	72
B. Temuan Hasil Penelitian	73
1. Wawancara dengan Manajer BMT Sahara.....	73
a. Strategi Pelayanan yang dilakukan BMT Sahara	73

b. Strategi Pelayanan dalam menghadapi persaingan bisnis...	79
2. Hasil wawancara dengan Karyawan BMT Sahara Tulungagung	81
3. Hasil wawancara dengan Nasabah BMT Sahara Tulungagung	85
C. Pembahasan Temuan Penelitian.....	89
1. Strategi Pelayanan yang diterapkan BMT Sahara	89
2. Strategi Pelayanan BMT Sahara dalam menghadapi persaingan bisnis	96

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	112
B. Saran.....	113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Daftar Lampiran

1. Data Informan
2. Pedoman Wawancara
3. Foto Dokumentasi
4. Pernyataan Keaslian Tulisan
5. Biodata Peneliti
6. Surat Ijin Penelitian
7. Surat Keterangan Penelitian
8. Rekap Konsultasi Bimbingan Skripsi

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Analisis Strategi Pelayanan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di BMT Sahara" ini ditulis oleh Lita Indra Arista, NIM. 3223113057, pembimbing Dr. Nur Aini Latifah, SE.,MM.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pada era globalisasi, menuntut perusahaan/ lembaga keuangan senantiasa meningkatkan pelayanan secara professional yang sesuai dengan bidangnya masing – masing. Lembaga keuangan dituntut mampu dalam menjalankan amanah secara professional dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini peneliti mengungkap pelayanan yang diterapkan oleh BMT Sahara dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah dan apakah nasabah sudah mendapat kepuasan dalam pelayanan yang diberikan oleh BMT Sahara dibanding dengan lembaga keuangan lainnya.

Fokus masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi pelayanan yang diterapkan di BMT Sahara Tulungagung? (2) Bagaimana strategi pelayanan BMT Sahara Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis? Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pelayanan yang diterapkan di BMT Sahara Tulungagung dan strategi pelayanan BMT Sahara Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis.

Skripsi ini bermanfaat bagi BMT Sahara Tulungagung, sebagai pertimbangan yang berkaitan dengan strategi pelayanan dalam menghadapi pesaing untuk menentukan kelayakan lembaga. Bagi Mahasiswa sebagai bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan dibidang manajemen. Bagi penilitilain, sebagai tambahan rujukan bagi peneliti selanjutnya. Kemudian penelitian ini bermanfaat sebagai kajian ilmu pengembangan dibidang ilmu pemasaran.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan jenis penelitian deskriptif-kualitatif, serta menggunakan sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara, observasi serta dokumentasi. Tehnik analisis data yang digunakan adalah tehnik analisis interaktif. Untuk pengecekan keabsahan temuan penulis menggunakan tehnik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan yang diterapkan oleh BMT Sahara Tulungagung melalui tiga segi yaitu SDM, organisasi, dan teknologi. Kemudian menerapkan ciri, dasar pelayanan, dan pelayanan prima berdasarkan SOP yang dimiliki oleh BMT Sahara. Kemudian juga melakukan pengukuran terhadap kualitas pelayanan, apakah pelayanan yang diberikan kepada nasabah sudah mendapat kepuasan dari nasabah ataukah belum. Kemudian BMT Sahara menjalankan etika pelayanan yang baik dan agar nasabah merasa puas dan tetap loyal untuk menjadi nasabah di BMT Sahara. Dalam menghadapi persaingan bisnis BMT Sahara membuat konsep dan perencanaan, mengevaluasi hasil kerja dan membuat inovasi baru, membangun cabang dan memperluas jaringan.

Kata kunci : Strategi pelayanan yang diterapkan, strategi pelayanan untuk menghadapi persaingan bisnis

ABSTRACT

Thesis with the title "Analysis of Strategies Service Business Facing Competition In BMT Sahara" is written by LitaIndra Arista, NIM. 3223113057, supervisor Dr. NurAiniLatifah, SE., MM.

This research is motivated by the era of globalization, requires companies / financial institutions continue to improve services in a professional manner in accordance with their field - each. Financial institutions are required able to carry out the mandate in a professional and can meet the needs of the community. In this case the researchers revealed that the service applied by BMT Saharan Africa could increase the interest of society to become customers and whether the customer has received satisfaction in the services provided by BMT Saharan Africa compared with other financial institutions.

The focus of the problem in writing this essay is (1) How does the strategy applied in the service of BMT Sahara Tulungagung? (2) How Sahara BMT service strategy in the face of competition Tulungagung business? As for the purpose of this study was to determine the service strategy implemented in Tulungagung Sahara BMT and BMT service strategy Sahara Tulungagung in the face of business competition.

This thesis is useful for BMT Sahara Tulungagung, as considerations relating to the service strategy in the face of competitors to determine the viability of the institution. For Students as learning materials and application of knowledge in the field of management. For other researchers, as additional references for further research. Then later this study is useful as a study of the development of science in the field of marketing science.

In this study used a qualitative approach and using a kind of descriptive-qualitative research, and using primary and secondary data sources. Methods of data collection in this study with interview, observation and documentation. Technical analysis of the data used is interactive analysis techniques. To check writer kebsahan findings triangulation techniques.

The results showed that the service strategy adopted by BMT Sahara Tulungagung through three aspects, namely human resources, organization, and technology. Then apply the characteristics, basic services, and services based SOP owned by BMT Sahara. Then also take measurements of quality of service, whether the service provided to customers already have the satisfaction of customers or not. Then BMT Sahara run a good service ethic and that customers are satisfied and remain loyal to become customers in BMT Sahara. In the face of business competition BMT Saharan making and planning concepts, evaluate the work and to innovate, build and expand the branch network.

Keywords: service strategy is applied, the service strategy to business competition.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Di Era Globalisasi ini, menuntut perusahaan untuk senantiasa meningkatkan pelayanan secara profesional yang sesuai dengan bidangnya masing – masing. Perusahaan yang bekerja dengan baik akan selalu memperhatikan keberlangsungan usahanya. Salah satunya dengan cara mengadakan perbaikan terus menerus dengan tujuan memuaskan konsumen ataupun pelanggannya. Hal tersebut dilakukan untuk mempertahankan konsumen yang telah ada agar tetap loyal maupun menarik konsumen baru. Lembaga keuangan bukanlah sebuah pabrik atau produsen yang menghasilkan sendiri uang dan kemudian membagikan atau meminjamkan kepada pihak – pihak yang membutuhkan. Tetapi lembaga keuangan merupakan lembaga yang menjual jasa kepada nasabahnya, sehingga hal ini lebih sulit di evaluasi karena jasa diberikan selama proses interaksi antara lembaga keuangan dengan nasabah.¹

Lembaga keuangan syariah (LKS) merupakan industri keuangan yang harus mampu menjalankan amanah secara profesional dan bankir dengan keterampilan layanan yang dapat memperkuat citra bisnis berbasis syariah yang menjadi diferensiasinya. Hal itu sangat penting guna memperoleh ridho Allah Swt., memenuhi kebutuhan nasabah, menyikapi perilaku pesaing, serta memenuhi

¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), hal.149

ekspektasi masyarakat yang tinggi terhadap peran dan keberadaan lembaga keuangan syariah. Layanan yang dilakukan harus berlandaskan etika dan bertujuan ibadah (*worship*) dengan niat untuk mendapatkan ridho Allah Swt.² Dalam memenuhi kebutuhan nasabah, lembaga keuangan syariah harus memberikan layanan yang terbaik sesuai kaidah islam dan harus memberikan kenyamanan kepada nasabah. Dengan pelayanan yang baik serta kenyamanan yang diberikan kepada nasabah dapat menentukan laju pertumbuhan suatu lembaga keuangan syariah. Pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap profit dan berkorelasi dengan hasil yang akan didapat sebuah lembaga keuangan syariah.

Pelayanan yang diberikan harus mencerminkan sikap kerja seorang profesional yang mempunyai keahlian, kesungguhan hati, kompetensi emosional yang tinggi, kemampuan melakukan yang terbaik dengan cara yang terbaik, jika tidak melanggar etika dan peraturan, serta menjadikan bidang yang digeluti sebagai penghidupan. Perilaku layanan yang ditampilkan mesti bersentuhan dengan keikhlasan sebagai kewajiban seorang muslim. Layanan yang diberikan bersifat proaktif dan cepat serta harus dituangkan dalam bentuk *service level agreement* bagi pelakunya sebagai wujud anjuran Rasulullah Muhammad SAW.

" *Barang siapa diantara kamu yang mampu memberikan manfaat kepada saudaranya, maka bersegeralah melakukannya.*" (Hadis Riwayat Muslim)

Secara umum, standar layanan lembaga keuangan syariah meliputi:

² Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Islam*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 296-297

1. Standar penampilan petugas
2. Standar kebersihan dan kerapian ruang kerja
3. Pengetahuan mengenai produk dan jasa perbankan
4. Standar berkomunikasi dengan nasabah
5. Standar penanganan keluhan nasabah.³

Islam juga menuntun agar layanan yang diberikan memiliki parameter yang terukur (*service level*) seperti anjuran berikut :

1. Hadist Riwayat Muslim :

“ Barang siapa diantara kamu yang mampu memberikan manfaat kepada saudaranya, maka bersegeralah melakukannya.”

2. Al- Qur'an (Al- Isra' : 7) :

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا

*“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri.”*⁴

Dalam suatu kegiatan bisnis terdapat persaingan (*competition*) apabila beberapa orang pengusaha dalam bidang usaha yang sama (sejenis) bersama – sama menjalankan perusahaan, dalam daerah pemasaran yang sama, masing – masing berusaha keras melebihi yang lain, untuk memperoleh keuntungan yang sebesar – besarnya. Dari segi ekonomi persaingan menimbulkan manfaat, antara lain : menghasilkan produk yang bermutu, memperlancar distribusi karena

³ *Ibid.*, hal. 298

⁴ *Ibid.*, *Memahami Bisnis Bank Islam*, hal. 297

pelayanan yang baik dan cepat , serta menguntungkan perusahaan karena kepercayaan masyarakat pada produk yang dihasilkan atau produk yang bermutu. Akan tetapi , dari segi hukum , dalam persaingan selalu ada kecenderungan untuk saling menjatuhkan antara sesama pengusaha dengan perbuatan yang tidak wajar, tidak jujur , atau curang yang dikategorikan sebagai perbuatan melanggar hukum (*onrechtmatig*).⁵ Dari dua segi tersebut dapat disimpulkan bahwa persaingan bisnis dapat mengakibatkan manfaat bagi yang menjalankan dan dapat mengakibatkan permusuhan bagi sesama pebisnis untuk mendapatkan keuntungan.

Persaingan dalam suatu bisnis terus – menerus menekan tingkat hasil pengembalian modal yang ditanamkan menuju tingkat hasil pengembalian dasar yang bersaing. Ada lima kekuatan persaingan yaitu : masuknya pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar – menawar pembeli (nasabah), kekuatan tawar – menawar investor, serta persaingan diantara para pesaing yang ada.⁶ Dari kelima kekuatan tersebut setiap lembaga keuangan syariah harus benar – benar mencermati dan mempunyai strategi yang matang untuk menghadapi antar pesaing yang ada. Agar bisnis yang dijalankan tidak kalah dengan lembaga keuangan syariah lain.

Bagi lembaga keuangan, pesaing terdiri dari dua macam yaitu : pesaing terdekat seperti sesama lembaga keuangan umum, BPR, lembaga keuangan syariah, atau lembaga keuangan asing. Sedangkan pesaing jauh adalah lembaga keuangan yang kegiatannya memiliki kesamaan dengan bank seperti asuransi, pos

⁵ Agus Maulana, *Competitive Strategy*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 1980), hal. 5

⁶ *Ibid.*, hal. 5

giro, pengadaan, leasing, koperasi simpan pinjam.⁷ Dari dua macam pesaing tersebut lembaga keuangan harus membedakan cara bersaing antara bersaing dengan pesaing terdekat dan cara bersaing dengan pesaing jauh.

Informasi mengenai kegiatan pesaing ini dapat dicari melalui berbagai cara, baik melalui intelegen pemasaran yang dimiliki lembaga keuangan, maupun sumber informasi lainnya. Tujuannya adalah agar lembaga keuangan syariah mengetahui keunggulan pesaing dalam bidang mana dan dimana letak kelemahan pesaing. Dengan mengetahui keunggulan dan kelemahan pesaing, maka perusahaan dapat dengan melakukan berbagai serangan terhadap pesaing dan berusaha untuk bertahan jika suatu waktu terjadi serangan balik dari pesaing.⁸ Dari kelemahan dan kekuatan pesaingnya, maka perusahaan/ lembaga keuangan akan lebih mudah untuk menjatuhkan lawannya. Dan akan dapat membuat strategi bertahan agar tidak dijatuhkan oleh pesaing lainnya.

Secara Hukum BMT berpayung pada koperasi tetapi sistim operasionalnya tidak jauh berbeda dengan Bank Syariah sehingga produk – produk yang berkembang dalam BMT seperti apa yang ada di Bank Syari'ah. Oleh karena berbadan hukum koperasi, maka BMT harus tunduk pada Undang – Undang Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian dan PP Nomor 9 tahun 1995 tentang pelaksanaan usaha simpan pinjam oleh koperasi.⁹ Juga dipertegas oleh KEP.MEN Nomor 91 tahun 2004 tentang Koperasi Jasa keuangan syari'ah. Undang –

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2005), hal. 233-234

⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 228

⁹ Baihaqi Abd. Madjid (Ed), *Paradigma Baru Ekonomi Kerakyatan Sistim Syariah : Perjalanan Gagasan dan Gerakan BMT*, (Jakarta : PINBUK, 2000), hal., 85-91.

Undang tersebut sebagai payung berdirinya BMT (Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah).¹⁰

BMT merupakan lembaga keuangan mikro kecil, yang beroperasi berdasarkan prinsip syari'ah dengan kegiatan utamanya adalah *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* berasal dari kata "*bait*" yang artinya rumah, dan "*maal*" yang artinya harta, dimaksudkan sebagai lembaga LAZ (Lembaga Amil Zakat) sesuai dengan Undang – Undang No. 38 Tahun 1999, yaitu menerima titipan zakat, infaq dan shodaqah serta mengoptimalkan pendistribusiannya sesuai peraturan dan amanahnya. Sedangkan kata "*at tamwil*" yang artinya pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya.¹¹

Lembaga ini berfungsi untuk penyimpanan. Sebagian para ahli ekonomi Islam dan sarjana ekonomi Islam berpendapat bahwa baitul mal itu semacam bank sentral seperti yang ada saat ini. Tentunya dengan berbagai kesederhanaannya karena keterbatasan yang ada. Sebagian lagi berpendapat, bahwa baitul mal semacam menteri keuangan atau bendahara Negara.¹² Begitupun peranan yang dilakukan oleh lembaga ini sangat penting yaitu melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syari'ah. Maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat.

¹⁰ *Ibid.*, hal. 92

¹¹ Pinbuk, *BMT Sebagai Alternatif Model LKM*, (Jakarta : Pinbuk, 2000), hal. 7.

¹² Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal.57

BMT adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip – prinsip syariah.¹³ Karena merupakan lembaga keuangan, BMT juga menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat. Lembaga ini secara tidak langsung bersentuhan dengan masyarakat ekonomi tingkat menengah ke bawah, maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi keIslaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, BMT diharapkan mampu berperan lebih aktif dalam memperbaiki kondisi ini.

Dalam penelitian ini membahas mengenai proses analisis strategi pelayanan yang dilakukan BMT SAHARA dalam menghadapi persaingan bisnis untuk menentukan apakah pelayanan yang diterapkan oleh BMT SAHARA dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mrnjadi nasabah dan apakah nasabah sudah mendapat kepuasan dalam pelayanan yang diberikan oleh BMT SAHARA dibanding dengan lembaga keuangan yang lainnya. Ketertarikan peneliti dalam melakukan penelitian di BMT SAHARA yaitu adalah letak berdirinya berada ditengah - tengah keramaian masyarakat, karena sangat dekat dengan pasar, dan sangat berdekatan dengan lembaga keuangan lainnya baik syariah maupun konvensional. Meskipun demikian dalam pemberian pelayanan yang dilakukan oleh BMT SAHARA tidak sembarangan.

Melihat keadaan tersebut, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian terkait dengan analisis pelaksanaan yang dilakukan dilapangan dalam melakukan strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan bisnis di BMT yang akan diulas

¹³ M. Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 26

secara spesifik dalam skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Pelayanan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di BMT Sahara Tulungagung**”.

B. Fokus Penelitian.

Fokus penelitian berfungsi untuk memberi batas hal-hal yang akan diteliti dan berguna dalam memberikan arah selama proses penelitian, utamanya pada saat pengumpulan data yaitu membedakan antara data yang relevan dengan tujuan penelitian kita.¹⁴

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disajikan fokus penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pelayanan yang diterapkan di BMT Sahara Tulungagung ?
2. Bagaimana strategi pelayanan BMT Sahara Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis?

C. Tujuan Penelitian.

Tujuan yang ingin dicapai dengan diadakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pelayanan yang diterapkan di BMT Sahara Tulungagung.
2. Untuk mengetahui strategi pelayanan BMT Sahara Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal.171

D. Pembatasan Masalah

Dengan adanya suatu permasalahan yang dijelaskan dilatar belakang, maka untuk memberikan arah yang jelas dalam penelitian ini penulis membatasi pada masalah-masalah berikut :

1. Strategi Pelayanan yang diterapkan oleh BMT Sahara Tulungagung.
2. Persaingan Bisnis yang dilakukan oleh BMT Sahara Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian.

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Teoretis** : Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan kajian ilmu pengembangan dibidang ilmu pemasaran khususnya strategi pelayanan.
2. **Praktis** :
 - a. Bagi Lembaga : Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan yang berkaitan dengan strategi pelayanan dalam menghadapi pesaing untuk menentukan kelayakan lembaga apakah lembaga mampu bersaing dengan lembaga lain dalam mencapai kepuasan nasabah.
 - b. Bagi pihak akademis : Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang manajemen, khususnya dalam bidang manajemen dalam melakukan strategi pelayanan dalam lembaga keuangan syariah.
 - c. Bagi peneliti lanjutan : Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi peneliti selanjutnya serta pertimbangan bagi organisasi yang menghadapi masalah serupa.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam menginterpretasikan istilah – istilah dalam penelitian ini serta memahami pokok – pokok uraian, maka penulis mengemukakan pengertian dari judul “Strategi Pelayanan dalam menghadapi pesaing bisnis di BMT Sahara Tulungagung”, sebagai berikut :

1. Secara konseptual

- a. Strategi dapat diartikan sebagai proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.¹⁵
- b. Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan suatu produk.¹⁶
- c. Persaingan Bisnis Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersil di dunia perdagangan, dan bidang usaha.¹⁷
- d. Baitul Maal wa Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis

¹⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Terjemahan: A. B. Susanto, Edisi Pertama, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hal. 53.

¹⁶ Eddy Soeryatno Soegito, *Marketing Research: Panduan Bagi manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*, (Jakarta: Elex media Komputindo, 2007), hal. 152

¹⁷ Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karabat Wijajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami, cet. Ke I*, (Jakarta : Gema Insani Press. 2002), hal. 15

usaha mikro kecil, dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin.¹⁸

2. Secara Operasional.

Strategi pelayananan dalam menghadapi persaingan bisnis adalah perencanaan atau rencana dari suatu perusahaan dalam mengambil keputusan dalam suatu tindakan/ kegiatan yang dapat bermanfaat bagi masyarakat agar dapat berkompetisi dengan perusahaan lainnya.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun menjadi lima bab, adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Latar Belakang penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, pembatasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Strategi Pelayanan, persaingan bisnis, BMT, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir/ Paradigma penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data , tahap – tahap penelitian.

¹⁸ M. Amin Aziz, *Buku Saku Tata Cara pendirian BMT*. (Jakarta: Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah), hal. 1

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Paparan data, Temuan hasil penelitian dan Pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Kesimpulan dan Saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Pelayanan

1. Pengertian strategi pelayanan

Pengertian strategi secara umum dan khusus sebagai berikut:

a. Pengertian Umum.

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.¹⁹

b. Pengertian khusus

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus – menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen

¹⁹ Andriyani, *Pengertian Strategi*, dalam <http://andriyani22.blogspot.com/2011/06/pengertian-strategi.html> diakses pada tanggal 22 Juni 2015 pukul 15.32

memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.²⁰

Pelayanan (Inggris = *service* ; Belanda = *bediening*) itu perlu didukung oleh suatu etiket atau tata krama. Selanjutnya etiket itu sendiri berkembang menjadi sebuah gabungan antara ilmu pengetahuan, ketrampilan, seni, yang dapat dipelajari, dilatih dan dipraktekkan, sehingga menghasilkan suatu sikap dan tingkah laku yang lama – lama menjadi budaya. Tujuan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan atau nasabah. Sasaran ini diharapkan akan memberikan nilai tambah bagi bank. Pelayanan yang baik merupakan salah satu syarat untuk berhasilnya lembaga keuangan dalam usaha pengumpulan dana sebanyak mungkin.²¹ Maka harus dilakukan penjualan jasa seoptimal mungkin, yang pada akhirnya memperoleh laba semaksimal mungkin. Karena itu semua karyawan atau petugas lembaga keuangan dituntut memiliki sifat ramah tamah, sopan santun, murah senyum, dan disertai catatan dalam melakukan tugas sehari – hari, sehingga nasabah merasa tertarik dan puas.

Menurut Philip Kotler Pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.²²

²⁰ *Ibid*

²¹ As Mahmoeddin, *Etiket Pelayanan Bank*, (Jakarta : PT Toko Gunung Agung, 1995), hal. 1-2

²² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian...*,hal. 53.

Menurut Albrecht & Zemke dalam Bintang Nugraha Putra Strategi Pelayanan adalah Suatu strategi untuk memberikan layanan dengan mutu yang sebaik mungkin kepada para pelanggan. Strategi pelayanan yang efektif harus didasari oleh konsep atau misi yang mudah dimengerti oleh seluruh individu dalam perusahaan dan diikuti oleh berbagai tindakan nyata yang bermanfaat bagi para pelanggan, serta mampu membedakan perusahaan yang menerapkan strategi tersebut dengan para pesaingnya sehingga perusahaan mampu mempertahankan pelanggan yang ada dan mampu menarik pelanggan baru. Strategi pelayanan yang efektif memerlukan beberapa unsur pendukung, sebagai berikut :

- a. Struktur organisasi yang dapat menjadi media untuk mengembangkan budaya perusahaan yang menitikberatkan pada penyempurnaan kualitas pelayanan.
- b. Teknologi yang dapat diimplementasikan untuk memperbaiki sumber daya, metode kerja, dan sistem informasi untuk mendukung upaya perbaikan kualitas pelayanan.
- c. Sumber daya manusia yang memiliki sikap, perilaku, pengetahuan, dan kemampuan yang mendukung efektivitas strategi pelayanan.²³

2. Faktor pendukung mutu pelayanan.

Dalam memberikan pelayanan yang baik, lembaga keuangan telah menetapkan standar yang didukung dengan sarana dan prasarana yang ada

²³ Bintang Nugraha Putra, *Makalah Pelayanan Publik tentang Strategi Pelayanan Pelanggan*, dalam <http://bintannugrahaputraanwar.blogspot.com/p/makalah-pelayanan-publik-tentang.html> , diakses pada Rabu, 29 April 2015

sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi. Selain itu, pelayanan yang baik memiliki ciri – ciri tersendiri. Dalam hal ini, lembaga keuangan menggunakan kriteria untuk membentuk ciri – ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan, yaitu:

- a. Faktor manusia yang memberikan pelayanan tersebut. Manusia (*Customer Service Officer*) yang melayani nasabah harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Disamping itu, *Customer Service Officer* harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan bertanggung jawab penuh terhadap nasabahnya.
- b. Faktor tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. Pada akhirnya, sarana dan prasarana ini dioperasikan oleh manusia yang berkualitas. Sehingga, kedua faktor pendukung di atas, saling menunjang satu sama lainnya.²⁴

Kedua faktor tersebut harus saling berkesinambungan, antara faktor manusia dengan faktor sarana dan prasarana. Jika salah satu faktor tersebut tidak saling mendukung, atau hanya salah satu yang dominan, maka nasabah yang datang juga tidak akan nyaman dan tidak akan merasa puas. Akibatnya nasabah tidak akan betah bertransaksi dengan lembaga keuangan tersebut.

²⁴ Iwandah, “ Customer Service (Pelayanan Nasabah) dalam <http://iwandah.blogspot.com/2010/03/customer-service-pelayanan-nasabah.html>, _____ diakses tanggal 19 Januari 2015

3. Ciri dan Dasar Pelayanan.

Setiap lembaga keuangan selalu ingin dianggap yang terbaik dimata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik.

Ciri – ciri pelayanan yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh lembaga keuangan sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal.

Berikut ini beberapa ciri – ciri yang baik :

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki oleh lembaga keuangan. Meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan lembaga keuangan.

- b. Tersedia karyawan yang baik.

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus memikat dan mengambil nasabah sehingga nasabah semakin menarik.

- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan, karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas

jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya.

- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat.

Dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

- e. Mampu berkomunikasi.

Karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Karyawan pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya, karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.

- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

Menjaga rahasia Lembaga Keuangan sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, karyawan harus mampu menjaga rahasia nasabah, terhadap siapa pun. Rahasia Lembaga Keuangan merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada Lembaga Keuangan.

- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.

Untuk menjadi karyawan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena karyawan selalu berhubungan dengan manusia, maka karyawan perlu di didik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau mampu dalam bekerja.

- h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.

Karyawan harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karyawan yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

- i. Mampu memberi kepercayaan kepada nasabah.

Kepercayaan calon nasabah kepada lembaga keuangan, mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan seluruh karyawan.²⁵

Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, maka seorang karyawan suatu lembaga keuangan harus memiliki dasar – dasar pelayanan yang kokoh. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap pegawai lembaga keuangan telah dibekali dasar – dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar – dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang karyawan.

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.

Artinya, karyawan harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Karyawan juga harus berpakaian necis tidak kumal dan baju lengan panjang jangan digulung. Terkesan pakaian yang dikenakan benar – benar memikat konsumen.

²⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*,...hal. 209 - 211

Gunakan pakaian seragam jika karyawan diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.

- b. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum.

Dalam melayani nasabah karyawan tidak ragu – ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Karyawan juga harus bersikap akrab seolah – olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah karyawan haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat – buat.

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

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

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

Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu – buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap hormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.

- 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.

- f. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya.

Dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu atau kurang semangat. Tunjukkan pelayanan yang prima seolah – olah memang anda sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan nasabah.

- g. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.

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

- h. Mampu menyakini nasabah serta memberikan kepuasan.

Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen – argumen yang masuk akal. Karyawan juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikannya.

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

Artinya, jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh karyawan, maka harus meminta bantuan kepada karyawan lain yang mampu.

- j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

Artinya, pada saat tertentu, karyawan sibuk dan tidak dapat melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik.²⁶

²⁶ *Ibid.*, hal. 204-206

4. Pelayanan Prima

Agar dapat memberikan pelayanan yang baik, cepat dan cermat, maka harus dipahami dan dilaksanakan budaya pelayanan prima, yaitu suatu sistem pelayanan yang bertujuan untuk menyenangkan dan memuaskan nasabah dengan cara yang sebaik – baiknya. Budaya pelayanan prima mempunyai ciri – ciri SEPULUH PELAYANAN PRIMA, yaitu :

1) Selalu Mengikuti Perkembangan Ekonomi Dan Perbankan.

Personel lembaga keuangan harus selalu mengikuti perkembangan ekonomi secara umum dan perkembangan lembaga keuangan secara khusus. Hal itu harus dilakukan mengingat masalah lembaga keuangan adalah masalah yang selalu hidup dan berkembang dalam kehidupan perekonomian suatu masyarakat. Makin maju perekonomian suatu negara, makin terasa peranan lembaga keuangan.

Begitu juga masalah kebijaksanaan ekonomi pemerintah yang sering berdampak besar bagi perbankan termasuk bidang pelayanannya. Memang tidak semua petugas pelayanan harus mengikuti semua perkembangan itu, namun dalam suatu hal mereka tidak bisa mengelak dari kemungkinan pertanyaan pelanggan/ nasabah.

Langkah yang harus dilakukan :

- a. Membaca koran secara rutin, dan mengikuti perkembangan dunia yang hangat yang merupakan topik para pembaca, seperti: bencana alam, perang besar, kebijakan pemerintah, dan lain – lain.

- b. Membaca secara lebih khusus masalah yang sangat erat relevansinya dengan profesi seorang yang bekerja di lembaga keuangan yaitu masalah lembaga keuangan. Kalau perlu mencatatnya dalam "buku pintar".
- c. Mencatat hal yang sangat berkaitan dengan eksistensi perusahaan. Jika hal itu sudah merupakan yang sangat rawan, perlu ditanyakan kepada atasan.

2) *Public & Privat Utility* dikuasai.

Seorang petugas atau karyawan lembaga keuangan harus tahu dan mengikuti perkembangan disegala bidang, terutama mengenai keinginan masyarakat terhadap berbagai produk lembaga keuangan dalam mempermudah keperluan sehari – hari. Hal ini bisa dilihat dalam perkembangan sekarang. Masyarakat sudah enggan membawa uang kartal apabila dalam jumlah besar, karena mengandung resiko yang tinggi an tidak praktis. Keperluan nasabah ini akan terus berkembang di masa mendatang. Karyawan lembaga keuangan harus terus mengikuti selera dan keperluan masyarakat dalam rangka memberikan pelayanan prima kepada nasabah.

3) Luwes dalam Pemecahan Masalah dengan Nasabah.

Beberapa lembaga keuangan menjadi tidak populer dikalangan masyarakat, karena lembaga keuangan tersebut kaku dalam memecahkan masalah yang sebetulnya dapat diselesaikan dengan kompromi. Hal ini dapat kita lihat pada keterlambatan pembayaran transfer oleh kantor

cabang penerima kepada nasabah penerima, sementara nasabah penerima sudah memperoleh berita dari nasabah pengirim. Konfirmasi dari kantor cabang lembaga keuangan pengirim sulit dihubungi, akibatnya kantor cabang lembaga keuangan penerima tetap tidak mau melakukan pembayaran kepada nasabah penerima. Konflik ini terjadi karena bank penerima tidak luwes menanggapi nasabah penerima transfer.

4) Hubungan Mudah dan Tidak Banyak Prosedur.

Banyaknya meja yang harus dilalui dalam suatu pelayanan, memang bagus dipandang dari segi pengamanan, tetapi sangat tidak praktis dari segi kecepatan. Lamanya pelayanan akan menyebabkan lembaga keuangan kehilangan nasabah. Namun sebaliknya, pelayanan yang cepat, hendaklah disertai dengan sistem yang dapat dipahami dan didukung oleh peralatan yang dapat dioperasikan.

5) Perlengkapan Canggih dan Personel Trampil.

Lembaga keuangan harus menggunakan perlengkapan canggih agar dapat memberikan pelayanan yang cepat dan dengan administrasi yang tertib. Namun harus diingat, bahwa perlengkapan tersebut harus dapat dioperasikan oleh ketrampilan personel dan mudah diperbaiki bila mengalami kerusakan, atau setidaknya – tidaknya mudah mendapatkan tenaga untuk memperbaikinya. Memiliki perlengkapan yang canggih tersebut harus didukung oleh fasilitas setempat.

6) Layanan Memuaskan Masyarakat.

Banyak faktor yang menyebabkan puasnya para nasabah terhadap pelayanan lembaga keuangan. Namun yang terpenting adalah kenyamanan lahir dan kenyamanan batin.

7) Yakin dan Dapat Dipercaya Masyarakat.

Para petugas atau karyawan lembaga keuangan harus mempunyai penampilan yang dapat menyakinkan para nasabah, baik karena penampilan mereka itu sendiri, mampu karena penguasaan mereka akan tugas pekerjaannya. Penampilan dan penguasaan ini harus berjalan seimbang. Jika penampilan menarik tetapi penguasaan kurang, tentu akan mengecewakan pelanggan, karena bisa terjadi pertanyaan nasabah tidak dapat dijawab dengan memuaskan.

8) Anda Harus Profesional.

Profesionalisme sangat diperlukan bagi suatu unit kerja yang bergerak di bidang jasa. Jika karyawan tidak profesional maka bank akan ditinggalkan dan kehilangan pelanggan.

9) *Privacy* Nasabah Terjamin.

Privacy adalah kebebasan pribadi nasabah dalam hubungan dengan lembaga keuangan. Ia bebas menyimpan dananya, ia bebas menggunakan dananya, tanpa takut gangguan dari pihak lain, atau tanpa khawatir rahasianya diketahui orang. Lembaga keuangan harus menjamin hal ini, dengan merahasiakan hal – hal yang perlu dirahasiakan.

10) Mampu Menyediakan Berbagai Produk yang Diperlukan Masyarakat.

Diharapkan lembaga keuangan mampu dan tanggap menyediakan berbagai produk yang diperlukan masyarakat dan dapat mengikuti perkembangan disegala bidang. Para nasabah menginginkan kemudahan dalam membawa alat bayar, seperti *credit card*, karena cukup aman dan lincah.²⁷

5. Kualitas Pelayanan

Konsep 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:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا
فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ۚ ٢٦٧

*“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan 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 nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.*²⁸

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi

²⁷ As Mahmoeddin, *Etiket Pelayanan Bank...*, hal. 55-60

²⁸ Ridwan Aldursanie, *Kualitas Pelayanan dalam Islam*, dalam <https://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/>, diakses pada tanggal 15 April 2015

harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.²⁹

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar – benar mereka terima. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.³⁰ Pelayanan di anggap memuaskan apabila pelayanan yang di terima sesuai dengan harapan konsumen. Sebaliknya, pelayanan dirasa tidak memuaskan apabila pelayanan yang diterima di bawah harapan konsumen. Pelayanan yang baik dan berkualitas harus diberikan oleh perusahaan guna menarik konsumen baru maupun mempertahankan konsumen lama.

Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika

²⁹ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005), hal. 15

³⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), hal. 137.

jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.³¹

Dari definisi – definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah – tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.³²

Berdasarkan teori – teori yang telah diungkapkan, maka disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah suatu penilaian konsumen tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan ini diukur dengan lima dimensi, yaitu:

- 1) Dimensi Keandalan (*reliable*) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap

³¹ Kasmir, *Etika Customer Service ...*, hal. 16

³² Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hal. 3

umatNya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ
جَعَلْتُمُ اللَّهَ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ٩١

“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 sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”.

- 2) Dimensi Daya Tanggap (*responsiveness*) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan konsumen merupakan suatu amanat. Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada

ketidakberhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Untuk itu kepercayaan konsumen sebagai suatu amanat hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat, sebagaimana yang dinyatakan dalam hadis Rasulullah SAW diriwayatkan oleh Bukhari, yaitu:

“Apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menyia-nyiakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya”.

- 3) Dimensi Jaminan (*assurance*) berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun dan kelembahlembutan maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap lembaga penyedia jasa. *Assurance* ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap lembaga penyedia layanan. Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan. Dengan pemberian pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelembahlembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi konsumen dan yang berdampak pada

kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa. Berkenaan dengan hal ini, Al

Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 menyatakan bahwa:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِنْ لَّيْتُمْ وَلَوْ كُنْتُمْ قَظًا غَلِيظَ الْقُلُوبِ
لَنَنْفَضُوكُمْ مِنْ حَوْلِكُمْ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ
١٥٩

“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 mapun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.

- 4) Dimensi Empati (*empathy*) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada konsumen. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi konsumen dengan senang hati, membantu konsumen ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau hal lainnya berkenaan dengan pelayanan lembaga. Kediaan memberikan perhatian dan membantu akan meningkatkan persepsi dan sikap positif konsumen terhadap layanan lembaga. Hal ini yang akan mendatangkan kesukaan, kepuasan dan meningkatkan

loyalitas konsumen. Berkenaan dengan empati, dalam Rasulullah saw yang diriwayatkan oleh Bukhori Muslim, menyatakan:

“Abu Musa al-Asy’ary ra. Berkata: bersabda Nabi saw, “seorang muslim yang menjadi bendahara (kasir) yang amanat, yang melaksanakan apa-apa yang diperintahkan kepadanya dengan sempurna dan suka hati, memberikannya kepada siapa yang diperintahkan memberikannya, maka bendahara itu termasuk salah seorang yang mendapat pahala bersedekah”.

- 5) Dimensi Bukti Fisik (*tangibles*) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting, namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan. Pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam Al Qur’an surat At-Takaatsur ayat 1-5, yaitu:

اَلْهٰىكُمْ التَّكَاٰثُرُ ۙ ۱ حَتّٰى زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ۚ ۲ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُوْنَ ۚ ۳
ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُوْنَ ۚ ۴ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُوْنَ عِلْمَ الْيَقِيْنَ ۝ ۵

*“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk kedalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu) dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin”.*³³

6. Etika Pelayanan.

³³ Ridwan Aldursanie, *Kualitas Pelayanan dalam Islam*, dalam [https://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/...](https://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/)

Kata etiket berasal dari bahasa Prancis *etiquette*, yaitu sejenis kartu undangan yang berlaku khusus dikalangan istana kerajaan untuk para tamu yang terdiri dari kaum bangsawan, hartawan, dan tokoh masyarakat. Tetapi pada akhirnya kata etiket itu berubah artinya menjadi tata tertib dan sopan santun.³⁴

Dalam arti sempit etiket sering disebut dengan etika yang artinya tata cara berhubungan dengan manusia lainnya. Tata cara masing – masing masyarakat tidaklah sama atau beragam bentuk. Dalam arti luas etiket sering disebut merupakan tindakan mengatur tingkah laku atau perilaku manusia dengan masyarakat. Tingkah laku ini perlu diatur agar tidak melanggar norma – norma atau kebiasaan yang berlaku dimasyarakat. Dalam praktiknya norma atau kebiasaan ini untuk acara tertentu diberlakukan sama, sehingga setiap orang diharuskan mengikuti norma tersebut. Khusus untuk dunia perbankan masalah etiket ini sangat mutlak untuk dijalankan. Nasabah yang datang ke lembaga keuangan sekalipun tanpa diundang merupakan tamu penting, tamu kehormatan yang harus diberikan pelayanan yang maksimal. Agar nasabah merasa dihargai, dihormati, dan diselesaikan masalahnya, setiap pegawai lembaga keuangan perlu memahami etiket lembaga keuangan.³⁵

Tanpa etiket lembaga keuangan yang benar, maka jangan diharapkan mendapatkan nasabah yang sesuai dengan keinginan lembaga keuangan, bahkan bukan tidak mungkin lembaga keuangan akan kehilangan nasabah.

³⁴ As Mahmoeddin, *Etiket Pelayanan Bank...*, hal. 1

³⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hal. 185-186

Dalam praktiknya secara garis besar dasar – dasar dalam etiket lembaga keuangan yang harus dijalankan oleh setiap karyawan adalah sebagai berikut :

1. Ingin membantu setiap keinginan dan kebutuhan nasabah sampai tuntas
2. Selalu memberi perhatian terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah.
3. Sopan dan ramah dalam melayani nasabah tanpa melakukan diskriminasi dalam bentuk apa pun.
4. Memiliki rasa toleransi yang tinggi dalam menghadapi setiap tindakan para nasabah.
5. Menjaga perasaan nasabah agar tetap merasa tenang, nyaman, dan menimbulkan kepercayaan.
6. Dapat menahan emosi dari setiap kasus yang dihadapi terutama dalam melayani nasabah yang berperilaku kurang baik.
7. Menyenangkan orang lain merupakan sikap yang harus selalu ditunjukkan oleh setiap karyawan lembaga keuangan.³⁶

Beberapa hal yang diatur dalam beretika secara umum, antara lain :

a. Penampilan

Penampilan merupakan keseluruhan dari cara berpakaian, berbicara, gerak – gerik, sikap dan perilaku dengan tujuan agar dapat membuat nasabah terkesan. Penampilan ini harus dijaga dengan baik dan prima selama jam kerja.

b. Sikap dan Perilaku.

³⁶ *Ibid.*, hal. 187

Pada saat berhubungan dengan nasabah sering kali sikap dan perilaku kita diperhatikan oleh pelanggan, terutama sikap yang menolong dan peduli terhadap kebutuhan nasabah.

c. Cara berpakaian.

Cara kita berpakaian harus serasi antara baju dan celana termasuk menghindari menggunakan warna yang terkesan berlebihan.

d. Cara berbicara.

Berbicara dengan nasabah harus jelas, singkat, dan tidak bertele – tele. Janganlah berbicara mengenai hal – hal yang bukan pada pokok permasalahan dan hindari pembicaraan yang mengejek nasabah.

e. Gerak – gerak.

Pada saat melayani nasabah, kita harus memperhatikan atau menjaga gerak – gerak anggota badan karena hal ini akan selalu diperhatikan oleh nasabah pada saat kita memberikan pelayanan. Oleh karena itu kita harus menghindari gerak – gerak yang dapat membuat curiga nasabah kita, misalnya tatapan mata yang sinis.

f. Cara bertanya.

Dalam memberikan pelayanan, kita juga harus mengetahui sifat – sifat nasabah yang berbeda – beda terutama dalam hal bertanya kepada nasabah. Bila nasabah pendiam, maka karyawanlah yang harus proaktif untuk bertanya atau memulai pembicaraan sehingga membuat nasabah

mau berbicara. Sedangkan bila nasabah yang banyak tanya, sebaiknya karyawan mendengarkan dengan baik dan menjawab dengan baik pula.³⁷

Etiket pelayanan adalah suatu ketrampilan yang perlu dihayati sebaik – baiknya. Belajar etiket akan membantu para karyawan bank untuk mengetahui apa yang pantas dan apa yang tidak pantas dilakukan. Jika para karyawan memiliki etiket pelayanan yang memuaskan para nasabah, berarti bank itu telah memiliki asset tersendiri dari perusahaan. Karena etiket itu akan mempermudah kelancaran pelaksanaan bisnis, dan menciptakan suasana yang menyenangkan dalam lingkungan kerja, dan membantu berhasilnya urusan bisnis dengan baik dan efisien. Dalam etiket pelayanan, para nasabah sangat mengharapkan kenyamanan, ketepatan, dan kecepatan yang semuanya bermuara kepada kepuasan. Oleh karena itu kepada karyawan lembaga keuangan, diharapkan berlaku sopan terhadap atasan, terhadap rekan sekerja, terhadap bawahan, dan terutama sekali terhadap para pelanggan.³⁸

Secara umum etiket pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai bank dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore. Jika kita sudah tahu agama nasabah, misalnya muslim maka ucapkan assalamualaikum.

³⁷ Aris Subagio, *Etika Dalam Memberikan Pelayanan? Wajib*, dalam <http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/2013/05/28/pentingnya-etika-dalam-pelayanan-562443.html> , diakses pada tanggal 13 April 2015

³⁸ As Mahmoeddin, *Etiket Pelayanan Bank*,... hal. 22-23

2. Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar.
3. Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan tamu masuk duduk selalu dengan ramah dan murah senyum.
4. Bertanya tentang keperluan nasabah secara ramah, sopan, dan lemah lembut.
5. Biasakan dan mulailah mengucapkan tolong atau maaf untuk menyuruh nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat.
6. Ucapkan kata terima kasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.

Dalam praktiknya terdapat beberapa larangan dalam etika pelayanan. Larangan ini juga hendaknya dipatuhi sehingga etiket pelayanan tidak pula dilanggar. Secara umum larangan dalam etiket pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Dilarang berpakaian sembarangan, terutama pada saat jam kerja, dan pada saat melayani nasabah.
2. Dilarang melayani nasabah atau tamu sambil makan, minum.
3. Dilarang melayani nasabah atau tamu sambil ngobrol atau bercanda dengan karyawan yang lain dalam kondisi apa pun.
4. Dilarang menampakkan wajah cemberut, memelas, atau sedih didepan nasabah atau tamu.
5. Dilarang untuk berdebat atau berusaha menyanggah nasabah secara kasar atau tidak sopan.

6. Dilarang meninggalkan nasabah pada saat banyak nasabah yang harus dilayani.
7. Dilarang berbicara terlalu keras baik volume suara maupun kata – kata.
8. Juga dilarang berbicara terlalu pelan dan tidak jelas pada saat melayani nasabah.
9. Dilarang keras meminta imbalan atau janji – janji tertentu kepada nasabah.³⁹

B. Persaingan Bisnis

1. Pengertian Persaingan Bisnis

Persaingan bisnis merupakan suatu hak kuasa yang dipegang oleh orang – orang kuat sehingga cenderung ke monopoli yang merupakan ciri dari sistem kapitalis dan dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat. Dalam ajaran agama Islam mempercayai bahwa persaingan dalam bisnis adalah sunatullah dengan modal ilmu pengetahuan ekonomi/ bisnis manusia dapat memiliki apa yang diinginkannya, namun kekayaan bukan segala – galanya.⁴⁰

Saat berbisnis ada beberapa hal yang harus dipersiapkan untuk menghadapi persaingan bisnis, antara lain:

- a. Konsep yang matang.** Menjalankan bisnis tak hanya butuh ide dan *passion* semata. Namun, sebuah konsep bisnis yang matang juga sangat diperlukan. Konsep bisnis yang matang akan membantu pebisnis untuk

³⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*,...hal.197-198

⁴⁰ Abdiilmu, *Persaingan Ilmu dalam Islam*, dalam <http://abidinsuccesmen.blogspot.com/2011/02/persaingan-bisnis-dalam-islam.html> , diakses pada tanggal 28 Januari 2015

bisa mengenali berbagai potensi dan pangsa pasar yang ingin dituju dalam bisnis. Selain itu konsep bisnis matang juga akan membuat bisnis bisa berjalan lebih maksimal. Dalam menentukan konsep bisnis, ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain, selera masyarakat, karakteristik atau gaya hidup masyarakat, daya beli, sumber bahan baku, sampai adanya bisnis sejenis.

- b. Perencanaan matang.** Konsep bisnis yang matang, akan membantu untuk membuat perencanaan bisnis yang juga matang. "Dalam berbisnis tak bisa asal – asalan karena dalam berbisnis, mempertaruhkan investasi yang cukup banyak. Jika perencanaan tak matang, semuanya akan sia – sia dan rugi besar. Dalam perencanaan yang matang, sebuah *business plan* harus dibuat. Yang termasuk dalam *business plan* ini antara lain: menjabarkan konsep bisnis, visi misi, rencana promosi, rencana pemasaran, karyawan, rencana pengaturan keuangan, sampai dengan menentukan analisis risiko yang mungkin dialami dalam bisnis. Dengan adanya perencanaan yang matang, bisa menentukan jalan keluar atau solusi atas setiap masalah yang mungkin akan dihadapi, termasuk menghadapi persaingan bisnis serupa.
- c. Evaluasi dan inovasi.** Persaingan dengan bisnis yang sejenis sering kali tak bisa dihindari. Namun sebenarnya persaingan ini bisa membuat jadi lebih kreatif untuk berkreasi. Dengan persaingan akan membuat jadi lebih inovatif untuk menciptakan sebuah nilai tambah dalam produk yang dijual. Inovasi yang dilakukan dalam berbagai sisi akan menarik

pelanggan untuk melihat produk yang kita buat dibanding pesaing. Selain inovasi, diperlukan juga evaluasi terhadap kelangsungan bisnis.

- d. Perluasan pasar.** Untuk menghadapi persaingan bisnis, salah satu cara yang bisa digunakan adalah dengan memperluas pasar produk. Perluasan pasar produk ini bisa berarti memperluas fokus dan target market yang disasar. Misalnya, jika awalnya hanya menjual varian makanan pedas yang diperuntukan untuk orang dewasa, tak ada salahnya untuk membuat varian menu baru yang bisa dinikmati oleh anak-anak. Perluasan pangsa pasar ini juga akan menambah pendapatan sekaligus memberi nilai tambah pada pelanggan terhadap produk yang dijual. Selain memperluas pangsa pasar, perluasan pasar juga bisa dilakukan dengan membuka cabang-cabang usaha baru. Cabang usaha baru ini akan membantu untuk menguasai pasar usaha sejenis.
- e. Standarisasi.** Memiliki banyak cabang usaha memang bisa membantu mengatasi persaingan ketat dalam bisnis. Hanya saja yang harus diperhatikan adalah kesamaan varian produk yang dijual disemua cabang yang dimiliki.
- f. Sistem.** Sebuah sistem usaha yang kuat akan membantu usaha agar bisa bertahan lebih lama dan mendapat keuntungan yang diinginkan. Buat sistem usaha yang stabil dan kuat. Setelah pondasi usaha dirasa kuat,

maka lakukan perluasan pasar dengan berbagai sistem usaha yang diinginkan, misalnya membuka cabang, sampai *franchise*.⁴¹

Dalam ajaran Islam, setiap muslim yang ingin berbisnis maka dianjurkan untuk selalu : melakukan persaingan yang sehat, jujur, terbuka dan adil.

- a. Melakukan persaingan yang sehat. Baik itu dalam bentuk tidak diperbolehkan menawar barang yang sedang ditawarkan oleh orang lain, tidak diperbolehkan membeli barang pedagang yang dari kampung yang belum tahu harga pasar, Tidak diperbolehkan pura-pura menawarkan barang dengan harga tinggi untuk mengelabui pembeli yang lain.
- b. Kejujuran. Sebagaimana makna kejujuran adalah seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya. Ketika kita memiliki sifat jujur, maka orang lain akan menaruh kepercayaan pada kita dan dia tidak perlu terlalu khawatir berbisnis dengan kita. Banyak sekali orang yang berhasil dalam dunia bisnis karena sifat jujur yang mereka miliki.
- c. Keterbukaan. Pada zaman sekarang ini, ketika manusia yang satu dengan manusia yang lain sulit sekali saling percaya, apalagi dalam masalah yang berkaitan dengan keuangan, maka setiap usaha yang ingin menjalin kerjasama dituntut untuk terbuka. Terbuka dalam arti bahwa memiliki laporan keuangan yang jelas atas usaha yang dimiliki dimana laporan keuangan tersebut bisa diaudit oleh pihak-pihak terkait. Dan sifat terbuka

⁴¹ Kusim, *Trik Menghadapi Persaingan Bisnis*, dalam akses <http://tetapadapeluang.blogspot.com/2012/06/trik-menghadapi-persaingan-bisnis.html> pada tanggal 28 januari 2015

iniilah yang merupakan salah satu kunci sukses keberhasilan Rasulullah dalam berbisnis menjual barang-barang dagangan khodijah.

- d. Keadilan. Salah satu bentuk sederhana dalam berbisnis yang berkaitan dengan keadilan adalah tidak menambah atau mengurangi berat timbangan dalam jual – beli.⁴²

2. Identifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing.

Sebelum melakukan strategi dalam menghadapi pesaing maka terlebih dulu perusahaan harus mengetahui kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh pesaing. Kekuatan yang dimiliki pesaing harus dipertimbangkan mengingat mereka dapat pula memanfaatkan kekuatan untuk melakukan serangan balik. Melihat kekuatan pesaing sangat diperlukan. Demikian pula dengan mengetahui kelemahan pesaing memudahkan perusahaan untuk melakukan serangan balik.

Identifikasi kelemahan dan kekuatan dapat dilakukan melalui tahap – tahap sebagai berikut :

1. Mencari dan mengumpulkan data tentang segala sesuatu yang berhubungan sasaran, strategi dan kinerja pesaing.
2. Mencari tahu kekuatan pesaing dalam hal keuangan, sumber daya manusia, teknologi serta lobi dipasar.
3. Mengetahui market share yang dikuasai pesaing dan tindakan pesaing terhadap pelanggan.

⁴² Mr. Mudharabah, *Ekonomi syariah : Berkah & Menguntungkan*, dalam <http://mudharabah-ekonomisyariah.blogspot.com/2010/05/etika-persaingan-bisnis-dalam.html> , diakses pada tanggal 28 januari 2015

Bagi lembaga keuangan kekuatan dan kelemahan pesaing harus dilihat dari keseluruhan, misalnya :

1. Jumlah produk yang ditawarkan
2. Jumlah nasabah yang dimiliki
3. Jumlah dana yang terhimpun
4. Jumlah dana yang disalurkan
5. Jumlah cabang yang dimiliki
6. Besarnya biaya bunga yang ditawarkan
7. Besarnya biaya lainnya seperti biaya administrasi, biaya promosi, iuran sewa, biaya tagihan, biaya kirim, dan biaya lainnya.
8. Kelebihan produk yang ditawarkan pesaing
9. Besarnya hadiah yang ditawarkan
10. Sumber daya manusia yang dimiliki
11. Teknologi yang dimiliki
12. Kecepatan dalam melayani nasabah.⁴³

C. Baitul Maal Watamwil (BMT)

1. Pengertian

Baitul maal watamwil (BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitu maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti zakat, shadaqah, dan infaq. Sedangkan *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan

⁴³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*,... hal. 232-233

penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.

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.⁴⁴

BMT berasaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berlandaskan prinsip syariah dalam Islam, keimanan, keterpaduan, kekeluargaan atau koperasi kebersamaan, kemandirian dan profesionalisme. Dengan demikian keberadaan BMT menjadi organisasi yang syah dan legal, sebagaimana lembaga keuangan syariah BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syari'ah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan untuk mau tumbuh berkembang keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan untuk mencapai sukses di dunia dan akhirat juga keterpaduan antara sisi maal dan tamwil. Kekeluargaan dan kebersamaan berarti upaya untuk mencapai kesuksesan tersebut diraih secara bersama kemandirian, berarti BMT tidak dapat hidup hanya meningkatnya partisipasi anggota masyarakat untuk itulah pola pengelolanya harus profesional.

⁴⁴ Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah (Deskripsi dan Ilustrasi)*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hal. 96

2. Tujuan BMT

Tujuan didirikan BMT adalah untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Secara rinci, tujuan BMT adalah sebagai berikut :

- a. Pelaksanaan kegiatan usaha simpan berbasis syariah
- b. Menyediaan jasa pembiayaan, investasi, dan konsumtif.
- c. Sebagai lembaga zakat atau amil zakat.
- d. Membantu pengusaha kecil dalam masalah permodalan.
- e. Menggeser peranan lintah darat.
- f. Menyelamatkan tabungan umat Islam dari tita dan menghindarkan mereka dari perbuatan maksiat/ kufur nikmat.
- g. Tersedianya semacam koperasi syariah sebagai alternatif lembaga keuangan umat.
- h. Mendirikan, membangun, dan mengembangkan BMT merupakan wujud nyata dari amal saleh dan merupakan pelaksanaan dakwah.⁴⁵

3. Fungsi BMT

Fungsi BMT, dalam rangka mencapai tujuannya BMT berfungsi :

- a. Mengidentifikasi , memobilisasi, mengorganisasi, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan potensi anggota, kelompok anggota muamalat (POSKUMA) dan daerah kerjanya.

⁴⁵ Diah setiani, *BMT*, dalam <http://www.scribd.com/doc/259280522/BMT> , diakses tanggal 13 April 2015

- b. Meningkatkan SDM anggota dan POSKUMA 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
- e. Menjadi perantara keuangan antara pemilik dana baik sebagai modal maupun penyimpanan dengan pengguna dana untuk mengembangkan usaha produktif.⁴⁶

4. Komitmen BMT

BMT mempunyai beberapa komitmen yang harus dijaga supaya konsisten terhadap perannya, komitmen tersebut adalah:

- a. Menjaga nilai-nilai syariah dalam operasional BMT
- b. Memperhatikan permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan pembinaan dan pendanaan usaha kecil.
- c. Meningkatkan profesionalitas BMT dari waktu ke waktu
- d. Ikut terlibat dalam memelihara kesinambungan usaha masyarakat.⁴⁷

5. Ciri-ciri BMT

BMT mempunyai ciri – ciri, yaitu ciri utama dan ciri khusus.

- a. Ciri Utama
 - 1) Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan masyarakat

⁴⁶ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*,...hal.129 - 131

⁴⁷ Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. . . , hal. 98

- 2) Bukan lembaga sosial, tapi bermanfaat untuk mengefektifkan pengumpulan dan pentasaarufan dana ZIS bagi kesejahteraan masyarakat
- 3) Ditumbuhkan dari bawah berlandaskan peran serta masyarakat disekitarnya
- 4) Milik bersama masyarakat bawah bersama dengan orang kaya di sekitar BMT, bukan milik perseorangan atau orang dari luar masyarakat.

b. Ciri Khusus

- 1) Staf dan karyawan BMT bertindak proaktif, tidak menunggu tetapi menjemput bola, bahkan merebut bola, baik untuk menghimpun dana anggota maupun pembiayaan.
- 2) Kantor dibuka dalam waktu yang tertentu yang ditetapkan sesuai kebutuhan pasar, kas bukan hanya siang, malam juga buka sesuai kondisi pasar.
- 3) BMT mengadakan pendampingan usaha anggota. Pendampingan ini akan lebih efektif jika dilakukan secara berkelompok (Pokusma)
- 4) Manajemen BMT adalah profesional Islami.⁴⁸

6. Prinsip Utama BMT

Dalam melaksanakan usahanya BMT, berpegang teguh pada prinsip utama sebagai berikut :

⁴⁸ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*,...hal. 132

- a. Keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dengan mengimplementasikannya pada prinsip – prinsip syariah dan muamalah islam ke dalam kehidupan nyata.
- b. Keterpaduan, yakni nilai – nilai spiritual dan moral mengarahkan etika bisnis yang dinamis, proaktif, progresif adil dan berakhlak mulia.
- c. Kekeluargaan, yakni mengutamakan kepentingan bersama diatas kepentingan pribadi.
- d. Kebersamaan, yakni kesatuan pola pikir, sikap dan cita – cita antar semua elemen BMT. Antara pengelola dengsn pengurus harus memiliki satu visi dan bersama – sama anggota untuk memperbaiki kondisi ekonomi dan sosial.
- e. Kemandirian, yakni mandiri diatas semua golongan politik. Mandiri berarti juga tidak tergantung dengan dana – dana pinjaman dan bantuan tetapi senantiasa proaktif untuk menggalang dana masyarakat sebanyak – banyaknya.
- f. Profesionalisme, yakni semangat kerja yang tinggi, yakni dilandasi dengan dasar keimanan.
- g. Istiqomah; konsisten, konsekuen, kontinuitas/ berkelanjutan tanpa henti dan tanpa putus asa.⁴⁹

⁴⁹ *Ibid.*, hal.130 - 131

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk 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 sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan Ulfa Hasanah dengan judul “Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa pada BMT Ar Rahman Udanawu Blitar” tahun 2009.⁵⁰ Penelitian ini melalui metode interview, observasi dan dokumentasi. Analisis hasil penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif, yaitu mendiskripsikan hasil wawancara dengan nasabah dan pihak BMT dan data data lainnya kemudian menganalisis dengan teori. Fokus masalah dalam penelitian ini adalah tentang persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan jasa pada BMT Ar Rahman Udanawu Blitar dan upaya yang dilakukan BMT untuk meningkatkan kualitas peayanannya. Perbedaan dengan penelitian saya adalah analisis hasil penelitian saya menggunakan interaktif. Sedangkan fokus masalah dalam penelitian saya adalah tentang strategi pelayanan yang diterapkan oleh BMT Sahara Bandung - Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis. Sedangkan Persamaan dengan penelitian saya adalah sama – sama menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode interview, dokumentasi dan observasi. Kemudian kajian pustaka membahas tentang pelayanan pada BMT.

⁵⁰ Ulfa Hasanah, *Faktor-faktor Motivasi yang Dipertimbangkan Nasabah dalam Memilih BMT Pahlawan*. (STAIN Tulungagung 2010) . Skripsi

2. Penelitian yang dilakukan Fivi Handayani dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Produk Tabungan (Study pada Nasabah BTN Malang)” tahun 2012.⁵¹ Fokus penelitian ini adalah kondisi unsur kualitas pelayanan (tangibles, emphaty, reability, responsiveness dan assurance) yang dirasakan oleh nasabah produk tabungan terhadap pengaruh loyalitas nasabah produk tabungan. Teknik analisis yang digunakan analisis Deskriptif untuk mendeskripsikan variabel bebas kualitas yang terdiri dari bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5), variabel terikatnya adalah loyalitas nasabah. Perbedaan dengan penelitian saya adalah pendekatan yang digunakan oleh peneliti ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan yang saya pakai adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan Persamaan dengan penelitian saya adalah kajian teorinya membahas tentang pelayanan dan kualitas pelayanan.
3. Heri Kristanto, dengan judul “Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan”⁵² hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel pelayanan dan variabel loyalitas yang menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dengan indicator – indikatornya seperti kecepatan pelayanan, ketepatan waktu dalam pelayanan, memahami kebutuhan nasabah, dan mengutamakan kepentingan

⁵¹Fifi Handayani “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Produk Tabungan (Study Pada Nasabah BTN Malang)”, Skripsi, dalam <http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/manajemen/article/view/7318> diakses tanggal: 27 Januari 2015

⁵² Heri Kristanto, Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan PO. Putra Jaya , skripsi tidak dipublikasikan, (Yogyakarta: STIS, 2004), Hal. 21

nasabah dan fasilitas yang diberikan. Perbedaan dengan penelitian saya adalah pendekatan yang digunakan oleh peneliti ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan yang saya pakai adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan Persamaan dengan penelitian saya adalah sama – sama membahas tentang suatu pelayanan.

4. Kajian penelitian terdahulu sebagai landasan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Wenny Widyaningtyas dengan judul “Pengaruh Mutu Pelayanan dan Mutu Pemasaran di KCP Bank Muamalat Tulungagung Terhadap Kepuasan Nasabah”.⁵³ Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif diskriptif. Sampelnya diambil secara bertujuan yaitu nasabah khusus yang berdomisili di wilayah Tulungagung dan berpendidikan minimal Diploma berjumlah 151 nasabah. Terbukti di dalam tabel *coefficients* pada masing-masing variabel (mutu pelayanan dan mutu pemasaran) diperoleh nilai sig. Sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf sig. $< \alpha = 0,000 < 0,05$ dan hipotesis penelitiannya teruji. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KCP Bank Muamalat Tulungagung adalah faktor mutu pelayanan. Karena mutu pelayanan mempunyai nilai F_{hitung} lebih besar dari faktor mutu pemasaran, sebesar 103,007 sedangkan faktor mutu pemasaran mempunyai F_{hitung} sebesar 89, 840. Persamaan adalah sama – sama mengaji tentang pelayanan yang dilakukan oleh bank. Sedangkan perbedaannya sangat mendasar yaitu peneliti

⁵³ Wenny Widyaningtyas, “Pengaruh Mutu Pelayanan Nasabah dan Mutu pemasaran di KCP Bank Muamalat Tulungagung Terhadap Kepuasan Nasabah”, Skripsi, (STAIN Tulungagung, 2011).

ini menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan penelitian yang saya buat menggunakan penelitian kualitatif.

5. Maz Nurrahman dengan Judul " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Depok."⁵⁴ Fokus Masalah dari penelitian ini adalah 1). Bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank syariah Mandiri di jalan Margonda kota Depok? 2). Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank syariah Mandiri di jalan Margonda kota Depok?

Dimana X adalah sebagai variabel yang menunjukkan tingkat pelayanan dan Y adalah sebagai tingkat kepuasan. Yang mana rumus dasar regresi adalah :

$$Y=F(X)$$

$$Y=F(X_1,X_2,X_3,X_4,X_5)$$

Keterangan :

Y= variabel yang menunjukkan tingkat kepuasan nasabah

X= variabel yang menunjukkan tingkat pelayanan.

Persamaan adalah sama – sama mengaji tentang pelayanan dan kualitas pelayanan oleh suatu bank. Sedangkan perbedaannya sangat mendasar yaitu peneliti ini menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan penelitian yang saya buat menggunakan penelitian kualitatif.

6. Dina Novita Krisni dengan judul " Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia

⁵⁴ Maz Nurrahman, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Depok*, dalam <http://maz-nurrahmat.blogspot.com/p/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap.html> , diakses pada tanggal 15 April 2015

Kantor Cabang Pembantu Tulungagung."⁵⁵ Fokus masalah dalam penulisan skripsi ini adalah, 1) Bagaimanakah peranan Customer Service dalam meningkatkan loyalitas nasabah penabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. 2) Bagaimanakah loyalitas nasabah penabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Penelitian ini dilakukan terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung dan proses pengumpulan data dalam pengumpulan ini adalah melalui metode deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan hasil wawancara dengan para pengelola dan data – data lainnya yang kemudian menganalisisnya dengan teori. Metode yang penulis gunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah induktif. Persamaan dari penelitian ini sama – sama mengaji tentang pelayanan. Kemudian sama – sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Perbedaan dengan penelitian saya adalah teknik analisis data yang digunakan penelitian dina menggunakan analisis induktif, sedangkan penelitian yang saya gunakan menggunakan analisis interaktif.

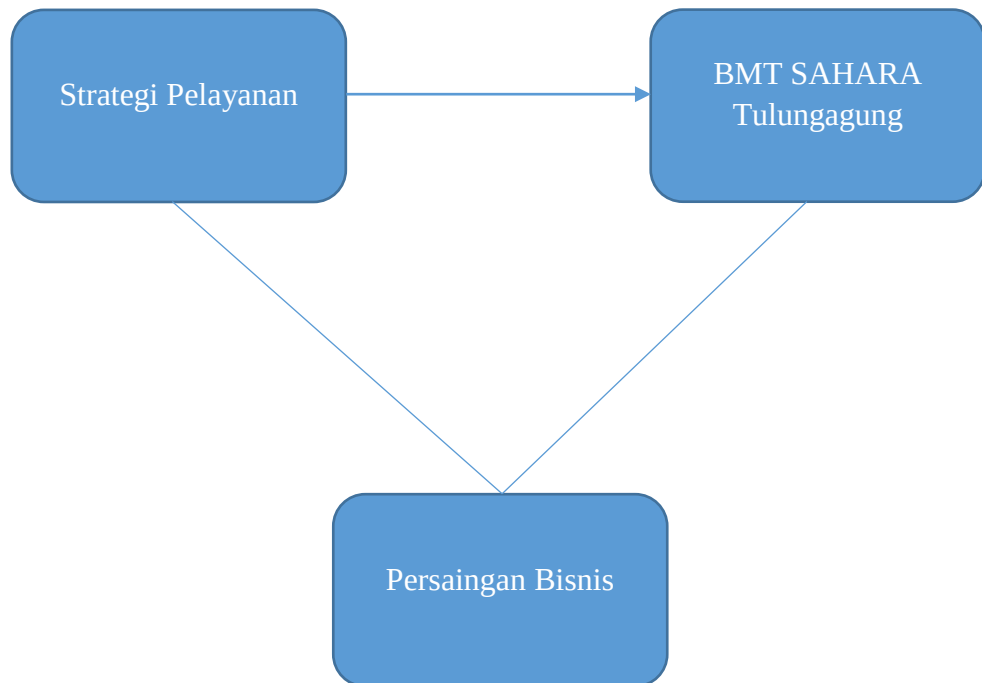
7. Qomarul Huda dengan Judul " Pengaruh Mutu Pelayanan dan Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Trenggalek ".⁵⁶ Rumusan masalah dari penelitian ini adalah (1) Bagaimanakah mutu pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Trenggalek? (2) Bagaimanakah pemasaran berpengaruh

⁵⁵ Dina Novita Krisni, *"Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung"*, skripsi. (IAIN Tulungagung, 2014)

⁵⁶ Qomarul Huda, *"Pengaruh Mutu Pelayanan dan Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Trenggalek "*, skripsi. (IAIN Tulungagung, 2014)

terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Trenggalek? (3) Diantara mutu pelayanan dan pemasaran, faktor manakah yang paling berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Trenggalek? Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari angket yang disebarakan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Trenggalek. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis, uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas data, uji regresi berganda, dan uji hipotesis. Dari hasil analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa, (1) Variabel Mutu pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah diketahui bahwa koefisien β Mutu Pelayanan bernilai positif sebesar 9,808, (2) Variabel pemasaran berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah diketahui bahwa koefisien β Mutu pemasaran bernilai negatif sebesar -11,006 dan (3) Secara bersama-sama dengan tingkat signifikansi 5% menunjukkan variabel Mutu Pelayanan dan Pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Trenggalek. Persamaandengan penelitian saya adalah sama – sama mengaji tentang pelayanan yang dilakukan oleh bank. Sedangkan perbedaannya sangat mendasar yaitu peneliti ini menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan penelitian yang saya buat menggunakan penelitian kualitatif.

E. Kerangka Berfikir



Pesaing merupakan suatu kendala bagi lembaga keuangan baik lembaga keuangan konvensional maupun lembaga keuangan syariah. Maka dari itu diperlukan suatu strategi dalam menghadapi persaingan bisnis baik dari segi produk yang ada di BMT Sahara tersebut maupun dari segi pelayanan yang diterapkan oleh BMT Sahara, agar dapat memuaskan nasabah dan tidak membuat nasabah kabur dari BMT Sahara.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, cara ilmiah berarti kegiatan itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.⁵⁷ Dengan demikian metode yang digunakan untuk meneliti “Analisis Strategi Pelayanan (Service) Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di BMT SAHARA Tulungagung” harus menggunakan cara – cara yang masuk akal, cara yang dilakukan bisa di amati oleh indera manusia, dan langkah – langkah dalam penelitian bersifat logis.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif menurut Bodgan dan Taylor sebagaimana yang di kutip oleh Ahmad Tanzeh, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang diamati. Selain itu penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.⁵⁸

⁵⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004), hal. 1

⁵⁸ Dodik Kusbiantoro, “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Dalam Penggunaan Produk Murabahah di BMT SAHARA Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung*”, Skripsi, (STAIN Tulungagung : Skripsi tidak diterbitkan, 2012), hal. 49-50

Penelitian ini diarahkan untuk mendapatkan kenyataan atau fakta-fakta yang berhubungan dengan proses atau aktifitas yang terkait dengan para nasabah dalam pembiayaan pada lembaga keuangan. Untuk mendapatkan data yang deskriptif berdasarkan data lisan, data perilaku, dan data dokumen.

Penerapan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan kemungkinan data yang diperoleh di lapangan berupa data dalam bentuk fakta yang perlu adanya analisis secara mendalam. Maka pendekatan kualitatif akan lebih mendorong pada pencapaian data yang bersifat lebih mendalam terutama dengan keterlibatan peneliti sendiri di lapangan.

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam menyelesaikan skripsi ini adalah, penelitian deskriptif-kualitatif. Yang dimaksud dengan deskriptif ialah untuk mendeskripsikan tentang strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan bisnis yang diterapkan oleh BMT Sahara Tulungagung.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana proses study yang digunakan untuk memperoleh pemecahan masalah penelitian berlangsung.⁵⁹ Pemilihan suatu lokasi penelitian harus didasari dengan pertimbangan yang baik agar bisa berjalan sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Untuk itu suatu lokasi penelitian dipertimbangkan melalui mungkin tidaknya untuk dimasuki dan dikaji lebih mendalam. Selain itu penting juga dipertimbangkan apakah lokasi

⁵⁹ Sukardi, Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hal. 53

penelitian tersebut memberi peluang yang menguntungkan bagi peneliti untuk dikaji lebih dalam.

Lokasi penelitian yaitu di BMT SAHARA Tulungagung yang bertempat di Ruko Kembang Sore No. A2 Bolorejo, Kauman – Tulungagung. Lokasi ini dipilih karena lokasinya sangat strategis, karena berada pada jalur bus jurusan Trenggalek – Tulungagung. Jadi sangat mudah jika masyarakat ingin menjadi nasabah pada BMT tersebut.

C. Kehadiran Peneliti

Dari pendekatan ini, yaitu menggunakan pendekatan kualitatif, maka amatlah penting kehadiran peneliti dimana penelitian dilakukan dengan metode lapangan atau langsung terjun ke tempat penelitian dan mencari informasi dengan fokus penelitian yang ingin didalami. Oleh sebab ini lah peneliti juga merupakan instrumen kunci jika peneliti tidak hadir dalam penelitian hasil yang didapatkan kurang otentik dengan kenyataan yang ada dilapangan. Peneliti berperan serta dalam pengumpulan data-data yang diperlukan dalam pembuatan karya ilmiah ini. Disini peneliti langsung datang ke Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) SAHARA desa Kauman dan mewancarai langsung karyawan dari Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) tersebut.

D. Data dan Sumber Data

Sumber data menurut Suharsimi Arikunto adalah subyek dari mana data itu diperoleh. Maka sumber data adalah asal dari mana data itu diperoleh

dan didapatkan oleh peneliti baik melalui observasi, wawancara, maupun dokumentasi.⁶⁰

Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 2, yakni:

1. Sumber Data Primer.

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam hal ini, sumber data primer Peneliti ialah data langsung yang berasal dari hasil wawancara mendalam (*indepth interview*). Data jenis ini akan diperlakukan sebagai sumber primer yang mendasari hasil penelitian ini. Objek penelitian ini adalah Pegawai BMT Sahara Bandung (Tulungagung).

2. Sumber Data Sekunder.

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari literatur – literatur atau bacaan yang relevan, serta dokumentasi dari BMT SAHARA yang terkait dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan 3 macam metode, yaitu:

1. Wawancara (*Interview*).

Wawancara digunakan dalam teknik pengumpulan data, apabila studi ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah

⁶⁰Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis...*hal.51

respondennya sedikit/ kecil.⁶¹ Pada metode wawancara ini peneliti menggali dan mengumpulkan data, penelitian melakukan pertanyaan dan atau pernyataan secara lisan untuk dijawab oleh responden penelitian sebagai data penelitian yang dapat dihimpun atau diperoleh dalam kegiatan pengumpulan data. Pencatatan hasil wawancara harus dilakukan secara sempurna agar kualitas hasil penelitian menjadi kenyataan, mengingat data yang diperoleh hanya dalam bentuk catatan atau berita acara yang disusun oleh peneliti sendiri.

Dalam konteks ini peneliti melakukan wawancara dengan Manajer dan karyawan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) terkait pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

2. Pengamatan (*Observasi*)

Observasi merupakan pengamatan, perhatian, atau pengawasan. Metode pengumpulan data dengan observasi artinya mengumpulkan data atau menjaring data dengan melakukan pengamatan terhadap subyek dan atau obyek penelitian secara seksama dan sistematis. Metode observasi dapat dikelompokkan berdasarkan pelaksanaan observasi maupun kerangka perencanaan pedoman observasi. Ditinjau dari penyelenggaraan atau pelaksanaan observasi, maka metode observasi dapat dibedakan menjadi observasi partisipasi dan observasi tanpa partisipasi. Observasi partisipasi adalah observasi dimana observer atau peneliti mengikuti dan menjalankan pekerjaan seperti subyek atau kelompok yang sedang

⁶¹ *Ibid.*, hal. 130

diamati. Sedang observasi non partisipan merupakan kebalikan dari observasi partisipan, dimana observer atau peneliti benar-benar bertindak sebagai orang diluar kelompok subyek yang diamati. Metode observasi ditinjau dari kerangka perencanaan yang diamati, maka dapat dibedakan menjadi observasi sistematis dan observasi non sistematis. Observasi sistematis yaitu observasi dengan melakukan perencanaan dan perumusan materi yang diamati sebagai pedoman pelaksanaan observasi. Observasi ini sering disebut dengan observasi berpedoman atau terpimpin tau terstruktur. Sementara itu, observasi non sistematis tentu saja observasi yang tidak menggunakan pedoman secara ketat, observasi yang lebih “bebas”. Metode observasi non sistematis ini dalam mekanisme kerjanya seperti melakukan wawancara tidak terstruktur. Observer langsung melakukan pengamatan dengan menemui subyek dan mencari obyek pengamatan dalam penelitian.⁶²

Secara umum observasi dapat dilaksanakan dengan partisipasi yaitu, pengamat ikut menjadi peserta kegiatan. Dalam observasi ini peneliti gunakan untuk mengetahui bagaimana proses analisis strategi pelayanan yang dilakukan BMT SAHARA untuk menghadapi persaingan bisnis.

⁶² Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hal. 138.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Metode ini, peneliti gunakan untuk memperoleh data yang mencatat meliputi letak geografis, sejarah awal mulanya berdirinya, visi, misi, tujuan, serta struktur organisasi di BMT SAHARA.

F. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari *interview*, *observasi*, dan dokumentasi disusun secara berkelompok sesuai dengan fokus penelitian, kemudian dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Analisis data ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis interaktif. Menurut Milles & Huberman analisis interaktif maksudnya peneliti melakukan proses pengumpulan data yang mencakup tiga komponen yang saling berkaitan, yaitu : pengumpulan data (data yang diperoleh dari lapangan dikumpulkan), reduksi data (mengidentifikasi data, kemudian diklasifikasikan menjadi beberapa kategori. Dalam reduksi data, data yang diperoleh disederhanakan dan diseleksi relevansinya dengan masalah penelitian, sedangkan data yang tidak diperlukan dibuang), dan penarikan kesimpulan (kegiatan penyimpulan merupakan kegiatan lebih lanjut dari kegiatan reduksi. kesimpulan final ini diharapkan dapat diperoleh setelah pengumpulan data selesai).

G. Pengecekan keabsahan temuan

Keabsahan temuan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kriteria kredibilitas (derajat kepercayaan). Hal ini dimaksudkan untuk membuktikan bahwa apa yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan. Agar data yang diperoleh tidak diragukan lagi maka dalam penelitian ini diperlukan pengecekan keabsahan data dengan cara :

1. Triangulasi.

Triangulasi adalah tehnik keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar untuk keperluan pengecekan atau suatu pembandingan untuk pengecekan data itu. Peneliti berusaha mengkaji data dengan mengkaji beberapa sumber dan metode serta peneliti mengadakan pengecekan dengan teori yang dikemukakan para ahli. Peneliti menerapkan triangulasi dengan menghasilkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara juga suatu dokumen yang berkaitan.⁶³

Ada empat macam triangulasi yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori yaitu:

- a. Penulis menggunakan sumber, artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda.
- b. Penulis menggunakan metode Menurut Patton terdapat dua strategi, 1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa

⁶³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 330

teknik pengumpulan data, 2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data menggunakan metode yang sama.

- c. Penyidik Yaitu dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data.
- d. Penulis menggunakan teori Menurut Lincoln dan Guba, berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori.⁶⁴

H. Tahap – tahap Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa tahapan penelitian yang perlu dilakukan agar proses penelitian lebih terarah, terfokus serta tercapai kevalitan yang maksimal serta memperoleh hasil yang diinginkan. Adapun tahap – tapannya sebagai berikut :

- a. Tahap Persiapan atau Pendahuluan.

Pada tahap ini, peneliti mulai mengumpulkan buku – buku atau teori – teori yang berkaitan dengan strategi pelyanan dalam meningkatkan kinerja menghadapi persaingan bisnis.

- b. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data – data yang berkaitan dengan masalah penelitian dari lokasi penelitian. Dalam proses pengumpulan data ini, penulis menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

⁶⁴ *Ibid.*, hal. 331

c. Tahap Analisa Data.

Pada tahapan ini, penulis menyusun semua data yang telah terkumpul secara sistematis dan terinci sehingga data tersebut mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain secara jelas.

d. Tahap Pelaporan

Tahap ini merupakan tahapan terakhir dari tahapan penelitian yang penulis lakukan. Tahap ini dilakukan dengan membuat laporan tertulis dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Laporan ini akan ditulis dalam bentuk skripsi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Profil BMT Sahara

BMT adalah sebuah Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai dengan syariat Islam. BMT merupakan institusi yang menjalankan 2 kegiatan cara terpadu, yaitu *Baitul Maal* (melakukan kegiatan sosial dan dakwah), dan *Baitul Tamwil* (melakukan kegiatan bisnis). Sehingga kegiatan BMT adalah mengembangkan usaha – usaha produktif dengan mendorong kegiatan menabung dan menyalurkan pembiayaan produktif, juga melaksanakan kegiatan sosial dengan menggalang titipan dana sosial, seperti zakat, infaq dan shodaqoh serta mendistribusikannya dengan prinsip pemberdayaan masyarakat sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

Kopseyah BMT Sahara adalah Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang berperan sebagai motor penggerak dan media penghubung antara *aghnia'* (pihak yang berkelebihan dana) dan *dhuafa* (pihak yang kekurangan dana) dengan menerapkan prinsip – prinsip muamalah islam. Hal ini bertujuan untuk membantu beban ekonomi masyarakat yang sering kali terperosok oleh tangan – tangan rentenir yang mencekoki bunga yang tinggi dan hanya bertujuan *profit oriented*.

Kopsyah BMT Sahara sebagai lembaga keuangan alternatif yang didirikan oleh, dari dan untuk masyarakat ingin memberikan harapan baru bagi pengembangan ekonomi masyarakat bawah. Ini karena perputaran dananya semaksimal mungkin digunakan untuk masyarakat sendiri sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan dan tradisi masyarakat.

Berangkat dari perjalanan panjang mulai dari proses pendirian sampai dengan masa pertumbuhan di tahun ke- 15 ini, pengkokohan sistem kelembagaan dan keuangan BMT Sahara secara *massive* perlu ditingkatkan.⁶⁵ BMT Sahara berdiri pada tanggal 10 Maret 1999 dan beroperasi secara legal dengan Sertifikat Operasi yang dikeluarkan oleh Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) Nomor : 10115/SO/Pinbuk/III/1999 sebagai Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) BMT binaan PINBUK berdasar naskah kerja sama antara Bank Indonesia dengan PINBUK Nomor : 003/MOU/PH.BK.PINBUK/IX-95 tanggal 27 September 1995. Kemudian BMT Sahara diperkuat dengan Badan Hukum dari Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah disahkan oleh Kantor Koperasi dan UKM melalui SK Nomor : 188.2/164/BH/XVI.29/304/XII/2006.⁶⁶

2. Visi, Misi, Tujuan dan Motto BMT Sahara.

- a. Visi BMT Sahara :** Terwujudnya BMT yang terdepan, tangguh dan profesional dalam membangun ekonomi umat.

⁶⁵ Dokumen BMT Sahara, *RAT KOPSYAH BMT SAHARA*, (Tulungagung, 2014), hal. 9

⁶⁶ *Ibid.*, hal. 12

b. Misi :

- Memberikan layanan yang prima kepada seluruh anggota, mitra dan masyarakat luas.
- Mendorong anggota, mitra dan masyarakat luas dalam kegiatan menabung dan investasi.
- Menyediakan permodalan dan melakukan pendampingan usaha bagi anggota, mitra dan masyarakat.
- Memperkuat permodalan sendiri dalam rangka memperluas jaringan serta menambah produk dan fasilitas jasa layanan.
- Mencapai pertumbuhan dan hasil usaha BMT yang layak serta profesional dan berkelanjutan.
- Turut serta dalam gerakan pengembangan ekonomi syariah.

c. Tujuan : meningkatkan kesejahteraan bersama memulai kegiatan ekonomi yang menaruh perhatian pada nilai – nilai dan kaidah – kaidah muamalah yang teguh keadilan, keterbukaan dan kehati – hatian.

d. Motto : "*Menjalin ukhuwah menuju kebangkitan ekonomi ummah*".⁶⁷

3. Produk BMT Sahara.

1. SIMASIS (Simpanan Masyarakat Islami) merupakan simpanan anggota yang didasarkan *Akad Wadiah Yad Dhomanah* dan *Mudharabah*. Atas seijin penitip dana yang disimpan padan rekening SIMASIS dapat dimanfaatkan. Penarikan maupun penyeteroran dari produk SIMASIS dapat dilakukan oleh pemegang rekening setiap saat/ sewaktu – waktu.

⁶⁷ *Ibid.*, Dokumen BMT Sahara, hal. 9-10

2. SIMASIS Berjangka (Deposito) adalah jenis simpanan anggota yang diperuntukkan bagi anda yang menginginkan menyimpan dana dalam jangka waktu yang relatif lama dengan prinsip syariah. Produk ini didasarkan pada *Akad Wadiah Yad Dhomanah* dan *Mudharabah*.
3. Produk Pinjaman Modal/ Pembiayaan dengan sektor pertanian, perdagangan, perternakan, konsumtif, sektor jasa/ investasi, sektor industri kecil, konveksi dan sektor lain. Akad pembiayaan yang digunakan adalah :
 - a. *Mudharabah* adalah akad antara dua pihak dimana anggota sebagai *mudharib* (pengelola usaha) dan yang lain sebagai *Shohibul Maal* (penyedia modal), atas kerjasama ini berlaku sistem bagi hasil dengan nisbah yang telah disepakati.
 - b. *Musyarakah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing – masing pihak memberi kontribusi dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.
 - c. *Murabahah* adalah pembiayaan melalui sistem pengadaan barang dan didalamnya terdapat kesepakatan besarnya pemberian *mark up* dan pelunasannya dapat diangsur ataupun jatuh tempo sesuai dengan kesepakatan (akad).
 - d. *Qardul Hasan*, pembiayaan dengan tujuan kebajikan yang diperuntukkan bagi anggota dengan pertimbangan sosial dan tidak

diambil keuntungan dari padanya, anggota hanya diwajibkan mengembalikan pokok pinjaman saja.⁶⁸

4. Struktur Organisasi.⁶⁹

a. Susunan Pengawas Kopsyah BMT Sahara

No.	Nama	Alamat	Jabatan
1	KH. Hadi Mahfudz	Bolorejo Kauman Tulungagung	Pengawas Syariah
2	H.Nyadin, MAP	Bago Tulungagung	Pengawas Manajemen
3	H.Rohmat Shidiq	Suruhan Kidul Bandung	Pengawas Keuangan

b. Susunan Pengurus Kopsyah BMT Sahara

No.	Nama	Alamat	Jabatan
1	H.Moch. Subchan	Batangsaren Kauman T.Agung	Ketua
2	H.Abdul Aziz Purwanto	Ketanon Kd.waru T.Agung	Wakil Ketua
3	Drs. Zulkomen Ahmad	Mangunsari Kd.waru T.Agung	Sekretaris
4	Bambang El Faruq	Mangunsari Kd.waru T.Agung	Bendahara

c. Pengelola/ Karyawan BMT Sahara

No.	Nama	Alamat	Jabatan
1	H.Mustofa, SE, MM.	Plosokandang Kd.waru T.Agung	Manajer
2	Mamik Muyanti, SP	Tretek Tulungagung	Kasir/ ZIS
3	Rifa Kuswoyo	Tawangsari Kd.waru T.Agung	Pembiayaan
4	Vidha Ariani, S.Sos.	Tiudan Gondang T.Agung	Pembukuan/ Teller
5	Erni Susanti, S.Pd.	Bendungan Gondang T.Agung	Tabungan/ Teller
6	Ropingi	Rejosari Gondang T.Agung	Pembiayaan
7	Susilo, A.Ma.	Bantengan Bandung T.Agung	Manajer Cabang
8	M. Ali Tamrin, SHI,M.Sy.	Suwaru Bandung T.Agung	Pembiayaan
9	Nunuk Mahanani, S.kom	Melis Gandusari Trenggalek	Kasir Kancab
10	Inganatus Solihah, Amd	Nggunggahan Bandung	Pembukuan

⁶⁸ Brosur BMT Sahara

⁶⁹ Dokumen BMT Sahara, RAT KOPSYAH BMT SAHARA...hal. 13

		T.Agung	Kancab
11	Haryanto	Tanggulwelahan Besuki T.Agung	Pembiayaan
12	Ramadhan	Penjor Pagerwojo T.Agung	Collector
13	Ahmad Rifqy Syafi'i, SEI	Suruhankidul Bandung T.Agung	Marketing
14	M. Ivan Wahyudi, S.PdI	Karangrejo Boyolangu T.Agung	Administrasi

Sumber : Dokumen BMT Sahara

5. Pelayanan BMT Sahara Tulungagung

Strategi pelayanan yang efektif yang dilakukan pada BMT Sahara adalah sesuai dengan prosedur dari BMT Sahara ini, seperti melakukan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan para anggota/ nasabah. Dari segi SDM, kita harus memanusiakan manusia maksudnya disini adalah bahwa kita dalam memberikan pelayanan harus menghargai nasabah, membantu memberikan informasi apa yang dibutuhkan nasabah, dan kita juga bisa membantu manajemen usaha nasabah. Kemudian dari segi organisasi, kita lakukan forum – forum kelompok usaha muamalah, Rapat Akhir Tahunan untuk pembinaan anggota BMT Sahara dan Rapat Rencana Kerja. Kemudian yang terakhir dari segi teknologi, kita sangat memanfaatkan alat teknologi, misalnya nasabah bisa menelpon kantor untuk mengambil angsuran, bisa menggunakan sistem transfer dari rekening BMT Sahara.⁷⁰

Tentu saja dalam melakukan suatu pelayanan agar nasabah merasa puas harus didukung dari ketiga segi tersebut. Kemampuan SDM dan tidak tersedianya teknologi yang lengkap akan sangat mempengaruhi pelayanan BMT Sahara dalam memuaskan nasabahnya. SDM harus dibekali

⁷⁰ Wawancara Bapak H. Mustofa , (*Manajer BMT Sahara*), Tanggal 19 Mei 2015, jam 09.40, di Kantor BMT Sahara Tulungagung

pengetahuan tentang bagaimana pelayanan yang baik agar nasabah yang datang akan merasa puas dan nyaman menjadi nasabah BMT Sahara.

Adapun pelayanan yang baik yang diterapkan oleh BMT Sahara sebagai berikut :

- a. Selalu menerapkan senyum sapa salam
- b. Menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap dan baik
- c. Tidak menggurui nasabah dalam arti kita menghargai pendapat nasabah
- d. Melayani secara tepat dan akurat
- e. Mampu menyelesaikan masalah nasabah tepat waktu.⁷¹

Hal ini dapat meningkatkan kepuasan nasabah karena nasabah akan merasakan bahwa kepentingannya dapat dilakukan atau dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab oleh karyawan. Dalam melayani nasabah atau calon nasabah karyawan harus menguasai pengetahuan mengenai produk – produk dan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah yang ada di BMT secara keseluruhan.

6. Profil Nasabah.

Untuk wawancara dalam penelitian ini peneliti memilih nasabah aktif BMT Sahara Tulungagung yang berdomisili di wilayah Tulungagung. Adapun jumlah nasabah yang ditentukan sebagai terwawancara adalah sebanyak 2 orang nasabah. Setiap nasabah di wawancarai untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah di sediakan peneliti.

⁷¹ *Ibid*

B. Temuan Hasil Penelitian.

1. Wawancara dengan Manajer BMT Sahara.

a. Strategi Pelayanan yang dilakukan BMT Sahara.

Dari penelitian yang saya lakukan, saya melakukan wawancara dengan salah satu pengelola BMT Sahara yaitu manajer dari BMT Sahara, dengan hasil penelitian sebagai berikut :

- 1) Bagaimana strategi pelayanan yang efektif yang bapak terapkan pada BMT Sahara ini ?

"Yang kita lakukan adalah sesuai prosedur dari BMT Sahara ini, seperti melakukan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan para anggota/ nasabah. Dari segi SDM, kita harus memanusiakan manusia maksudnya disini adalah bahwa kita dalam memberikan pelayanan harus menghargai nasabah, membantu memberikan informasi apa yang dibutuhkan nasabah, dan kita juga bisa membantu manajemen usaha nasabah. Kemudian dari segi organisasi, kita lakukan forum – forum kelompok usaha muamalah, Rapat Akhir Tahunan untuk pembinaan anggota BMT Sahara dan Rapat Rencana Kerja. Kemudian yang terakhir dari segi teknologi, kita sangat memanfaatkan alat teknologi, misalnya nasabah bisa menelpon kantor untuk mengambil angsuran, bisa menggunakan sistem transfer melalui rekening kantor".⁷²

Dari pemamparan yang disampaikan oleh Bapak Mustofa selaku Manajer BMT Sahara Tulungagung bahwa dalam melakukan strategi pelayanan yang efektif BMT Sahara harus mempunyai SDM yang berpengalaman, teknologi yang lengkap dan organisasi yang dapat memperkuat suatu lembaga agar selalu kompak dan selalu bekerja sama dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah.

⁷² Wawancara Bapak H. Mustofa , (Manajer BMT Sahara), Tanggal 19 Mei 2015, jam 09.40, di Kantor BMT Sahara Tulungagung

- 2) Menurut bapak faktor pendukung apa yang sangat mempengaruhi terhadap mutu pelayanan di BMT Sahara ?

*"Ada dua faktor pendukung yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dari faktor internal, SDM harus dibekali dengan pengetahuan yang matang dengan harapan bisa memuaskan nasabah. Upaya yang dilakukan adalah dilakukannya diklat – diklat dan pelatihan – pelatihan. Sedangkan dari faktor eksternal, kita menjalin hubungan baik dengan masyarakat, Dinas Koperasi, Kantor Pemerintah Desa, Kecamatan dan lembaga lain yang bisa bekerja sama dengan BMT dan tersedianya sarana dan prasarana yang kami miliki, seperti kursi tunggu nasabah yang nyaman, kelengkapan teknologi yang kami miliki dalam proses melayani nasabah."*⁷³

Dari penjelasan Bapak Mustofa faktor pendukung yang mempengaruhi mutu pelayanan adalah dari SDM itu sendiri. Jika SDM tidak didukung maka pelayanan pun juga akan berkurang, akibatnya nasabah merasa tidak puas. Dan dari komunikasi antara BMT Sahara dengan jaringan lain/ lembaga lain diluar BMT. Kemudian dari segi sarana dan prasarana yang nyaman dan lengkap.

- 3) Bagaimana ciri – ciri pelayanan yang baik yang anda terapkan?

*"Selalu menerapkan senyum sapa salam, menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap dan nyaman, tidak menggurui nasabah dalam arti kita menghargai pendapat nasabah, melayani secara tepat dan akurat, mampu menyelesaikan masalah nasabah dari awal sampai akhir, memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi yang dilakukan oleh semua nasabah, berbicara dengan bahasa yang sopan dan jeas."*⁷⁴

Dari penuturan Bapak Mustofa BMT Sahara harus menerapkan senyum sapa salam, harus menghargai nasabah, harus mampu

⁷³ Ibid

⁷⁴ Ibid

menyelesaikan masalah nasabah, tepat waktu dan harus tersedianya sarana dan prasarana. Itulah yang menjadikan ciri – ciri pelayanan yang baik yang diterapkan oleh BMT Sahara.

- 4) Suatu pelayanan mempunyai dasar – dasar dalam memberikan pelayanan. Apakah dasar – dasar dalam pelayanan diterapkan pada BMT Sahara? Jika diterapkan apa saja dasar – dasar yang diterapkan di BMT Sahara ini ?

*"Dasar – dasar yang kita gunakan adalah sesuai dengan SOP (Standar Operasional dan Prosedur) yaitu kita harus akrab kepada semua nasabah, berpakaian dengan sopan, berbicara dengan benar dan sopan, selalu menyapa nasabah dengan sopan, mengargai nasabah, dan mampu menangani masalah nasabah, selalu mempersilahkan nasabah duduk jika sedang menunggu."*⁷⁵

Dari jawaban yang disampaikan oleh Bapak Mustofa yang melandasi pelayanan yang diterapkan oleh BMT Sahara adalah sesuai dengan SOP yaitu Standar Operasional dan Prosedur, salah satunya berisi tentang dasar – dasar dalam memberikan pelayanan yaitu berbicara sopan santun, berpakaian dengan sopan, bersikap akrab dengan semua nasabah dan menghargai semua nasabah.

- 5) Dalam pelayanan terdapat pelayan prima. Apakah BMT Sahara ini menerapkan pelayanan prima? Jika iya, pelayanan seperti apakah itu?

"Tentu saja kita terapkan, dalam SOP pelayanan prima yang kita terapkan seperti tidak memotong pembicaraan nasabah, tenang dalam menangani nasabah, senyum dengan nasabah, melayani nasabah sesuai dengan satu waktu, menggunakan

⁷⁵ Ibid

*waktu seakurat mungkin, menindak lanjuti secara tuntas, tidak menggurui nasabah, dan membina hubungan baik dengan nasabah, kami selalu mengikuti perkembangan dunia perekonomian dalam hal pelayanan agar tercapainya kepuasan nasabah, penguasaan pengetahuan karyawan tentang segala hal, dan kita selalu menjamin kerahasiaan transaksi yang dilakukan nasabah, tersedianya perlengkapan yang lengkap seperti komputer, wifi, jaringan LAN, dll."/*⁷⁶

Dari pemaparan yang disampaikan Bapak Mustofa dalam menerapkan pelayanan prima antara lain tentu saja karyawan BMT Sahara tidak boleh memotong pembicaraan nasabah, harus bersikap tenang dalam menangani nasabah, membina hubungan baik dengan nasabah, selalu tersenyum dan menyapa setiap saat nasabah datang, harus menggunakan waktu seakurat mungkin dan harus menyelesaikan masalah nasabah secara tuntas.

6) Bagaimana cara BMT Sahara ini untuk mengukur suatu kualitas pelayanan?

"Untuk mengukur kualitas pelayanan yang kita lakukan melalui :

Yang pertama yaitu kemampuan karyawan kita dalam memberikan pelayanan secara benar. Dalam memberikan informasi harus jujur tidak boleh dikurangi ataupun dilebihi.

Yang kedua yaitu kemampuan karyawan kita, yang meliputi kecepatan, ketepatan dan keakuratan dalam melayani nasabah.

Yang ketiga yaitu kemudian melalui rasa simpati karyawan kita terhadap nasabah yang meliputi menghargai nasabah, mendengarkan semua keluhan nasabah.

Yang ke empat yaitu kita ukur dari sarana dan prasarana yang kita miliki yang meliputi teknologi yang lengkap seperti komputer sudah kita sediakan, yang ada di pusat sebanyak 4 dan ada di cabang sebanyak 2 buah dan kita juga memasang wifi dan jaringan LAN yang memudahkan kita dalam melayani nasabah dan ruangan yang nyaman, kita memiliki 2 buah gedung yaitu

⁷⁶ Ibid

kantor pusat yang berada di kauman dan kantor cabang yang ada di Bandung.

Dan yang kelima yaitu kita selalu memberikan yang terbaik kepada nasabah, tentunya dalam hal kerahasiaan data nasabah, jaminan yang kami berikan kepada nasabah berupa diadakannya RAT tersebut. Dalam buku RAT ada publikasi dari dana yang masuk dan keluar dari BMT. Jadi kepercayaan nasabah yang menjadi jaminan. Kemudian kita mempunyai lembaga penjamin, jika sewaktu – waktu kita kekurangan dana, kita bisa mengambil ke KOPSAT (Koperasi Pusat)"⁷⁷

Dari ungkapan Bapak Mustofa untuk mengukur kualitas pelayanan yang sudah diberikan kepada nasabah adalah dari karyawan dan sarana dan prasarana dari BMT Sahara. Dari kemampuan yang dimiliki karyawan dan tersedianya sarana dan prasarana dapat dilihat kualitas pelayanan yang dimiliki oleh BMT Sahara. Jika dari kedua faktor tersebut diterapkan dengan baik tentu saja kualitas yang dimiliki juga akan baik, dan sebaliknya. Bukan hanya itu BMT Sahara juga dapat mengukur kualitas pelayanannya dengan jaminan yang diberikan kepada nasabah, apakah jaminan yang diberikan kepada nasabah sudah mendapat kepercayaan nasabah atau belum.

7) Bagaimana etika pelayanan yang diberikan kepada nasabah?

"Kita selalu menghormati semua nasabah, menghargai pendapat nasabah, selalu bertanya apa keperluan nasabah, selalu memberikan penjelasan tentang apa yang diinginkan oleh nasabah, sopan santun, selalu menerapkan senyum sapa salam, sabar dan telaten dalam menghadapi nasabah,"⁷⁸

" kita selalu menganjurkan kepada karyawan untuk berpakaian yang rapi dan sopan, kita mempunyai pakaian kantor 3 buah yang kita gunakan setiap hari senin – sabtu, berbicara dengan sopan dan jelas, bersikap dan bertingkah laku secara luwes agar nasabah merasa nyaman, dalam menatap nasabah tidak

⁷⁷ Ibid

⁷⁸ Ibid

*boleh dengan sinis harus dengan lembut dan penuh perhatian, dan cara bertanya kita kepada nasabah harus disesuaikan, jika nasabah kita pendiam, kita harus proaktif untuk bertanya, sedangkan untuk nasabah yang cerewet kita harus sabar dalam mendengarkan keluhan nasabah."*⁷⁹

Dari penuturan Bapak Mustofa dalam beretika kita harus selalu menghormati dan menghargai semua nasabah kita, selalu bersikap sopan santun dalam melayani, selalu menerapkan senyum sapa salam dan bersedia memberikan informasi dan penjelasan kepada nasabah, bersikap dan bertingkah laku dengan sopan dan wajar, berpenampilan yang menarik dan sopan, kemudian sabar dalam menangani nasabah.

8) Apa saja larangan yang diterapkan dalam etika memberikan pelayanan kepada nasabah ?

*"Tidak boleh melanggar syariah Islam yang meliputi tidak boleh berkata kotor, berpakaian tidak sopan, tidak boleh menyombongkan diri, tidak boleh menggurui nasabah, tidak boleh mempunyai sifat bersangka buruk, dilarang meninggalkan nasabah tanpa alasan, dilarang cemberut atau lesu didepan nasabah, dilarang mengabaikan nasabah, dan dilarang melakukan hal lain saat melayani nasabah, misalnya makan dan minum."*⁸⁰

Dari jawaban Bapak Mustofa ada beberapa larangan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yaitu dilarang berkata kotor, berpakaian tidak sopan, tidak boleh mempunyai sifat bersangka buruk, menyombongkan diri, dan tidak boleh meninggalkan nasabah tanpa memberikan alasan kepada nasabah.

⁷⁹ Wawancara Bapak H. Mustofa , (*Manajer BMT Sahara*),, Tanggal 01 Juni 2015, jam 09.00, di Kantor BMT Sahara Tulungagung

⁸⁰ *Ibid.*, tanggal 19 Mei 2015 jam 09.40

b. Strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan bisnis.

- 1) Apa saja yang harus dipersiapkan dalam menghadapi persaingan bisnis ?

"Yang kami persiapkan adalah dengan mempersiapkan antara lain : Pertama adalah konsep yang kita miliki antara lain pelayanan menjadi prioritas utama, yang kita harapkan adalah nasabah pulang dari BMT merasa puas. Kemudian pengelolaan dengan baik berdasarkan ajaran islam.

Kedua yaitu perencanaan yang kita susun, antara lain menjalankan konsep yang sudah matang, kemudian kembali lagi kepada misi dan visi kita yaitu terwujudnya BMT yang terdepan dan memberikan pelayanan prima untuk tercapainya kepuasan nasabah, melakukan promosi dan pemasaran melalui membagikan payung berlogo BMT Sahara kepada nasabah, melalui media sosial, dan kegiatan keagamaan maupun sosial yang kita sponsori. Dan perencanaan dalam memperkecil resiko dengan menerapkan pengelolaan BMT sesuai SOP dan SOM, jika dalam melakukan survei pembiayaan harus sesuai dengan SOP, jika tidak layak tidak usah dipaksakan.

Yang ketiga adalah setiap awal bulan kita selalu mengadakan rapat dalam hal mengevaluasi hasil kinerja selama satu bulan. Rapat tersebut rutin dilakukan agar dapat lebih baik dari sebelumnya, kemudian agar tidak monoton kita menyediakan tabungan anggota melalui arisan dan pendampingan nasabah dalam manajemen usaha nasabah.

Yang keempat yaitu dengan menguatkan SDM yang kita punya untuk mengikuti perkembangan yang ada, menguatkan permodalan kita, dan menguatkan kelembagaan kita.

Yang kelima yaitu dengan kita membangun cabang yang ada di bandung, kemudian membangun jaringan sesama lembaga keuangan lain, dan membangun komunikasi dengan pemerintah, baik bari kantor kecamatan, kantor desa, dll. Dan yang keenam adalah standar antara kantor pusat dan kantor cabang baik dari produ maupun dari segi apapun sama, karena dalam suatu transaksi pembiayaan harus ada tandatangan dari manajer pusat."⁸¹

"kita melakukan persaingan dengan cara yang sehat, seperti tidak menawarkan nisbah yang tinggi kepada nasabah. Kemudian kita selalu jujur dan terbuka dengan nasabah, informasi apapun yang dibutuhkan nasabah, kita selalu terbuka dan jujur dalam memberikan informasi. Dalam hal pembagian

⁸¹ Ibid

*nisbah bagi hasil kita selalu memperhitungkan dengan matang, agar tidak membebani nasabah dan tidak membebani BMT, jadi sama – sama berkah dan untung.*⁸²

Dari perkataan Bapak Mustofa dalam mempersiapkan untuk menghadapi pesaing – pesaingnya adalah menguatkan SDM yang dimiliki agar dapat mengikuti perkembangan yang ada, kemudian menguatkan permodalan yang ada agar bisa bersaing, menguatkan kelembagaan, semakin kuat suatu lembaga maka akan sulit untuk terjatuh. Dan yang terakhir membangun mitra kerja dari lembaga – lembaga lain, kemudian membuat konsep dan perencanaan yang matang agar tidak kalah bersaing, selanjut mengevaluasi hasil yang sudah dicapai agar lebih baik dari sebelumnya dan membuat inovasi yang baru agar tidak monoton. Buksn hanya itu saja cara bersaing yang dilakukan BMT Sahara dengan bersaing secara sehat, jujur dan terbuka, kemudian BMT juga bersikap adil kepada nasabah.

2) Bagaimana cara bapak mengidentifikasi suatu kelemahan dan kekuatan pesaing ?

"Cara yang kita lakukan adalah menggunakan analisa SWOT, sebelum mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing, kita harus mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan kita terlebih dahulu. Jika kita sudah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman kita maka cara selanjutnya adalah mencari sumber/ data tentang pesaing – pesaing kita yang berisi tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing. Kekuatan yang kita miliki adalah kita menggunakan sistem syariah, kemudian sikap profesional yang dimiliki karyawan kita, kita mempunyai tokoh – tokoh yang terpandang di daerah Tulungagung, kemudian banyak dari karyawan kita yang mengikuti organisasi, jadi sangat mudah dalam mempromosikan

⁸² *Ibid.*, tanggal 1 Juni 2015 jam 09.00

*BMT. Kelemahan yang kita miliki adalah masyarakatnya masih banyak yang belum memahami prinsip syariah, jadi kita harus benar – benar sabar dalam menjelaskan prinsip syariah, kemudian permodalan kita masih kecil karena kita lembaga mikro, jadi jika ada yang mengajukan pembiayaan sebesar 100juta kita masih kesulitan dalam memberikan pembiayaan tersebut. Peluang yang kita miliki adalah masyarakat Tulungagung mayoritas beragama islam, jadi kita sangat mudah untuk berbaur dengan mereka. Kemudian kebanyakan usaha masyarakat Tulungagung adalah usaha mikro. Kemudian yang terakhir jaringan yang dimiliki BMT ada di berbagai organisasi. Ancaman yang kita miliki berasal dari internal dan eksternal, jika dari internal adalah dari karyawan kita yang tidak amanah, kemudian jika dari eksternal adalah berasal dari bank – bank lain yang memiliki permodalan lebih dari kita. Setelah ke empat analisa tersebut kita ketahui kemudian kita mengumpulkan data pesaing agar kita bisa mengetahui kelemahan dan kekuatan pesaing, begitu juga kita dapat mengetahui peluang kita seberapa banyak dan dimana. Dari kekuatan pesaing yang kita temukan adalah permodalannya lebih besar dibanding dengan permodalan yang kita miliki. Kemudian kelemahan yang dimiliki oleh pesaing adalah lembaga keuangan lain kebanyakan bukan penduduk asli Tulungagung, kebanyakan mereka pendatang, jadi mereka sangat sulit mengakses kemasyarakat."*⁸³

Dari jawaban Bapak Mustofa cara untuk mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan dengan melakukan analisis SWOT, setelah dianalisis kekuatan dan kelemahan yang kita miliki setelah itu mencari sumber/ data pesaing – pesaing yang ada kemudian dikumpulkan datanya dan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT.

2. Hasil wawancara dengan Karyawan BMT Sahara Tulungagung.

- 1) Bagaimana cara anda dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah ?

"Bahwasanya kita selalu menerapkan senyum, sapa, salam. Kita selalu memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan

⁸³ *Ibid*

sabar dan telaten, bersikap rendah hati, dengan sepenuh hati membantu menyelesaikan masalah nasabah, berbicara yang sopan, setia mendengarkan keluhan nasabah, dan tentu saja kita menyelesaikan masalah secara tuntas".⁸⁴

Dari jawaban Bapak Ivan dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah tentunya karyawan BMT selalu menerapkan senyum sapa salam, kemudian sopan dalam berpakaian maupun perkataannya, mampu menyelesaikan masalah nasabah dengan akurat dan sabar dalam menghadapi nasabah.

- 2) Dalam setiap bertransaksi, baik nasabah penabung maupun nasabah angsuran, bagaimana cara anda memberikan pelayanan agar nasabah merasa puas bertransaksi di BMT Sahara ?

"Pada saat nasabah datang ke BMT Sahara yang kita lakukan adalah menerapkan senyum dan mengucapkan salam, setelah itu kita harus menyapa nasabah, bersikap akrab kepada semua nasabah, kemudian menanyakan keperluan nasabah, apakah mengansur atau menabung. Kemudian pada saat kita memproses data kita mempersilahkan nasabah untuk menunggu ditempat duduk yang sudah BMT Sahara sediakan. Dan yang terakhir kita selalu mengucapkan kata terimakasih setiap selesai bertransaksi dengan nasabah." ⁸⁵

Dari perkataan Bapak Ivan dalam memberikan pelayanan saat bertransaksi yang pertama dilakukan ketika nasabah datang yaitu tersenyum dan mengucapkan salam, kemudian menyapa dan bertanya keperluan nasabah, dan mempersilahkan nasabah duduk jika sedang menunggu.

⁸⁴ Wawancara Bapak Ivan Wahyudi , (*Staf Administrasi di BMT Sahara*),, Tanggal 22 Juni 2015, jam 12.35, di Kantor BMT Sahara Tulungagung

⁸⁵ *Ibid*

3) Apa saja kendala – kendala dalam menghadapi nasabah yang datang ke

BMT Sahara ?

*"Ada nasabah yang kurang dalam pendengarannya, biasanya orang yang sudah tua, kita harus benar – benar sabar dalam menjelaskan maupun memberikan informasi terkait apa yang mereka butuhkan, ada nasabah yang kurang dalam pengetahuan, bisa dikatakan kurang pendidikan, kita harus memberikan pemahaman yang ekstra tentang perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional, contohnya : apa itu bagi hasil, nisbah dan kata – kata asing yang mereka sulit mengerti. Ada pula nasabah yang cerewet dan tidak mau mengalah, kita harus sabar dan setia mendengarkan nasabah."*⁸⁶

Menurut Bapak Ivan kendala dalam menghadapi nasabah yang datang adalah jika nasabah tersebut mengalami kekurangan fisik, misalnya kurang pendengaran, kemudian nasabah yang kurang akan pendidikan dan pengetahuan dan bagi nasabah yang cerewet, maka karyawan BMT Sahara benar – benar ekstra maksimal dalam memberikan pelayanannya dan harus sabar dalam menghadapi nasabah.

4) Dalam memberikan pembiayaan kepada nasabah, pelayanan seperti apa yang anda berikan agar nasabah berminat terhadap produk yang anda tawarkan ?

*"semaksimal mungkin kita memberikan pelayanan sesuai apa yang dibutuhkan oleh nasabah, memberikan informasi yang dibutuhkan dengan cara penyampaian informasi tersebut dengan jelas, sabar, telaten dan harus mempunyai rasa empati terhadap nasabah. Kita harus mampu berkomunikasi dengan baik dengan cara jika nasabah berbicara kita senantiasa setia mendengarkan nasabah. Jika sebaliknya, jika nasabah pendiam kita harus selalu bertanya agar nasabah mau berbicara."*⁸⁷

⁸⁶ Ibid

⁸⁷ Wawancara Bapak Haryanto (Staf Pembiayaan di BMT Sahara),, Tanggal 22 Juni 2015, jam 13.05., di Kantor Sahara Tulungagung

Menurut Bapak Haryanto dalam memberikan informasinya tentang produk BMT Sahara agar diminati nasabah, karyawan BMT yang bertugas memberikan informasi secara benar dan jujur, kemudian cara penyampaian dengan jelas dan sabar/ telaten, kemudian mempunyai rasa empati, dan mampu berkomunikasi dengan baik kepada nasabah.

- 5) Pelayanan yang seperti apa yang anda berikan bagi nasabah yang sulit untuk membayar angsuran ?

"kita harus memberikan perhatian yang khusus kepada nasabah tersebut, misalnya silaturahmi ke rumah nasabah, bertanya apa yang mengakibatkan nasabah tersebut sulit membayar angsuran. Kemudian kita melakukan penagihan secara insentif, maksudnya seminggu kita datang 2kali atau 3kali. Kemudian kita juga dapat mendampingi nasabah dalam mencari solusi permasalahan kenapa sulit mengansur. Kita juga memberi kelonggaran waktu bagi nasabah yang benar – benar kesulitan (bukan direkayasa) dalam mengansur. Dan yang terakhir, jika nasabah sudah diberi kebebasan tetap tidak membayar / nasabah tidak mempunyai etiket yang baik maka kita terpaksa menyita jaminan dari nasabah tersebut."⁸⁸

Berdasarkan pemaparan Bapak Haryanto dalam memberikan pelayanan bagi nasabah yang sulit mengansur dilakukan dengan cara memberikan perhatian yang khusus, melakukan penagihan secara insentif, mendampingi nasabah dalam mencari solusi permasalahan nasabah kenapa sulit mengansur, dan memberi kelonggaran waktu lagi jika benar – benar nasabah tersebut kesulitan.

3. Hasil wawancara dengan Nasabah BMT Sahara Tulungagung.

- a. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh BMT Sahara kepada Bapak ?

*"Sangat bagus mbak, karyawannya akrab, sopan, kalau saya datang selalu di sapa. Jika saya tidak bisa datang untuk mengansur cukup dengan saya telpon salah satu karyawannya datang kerumah saya."*⁸⁹

Menurut pemaparan Bapak MA sebagai nasabah BMT Sahara pelayanan yang diberikan kepadanya sangat bagus. Menurutnya setiap beliau datang ke BMT, selalu mendapat sambutan yang ramah dari karyawan BMT Sahara. Dan jika beliau tidak bisa datang maka ada karyawan BMT yang datang kerumah untuk mengambil angsuran. Menurut Bapak ZA :

*"Yang saya alami selama menjadi nasabah di BMT Sahara, saya selalu mendapatkan senyum dan sapaan dari karyawannya. Selalu bertanya apa masalah saya dan selalu mempersilahkan duduk jika sedang antri."*⁹⁰

Sedangkan berdasarkan Bapak ZA, beliau mengatakan bahwa selama beliau menjadi nasabah BMT Sahara, beliau selalu disambut dengan akrab, sopan dan selalu mempersilahkan saya duduk jika karyawannya sedang menangani nasabah yang lain.

⁸⁹ Wawancara Bapak MA , (Nasabah BMT Sahara), Tanggal 19 Mei 2015, jam 11.30., di Rumah Bapak MA

⁹⁰ Wawancara Bapak ZA, (Nasabah BMT Sahara), Tanggal 22 Mei 2015, jam 13.20, di Rumah Bapak ZA

- b. Menurut anda apakah BMT Sahara sudah cukup baik dalam memberikan pelayanannya? Jika sudah, apa tanggapan anda? Dan jika belum, apa yang kurang dari pelayanan yang diberikan kepada anda ?

"Selama ini sudah cukup baik, dan saya tidak mengeluh apa pun tentang pelayanan yang diberikan oleh BMT Sahara."⁹¹

Menurut jawaban dari Bapak MA pelayanan yang diberikan BMT Sahara kepada beliau sudah cukup baik. Selama Bapak MA menjadi nasabah BMT Sahara, beliau tidak mengeluh apapun terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMT Sahara. Menurut Bapak ZA :

"Menurut saya baik mbak, kayaknya tidak ada dan saya tidak mengeluh apapun selama ini."⁹²

Begitupun dengan pemaparan Bapak ZA, beliau juga mengatakan kalau beliau tidak mengeluh tentang pelayanan yang diberikan BMT Sahara kepadanya. Menurutnya selama ini pelayanan yang diberikan baik dan tidak kurang apapun.

- c. Bagaimana menurut anda tentang kualitas yang diberikan oleh BMT Sahara kepada anda ?

"Dibanding dengan lembaga ynag lain menurut saya kualitas BMT Sahara ini cukup baik, karena sebelum saya menjadi nasabah disini saya pernah menjadi anggota lembaga lain. Kalau saya

⁹¹ Ibid., Wawancara Bapak MA.

⁹² Ibid., Wawancara Bapak ZA.

*bandingkan dari segi pelayanan maupun dari segi pengelolaannya lebih berkualitas BMT Sahara."*⁹³

Dari uraian Bapak MA, dibanding dengan lembaga lain menurutnya kualitas pelayanan BMT Sahara lebih baik. Menurutnya bukan hanya dari pelayanannya yang berkualitas tetapi juga dari pengelolaannya juga berkualitas. Sedangkan menurut Bapak ZA :

*" Kualitasnya cukup baik mbak, dari ruangnya sudah nyaman, karyawannya juga sangat baik."*⁹⁴

Dari pemaparan Bapak ZA kualitas pelayanan yang dimiliki BMT Sahara cukup baik, dari ruangan yang dimiliki BMT Sahara sudah nyaman dan bersih, karyawannya juga baik dan ramah – ramah.

d. Bagaimana yang anda rasakan terkait dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan BMT Sahara ?

*"Selama ini yang saya rasakan sangat puas mbak. Saya merasa nyaman menjadi nasabah di BMT Sahara."*⁹⁵

Dari uraian Bapak MA, beliau merasa puas dan nyaman menjadi nasabah BMT Sahara, karena pelayanan yang diberikan sangat bagus dan memuaskan. Sedangkan menurut Bapak ZA :

" Saya merasa nyaman menjadi nasabah BMT Sahara mbak, karena disana itu angsuran maupun uang setoran saya bisa

⁹³ *Ibid.*, Wawancara Bapak MA.

⁹⁴ *Ibid.*, Wawancara Bapak ZA.

⁹⁵ *Ibid.*, Wawancara Bapak MA.

diambil kerumah saya. Jadi saya tidak capek – capek untuk pergi ke BMT."⁹⁶

Begitupun yang diuraikan Bapak ZA, beliau juga merasa nyaman menjadi nasabah di BMT Sahara, menurutnya angsuran maupun setoran beliau bisa diambil oleh karyawan BMT Sahara di rumahnya dengan menelpon kantor BMT atau salah satu karyawan BMT. Jadi Bapak ZA merasa tidak susah – susah untuk pergi ke kantor BMT jika beliau sibuk.

e. Bagaimana penyampaian informasi tentang apa yang anda butuhkan oleh karyawan BMT Sahara ?

*"Informasi yang saya butuhkan diberikan secara lengkap dan mudah saya pahami."*⁹⁷

Dari jawaban Bapak MA penyampaian informasi yang diberikan oleh BMT Sahara kepada beliau diberikan secara lengkap. Dan menurutnya penyampaiannya sangat mudah dipahami. Sedangkan menurut Bapak ZA :

*"Sangat sopan sekali mbak, mereka itu berbicara dengan sopan dan halus. Kalimat yang tidak saya mengerti juga dijelaskan dengan sangat telaten."*⁹⁸

Sedangkan dari pemaparan Bapak ZA, cara penyampaian yang diberikan kepadanya sangat sopan dan halus. Semua kalimat yang beliau belum mengerti selalu dijelaskan dengan telaten dan sabar.

⁹⁶ *Ibid.*, Wawancara Bapak ZA.

⁹⁷ *Ibid.*, Wawancara Bapak MA.

⁹⁸ Wawancara Bapak ZA, (*Nasabah BMT Sahara*)...

C. Pembahasan Temuan Penelitian.

1. Strategi pelayanan yang diterapkan di BMT Sahara Tulungagung?

Menurut teori Albrecht & Zemke dalam Bintang Nugraha Putra Strategi pelayanan yang efektif memerlukan beberapa unsur pendukung sebagai berikut :

- a. Struktur organisasi yang dapat menjadi media untuk mengembangkan budaya perusahaan yang menitikberatkan pada penyempurnaan kualitas pelayanan.
- b. Teknologi yang dapat diimplementasikan untuk memperbaiki sumber daya, metode kerja, dan sistem informasi untuk mendukung upaya perbaikan kualitas pelayanan.
- c. Sumber daya manusia yang memiliki sikap, perilaku, pengetahuan, dan kemampuan yang mendukung efektivitas strategi pelayanan.⁹⁹

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada BMT Sahara Tulungagung, bahwasanya dalam menerapkan suatu strategi pelayanan pastinya harus berdasarkan prosedur BMT yang ada agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan para anggota/ nasabah, antara lain :

- a. Dari segi SDM, kita harus memanusiakan manusia maksudnya disini adalah bahwa kita dalam memberikan pelayanan harus menghargai nasabah, membantu memberikan informasi apa yang dibutuhkan nasabah, dan kita juga bisa membantu manajemen usaha nasabah. Jika SDM tidak menerapkan hal diatas maka kepuasan dan kenyamanan

⁹⁹ Bintang Nugraha Putra, *Makalah Pelayanan Publik tentang Strategi Pelayanan Pelanggan...*

nasabah pun akan berkurang. Berdasarkan teori diatas dengan hasil penelitian, BMT Sahara sudah memberikan pelayanan sesuai dengan teori yang ada, dari sikap, perilaku pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh SDM.

- b. Dari segi organisasi, kita lakukan forum – forum kelompok usaha muamalah, misalnya kelompok jamaah yasin tahlil, kelompok arisan yang anggotanya terdiri dari karyawan dan Nasabah BMT Sahara yang mau mengikuti, forum tersebut dilakukan seminggu sekali, tetapi kelompok jamaah yasin tahlil dari BMT Sahara mengisi acaranya tidak pasti, bisa sekitar 2 bulan sekali. Kemudian dilakukannya Rapat Akhir Tahunan untuk pembinaan anggota BMT Sahara dan Rapat Rencana Kerja. Hal ini dilakukan agar terjalinnya keakraban antara nasabah dengan BMT Sahara. Sedangkan dari organisasi berdasarkan teori sudah lumayan diterapkan, dengan diadakannya rapat – rapat dan forum – forum akan mengembangkan suatu organisasi.
- c. Dari segi teknologi, kita sangat memanfaatkan alat teknologi, misalnya nasabah bisa menelpon kantor untuk mengambil angsuran, bisa menggunakan sistem transfer dari rekening Kantor BMT Sahara. Jadi Kantor BMT mempunyai rekening dari berbagai Bank, misalnya BNI dan BRI, jika nasabah mau mentransfer setorannya bisa ditransfer lewat rekening Kantor. Dengan adanya teknologi yang memadai maka akan sangat memudahkan nasabah dalam membayar angsuran maupun menabung di BMT Sahara. Dan juga dengan adanya teknologi ini akan

menambah minat masyarakat untuk menjadi nasabah di BMT Sahara. Berdasarkan teori diatas dengan hasil penelitian, teknologi yang dimiliki oleh BMT Sahara sangat lah memadahi dan sangat memudahkan dalam menjalankan pelayanannya kepada masyarakat.

Jadi dari ketiga segi tersebutlah yang menjadikan strategi pelayan yang dijadikan landasan BMT Sahara dalam memberikan pelayanannya kepada nasabah dan memberikan kepuasan kepada nasabah. Jika salah satu dari ketiga tersebut tidak dipenuhi maka kenyamanan dan kepercayaan dari nasabah pun juga akan berkurang.

Menurut teori yang saya kutip dari Iwandah lembaga keuangan menggunakan kriteria untuk membentuk ciri – ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan, yaitu:

- a. Faktor manusia yang memberikan pelayanan tersebut. Manusia (*Customer Service Officer*) yang melayani nasabah harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Disamping itu, *Customer Service Officer* harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan bertanggung jawab penuh terhadap nasabahnya.
- b. Faktor tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaan. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dilengkapi oleh kemajuan teknologi terkini. Pada akhirnya, sarana

dan prasarana ini dioperasikan oleh manusia yang berkualitas. Sehingga, kedua faktor pendukung di atas, saling menunjang satu sama lainnya.¹⁰⁰

Dari hasil penelitian yang dilakukan di BMT Sahara ada dua faktor pendukung yaitu :

- a. Faktor internal yaitu SDM harus dibekali dengan pengetahuan yang matang dengan harapan bisa memuaskan nasabah. Upaya yang dilakukan adalah dilakukannya diklat – diklat dan pelatihan – pelatihan. Dari hasil penelitian dengan teori yang ada BMT Sahara sudah mengikuti prosedur yang ada. Dengan dibekalinya SDM yang matang akan menambah pengetahuan SDM yang dimiliki.
- b. Faktor eksternal, kita menjalin hubungan baik dengan masyarakat, Dinas Koperasi, Kantor Pemerintah Desa, Kecamatan dan lembaga lain yang bisa bekerja sama dengan BMT dan tersedianya sarana dan prasarana yang kami miliki, seperti kursi tunggu nasabah yang nyaman, kelengkapan teknologi yang kami miliki seperti adanya wifi, komputer yang kita punya. Berdasarkan teori yang ada BMT Sahara sudah melakukan pelayanan yang terbaik untuk nasabah apa lagi ditambah dengan adanya komunikasi dan menjalin hubungan dengan pemerintah akan sangat mendukung tercapainya kepuasan dalam segi pelayanan.

Menurut teori Kasmir Setiap lembaga keuangan selalu ingin dianggap yang terbaik dimata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan

¹⁰⁰ Iwandah, “ Customer Service (Pelayanan Nasabah)...

pelayanan yang terbaik. Ciri – ciri pelayanan yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh lembaga keuangan sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal. Berikut ini beberapa ciri – ciri yang baik :

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki oleh lembaga keuangan.

- b. Tersedia karyawan yang baik.

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus ramah, sopan, dan menarik.

- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan, karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya.

- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat.

Dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

- e. Mampu berkomunikasi.

Karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Karyawan pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya, karyawan

harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.

- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

Menjaga rahasia lembaga keuangan sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, karyawan harus mampu menjaga rahasia nasabah, terhadap siapa pun. Rahasia Lembaga Keuangan merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada Lembaga Keuangan.

- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.

Untuk menjadi karyawan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu.

- h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.

Karyawan harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karyawan yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

- i. Mampu memberi kepercayaan kepada nasabah.

Kepercayaan calon nasabah kepada Lembaga Keuangan, mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah yang bersangkutan.¹⁰¹

Dari hasil penelitian yang dilakukan di BMT Sahara Tulungagung, bahwa dalam melakukan pelayanan terdapat ciri – ciri yang mana sebagai berikut : Selalu menerapkan senyum sapa salam, menyediakan sarana dan prasarana yang lengkap dan nyaman, tidak menggurui nasabah dalam arti kita

¹⁰¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*,...hal. 209 - 211

menghargai pendapat nasabah, melayani secara tepat dan akurat, mampu menyelesaikan masalah nasabah dari awal sampai akhir, memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi yang dilakukan oleh semua nasabah, berbicara dengan bahasa yang sopan dan jelas. Berdasarkan teori yang ada ciri – ciri pelayanan yang diterapkan pada BMT Sahara sudah berdasarkan prosedur yang ada.

Begitupun menurut teori Kasmir, Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, maka seorang karyawan suatu lembaga keuangan harus memiliki dasar – dasar pelayanan yang kokoh. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap pegawai bank telah dibekali dasar – dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar – dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang karyawan, sebagai berikut :

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.

Artinya, karyawan harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik.

- b. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum.

Dalam melayanani nasabah karyawan tidak ragu – ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi.

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

Pada saat nasabah datang karyawan harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya.

- d. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang., tidak terburu – buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap hormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.
- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
Artinya, dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula.
- f. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya.
- g. Dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu atau kurang semangat.
- h. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan.
- i. Mampu menyakini nasabah serta memberikan kepuasan.
Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen – argumen yang masuk akal.
- j. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
Artinya, jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh karyawan, maka harus meminta bantuan kepada karyawan lain yang mampu.

k. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

Artinya, pada saat tertentu, karyawan sibuk dan tidak dapat melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik.¹⁰²

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada BMT Sahara Tulungagung dasar – dasar yang kita gunakan adalah sesuai dengan SOP (Standar Operasional dan Prosedur) yaitu, sebagai berikut : kita harus akrab kepada semua nasabah, berpakaian dengan sopan, berbicara dengan benar dan sopan, selalu menyapa nasabah dengan sopan, mengargai nasabah, dan mampu menangani masalah nasabah, selalu mempersilahkan nasabah duduk jika sedang menunggu. Berdasarkan teori yang ada, memang dalam dasar – dasar pelayanan harus memenuhi kriteria yang sudah diterapkan pada BMT Sahara. Jika karyawan suatu lembaga keuangan syariah tidak memenuhi salah satu dari dasar tersebut, maka karyawan tersebut belum cukup berpengalaman.

Menurut teori As Mahmoeddin Agar dapat memberikan pelayanan yang baik, cepat dan cermat, maka harus dipahami dan dilaksanakan budaya pelayanan prima, yaitu suatu sistem pelayanan yang bertujuan untuk menyenangkan dan memuaskan nasabah dengan cara yang sebaik – baiknya. Budaya pelayanan prima mempunyai ciri – ciri SEPULUH PELAYANAN PRIMA, yaitu :

¹⁰² *Ibid.*, hal. 204-206

- a. Selalu Mengikuti Perkembangan Ekonomi Dan Perbankan.

Personel lembaga keuangan harus selalu mengikuti perkembangan ekonomi secara umum dan perkembangan lembaga keuangan secara khusus.

- b. *Public & Privat Utility* dikuasai.

Seorang petugas atau karyawan lembaga keuangan harus tahu dan mengikuti perkembangan disegala bidang, terutama mengenai keinginan masyarakat terhadap berbagai produk lembaga keuangan dalam mempermudah keperluan sehari – hari.

- c. Luwes dalam Pemecahan Masalah dengan Nasabah.

Beberapa lembaga keuangan menjadi tidak populer dikalangan masyarakat, karena lembaga keuangan tersebut kaku dalam memecahkan masalah yang sebetulnya dapat diselesaikan dengan kompromi.

- d. Hubungan Mudah dan Tidak Banyak Prosedur.

Banyaknya meja yang harus dilalui dalam suatu pelayanan, memang bagus dipandang dari segi pengamanan, tetapi sangat tidak praktis dari segi kecepatan.

- e. Perlengkapan Canggih dan Personel Trampil.

Lembaga keuangan harus menggunakan perlengkapan canggih agar dapat memberikan pelayanan yang cepat dan dengan administrasi yang tertib.

f. Layanan Memuaskan Masyarakat.

Banyak faktor yang menyebabkan puasnya para nasabah terhadap pelayanan lembaga keuangan. Namun yang terpenting adalah kenyamanan lahir dan kenyamanan batin.

g. Yakin dan Dapat Dipercaya Masyarakat.

Para petugas atau karyawan lembaga keuangan harus mempunyai penampilan yang dapat menyakinkan para nasabah, baik karena penampilan mereka itu sendiri, mampu karena penguasaan mereka akan tugas pekerjaannya.

h. Anda Harus Profesional.

Profesionalisme sangat diperlukan bagi suatu unit kerja yang bergerak di bidang jasa. jika karyawan tidak profesional maka bank akan ditinggalkan dan kehilangan pelanggan.

i. *Privacy* Nasabah Terjamin.

Privacy adalah kebebasan pribadi nasabah dalam hubungan dengan lembaga keuangan. Ia bebas menyimpan dananya, ia bebas menggunakan dananya, tanpa takut gangguan dari pihak lain, atau tanpa khawatir rahasianya diketahui orang.

j. Mampu Menyediakan Berbagai Produk yang Diperlukan Masyarakat.

Diharapkan lembaga keuangan mampu dan tanggap menyediakan berbagai produk yang diperlukan masyarakat dan dapat mengikuti perkembangan disegala bidang. Para nasabah menginginkan kemudahan

dalam membawa alat bayar, seperti *credit card*, karena cukup aman dan lincah.¹⁰³

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada BMT Sahara Tulungagung dalam SOP pelayanan prima yang kita terapkan adalah sebagai berikut : Tidak memotong pembicaraan nasabah, tenang dalam menangani nasabah, senyum dengan nasabah, melayani nasabah sesuai dengan satu waktu, menggunakan waktu seakurat mungkin, menindak lanjuti secara tuntas, tidak menggurui nasabah, dan membina hubungan baik dengan nasabah, kami selalu mengikuti perkembangan dunia perekonomian dalam hal pelayanan agar tercapainya kepuasan nasabah, penguasaan pengetahuan karyawan tentang segala hal, dan kita selalu menjamin kerahasiaan transaksi yang dilakukan nasabah, tersedianya perlengkapan yang lengkap seperti komputer, wifi, jaringan LAN, dll. Berdasarkan teori yang ada dalam melakukan pelayanan prima sudah disampaikan pada SOP yang menjadi panduan BMT Sahara. Dan SOP itulah yang menjadi landasan BMT Sahara dalam melakukan pelayanannya kepada nasabah. Jadi setiap karyawan harus melakukan pelayanannya seperti apa yang ada pada SOP.

Menurut teori yang saya kutip dari Ridwan Aldursnie kualitas pelayanan adalah suatu penilaian konsumen tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan ini diukur dengan lima dimensi, yaitu:

¹⁰³ As Mahmoeddin, *Etiket Pelayanan Bank...*, hal. 55-60

- a. Dimensi Keandalan (*reliable*) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat.
- b. Dimensi Daya Tanggap (*responsiveness*) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen.
- c. Dimensi Jaminan (*assurance*) berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen. *Assurance* ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap lembaga penyedia layanan. Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan.
- d. Dimensi Empati (*empathy*) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada konsumen.
- e. Dimensi Bukti Fisik (*tangibles*) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada BMT Sahara Tulungagung untuk mengukur kualitas pelayanan yang kita lakukan melalui :

1. Kemampuan karyawan kita dalam memberikan pelayanan secara baik. Dan dalam memberikan informasinya harus jujur, tidak dikurangi dan dilebihi. Berdasarkan teori yang ada dalam dimensi keandalan memang dalam penyampaian informasi kepada nasabah, karyawan harus menyampaikan dengan benar dan dengan jujur.

2. Kemampuan karyawan kita, yang meliputi kecepatan, ketepatan dan keakuratan dalam melayani nasabah. Berdasarkan teori yang ada, karyawan BMT Sahara sudah profesional dan tanggap dalam melayani nasabah.
3. Kemudian melalui rasa simpati karyawan kita terhadap nasabah yang meliputi menghargai nasabah, mendengarkan semua keluhan nasabah. Berdasarkan teori empati harus dimiliki oleh setiap karyawan, dan itu rasa simpati sudah dimiliki oleh karyawan BMT Sahara Tulungagung.
4. Kita ukur dari sarana dan prasarana yang kita miliki yang meliputi teknologi yang lengkap seperti komputer sudah kita sediakan, yang ada di pusat sebanyak 4 dan ada di cabang sebanyak 2 buah dan kita juga memasang wifi dan jaringan LAN yang memudahkan kita dalam melayani nasabah dan ruangan yang nyaman, kita memiliki 2 buah gedung yaitu kantor pusat yang berada di kauman dan kantor cabang yang ada di Bandung. Berdasarkan teori yang ada, sarana dan prasarana yang dimiliki oleh BMT Sahara sudah baik, dari kelengkapan peralatan dan kenyamanan kantor. Hal tersebut yang sangat mempengaruhi terukurnya kualitas dari pelayanan yang diberikan kepada nasabah.
5. Kita selalu memberikan yang terbaik kepada nasabah, tentunya dalam hal keamanan dana nasabah, jaminan yang kami berikan kepada nasabah berupa diadakannya RAT tersebut. Dalam buku RAT ada publikasi dari dana yang masuk dan keluar dari BMT. Jadi kepercayaan nasabah yang menjadi jaminan. Kemudian kita mempunyai lembaga penjamin, jika

sewaktu – waktu kita kekurangan dana, kita bisa mengambil ke KOPSAT (Koperasi Pusat). Berdasarkan teori yang ada dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan BMT Sahar sudah cukup menjamin terhadap keamanan dana nasabah. Dengan adanya RAT nasabah dapat mengetahui jumlah dana yang keluar masuk ke BMT.

Menurut teori dari Kasmir bahwasanya dalam praktiknya secara garis besar dasar – dasar dalam etiket lembaga keuangan yang harus dijalankan oleh setiap karyawan adalah sebagai berikut :

- a. Ingin membantu setiap keinginan dan kebutuhan nasabah sampai tuntas
- b. Selalu memberi perhatian terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah.
- c. Sopan dan ramah dalam melayani nasabah tanpa melakukan diskriminasi dalam bentuk apa pun.
- d. Memiliki rasa toleransi yang tinggi dalam menghadapi setiap tindakan para nasabah.
- e. Menjaga perasaan nasabah agar tetap merasa tenang, nyaman, dan menimbulkan kepercayaan.
- f. Dapat menahan emosi dari setiap kasus yang dihadapi terutama dalam melayani nasabah yang berperilaku kurang baik.
- g. Menyenangkan orang lain merupakan sikap yang harus selalu ditunjukkan oleh setiap karyawan lembaga keuangan.¹⁰⁴

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada BMT Sahara Tulungagung dalam beretika kita selalu menghormati semua nasabah,

¹⁰⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*,... hal. 187

menghargai pendapat nasabah, selalu bertanya apa keperluan nasabah, selalu memberikan penjelasan tentang apa yang diinginkan oleh nasabah, sopan santun, selalu menerapkan senyum sapa salam, sabar dan telaten dalam menghadapi nasabah, kita selalu menganjurkan kepada karyawan untuk berpakaian yang rapi dan sopan, kita mempunyai pakaian kantor 3 buah yang kita gunakan setiap hari senin – sabtu, berbicara dengan sopan dan jelas, bersikap dan bertingkah laku secara luwes agar nasabah merasa nyaman, dalam menatap nasabah tidak boleh dengan sinis harus dengan lembut dan penuh perhatian, dan cara bertanya kita kepada nasabah harus disesuaikan, jika nasabah kita pendiam, kita harus proaktif untuk bertanya, sedangkan untuk nasabah yang cerewet kita harus sabar dalam mendengarkan keluhan nasabah.

Menurut teori dari Kasmir dalam praktiknya terdapat beberapa larangan dalam etika pelayanan. Larangan ini juga hendaknya dipatuhi sehingga etiket pelayanan tidak pula dilanggar. Secara umum larangan dalam etiket pelayanan adalah sebagai berikut :

- a. Dilarang berpakaian sembarangan, terutama pada saat jam kerja, dan pada saat melayani nasabah.
- b. Dilarang melayani nasabah atau tamu sambil makan, minum.
- c. Dilarang melayani nasabah atau tamu sambil ngobrol atau bercanda dengan karyawan yang lain dalam kondisi apa pun.
- d. Dilarang menampakkan wajah cemberut, memelas, atau sedih didepan nasabah atau tamu.

- e. Dilarang untuk berdebat atau berusaha menyanggah nasabah secara kasar atau tidak sopan.
- f. Dilarang meninggalkan nasabah pada saat banyak nasabah yang harus dilayani.
- g. Dilarang berbicara terlalu keras baik volume suara maupun kata – kata.
- h. Juga dilarang berbicara terlalu pelan.
- i. Dilarang keras meminta imbalan atau janji – janji tertentu kepada nasabah.¹⁰⁵

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada BMT Sahara, larangan dalam melakukan pelayanan meliputi sebagai berikut : Tidak boleh melanggar syariah Islam yang meliputi tidak boleh berkata kotor, berpakaian tidak sopan, tidak boleh menyombongkan diri, tidak boleh menggurui nasabah, tidak boleh mempunyai sifat bersangka buruk, dilarang meninggalkan nasabah tanpa alasan, dilarang cemberut atau lesu didepan nasabah, dilarang mengabaikan nasabah, dan dilarang melakukan hal lain saat melayani nasabah, misalnya makan dan minum. Berdasarkan teori yang ada apa yang diterapkan BMT Sahara sudah sesuai. Dalam memberikan pelayanannya, ajaran islam memang melanggar berkata kotor ataupun berpakaian tidak sopan, itu salah satu dari beberapa larangan yang harus dihindari oleh karyawan dalam memberikan pelayanannya kepada nasabah. An itu juga yang dilakukan oleh BMT Sahara.

¹⁰⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*,...hal.197-198

2. Strategi pelayanan BMT Sahara Tulungagung dalam menghadapi persaingan bisnis.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kusim ada beberapa hal yang harus dipersiapkan untuk menghadapi persaingan bisnis, antara lain :

- a. **Konsep yang matang.** Menjalankan bisnis tak hanya butuh ide dan *passion* semata. Namun, sebuah konsep bisnis yang matang juga sangat diperlukan. Konsep bisnis yang matang akan membantu pebisnis untuk bisa mengenali berbagai potensi dan pangsa pasar yang ingin dituju dalam bisnis.
- b. **Perencanaan matang.** Konsep bisnis yang matang, akan membantu untuk membuat perencanaan bisnis yang juga matang. Dengan adanya perencanaan yang matang, bisa menentukan jalan keluar atau solusi atas setiap masalah yang mungkin akan dihadapi, termasuk menghadapi persaingan bisnis serupa.
- c. **Evaluasi dan inovasi.** Persaingan dengan bisnis yang sejenis sering kali tak bisa dihindari. Namun sebenarnya persaingan ini bisa membuat jadi lebih kreatif untuk berkreasi. Dengan persaingan akan membuat jadi lebih inovatif untuk menciptakan sebuah nilai tambah dalam produk yang dijual.
- d. **Perluasan pasar.** Untuk menghadapi persaingan bisnis, salah satu cara yang bisa digunakan adalah dengan memperluas pasar produk. Perluasan pasar produk ini bisa berarti memperluas fokus dan target market yang disasar.

- e. **Standarisasi.** Memiliki banyak cabang usaha memang bisa membantu mengatasi persaingan ketat dalam bisnis. Hanya saja yang harus diperhatikan adalah kesamaan varian produk yang dijual disemua cabang yang dimiliki.
- f. **Sistem.** Sebuah sistem usaha yang kuat akan membantu usaha agar bisa bertahan lebih lama dan mendapat keuntungan yang diinginkan. Buat sistem usaha yang stabil dan kuat. Setelah pondasi usaha dirasa kuat, maka lakukan perluasan pasar dengan berbagai sistem usaha yang diinginkan, misalnya membuka cabang, sampai *franchise*.¹⁰⁶

Dari hasil penelitian pada BMT Sahara Tulungagung melakukan strategi yang dipersiapkan untuk menghadapi persaingan bisnis dengan cara sebagai berikut :

1. Konsep yang kita miliki antara lain pelayanan menjadi prioritas utama, yang kita harapkan adalah nasabah pulang dari BMT merasa puas. Kemudian pengelolaan dengan baik berdasarkan ajaran islam.
2. Perencanaan yang kita susun, antara lain menjalankan konsep yang sudah matang, kemudian kembali lagi kepada misi dan visi kita yaitu terwujudnya BMT yang terdepan dan memberikan pelayanan prima untuk tercapainya kepuasan nasabah, melakukan promosi dan pemasaran melalui membagikan payung berlogo BMT Sahara kepada nasabah, melalui media sosial, dan kegiatan keagamaan maupun sosial yang kita sponsori. Dan perencanaan dalam memperkecil resiko dengan

¹⁰⁶ Kusim, *Trik Menghadapi Persaingan Bisnis...*

menerapkan pengelolaan BMT sesuai SOP dan SOM, jika dalam melakukan survei pembiayaan harus sesuai dengan SOP, jika tidak layak tidak usah dipaksakan.

3. Setiap awal bulan kita selalu mengadakan rapat dalam hal mengevaluasi hasil kinerja selama satu bulan. Rapat tersebut rutin dilakukan agar dapat lebih baik dari sebelumnya, kemudian agar tidak monoton kita menyediakan tabungan anggota melalui arisan dan pendampingan nasabah dalam manajemen usaha nasabah.
4. Dengan menguatkan SDM yang kita punya untuk mengikuti perkembangan yang ada, menguatkan permodalan kita, dan menguatkan kelembagaan kita.
5. Dengan kita membangun cabang yang ada di Bandung, kemudian membangun jaringan sesama lembaga keuangan lain, dan membangun komunikasi dengan pemerintah, baik dari kantor kecamatan, kantor desa, dll. Dan yang keenam adalah standar antara kantor pusat dan kantor cabang baik dari produk maupun dari segi apapun sama, karena dalam suatu transaksi pembiayaan harus ada tandatangan dari manajer pusat.
6. Dan memperluas jaringan yang kita miliki, seperti ikut dalam organisasi – organisasi tertentu agar dapat mempermudah dalam memasarkan BMT Sahar ke pasar perekonomian.

Kemudian kita melakukan persaingan dengan cara yang sehat, seperti tidak menawarkan nisbah yang tinggi kepada nasabah. Kemudian kita selalu jujur dan terbuka dengan nasabah, informasi apapun yang dibutuhkan

nasabah, kita selalu terbuka dan jujur dalam memberikan informasi. Dalam hal pembagian nisbah bagi hasil kita selalu memperhitungkan dengan matang, agar tidak membebani nasabah dan tidak membebani BMT, jadi sama – sama berkah dan untung.

Berdasarkan teori diatas dengan hasil penelitian, BMT Sahara tidak semua menggunakan cara untuk menghadapi persaingan bisnis sesuai dengan teori. Kemudian BMT Sahara juga melakukan persaingan bisnis secara sehat, jujur, terbuka dan adil. Hal tersebut yang menjadi strategi bagi BMT Sahara dalam bersaing. Dan hal tersebut yang dapat menjadikan nasabah merasa puas, jika nasabah merasa puas, otomatis nasabah akan memilih bertransaksi di BMT Sahara.

Menurut teori Kasmir bahwasanya sebelum melakukan strategi dalam menghadapi pesaing maka terlebih dulu perusahaan harus mengetahui kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh pesaing. Kekuatan yang dimiliki pesaing harus dipertimbangkan mengingat mereka dapat pula memanfaatkan kekuatan untuk melakukan serangan balik. Melihat kekuatan pesaing sangat diperlukan. Demikian pula dengan mengetahui kelemahan pesaing memudahkan perusahaan untuk melakukan serangan balik.

Identifikasi kelemahan dan kekuatan dapat dilakukan melalui tahap – tahap sebagai berikut :

- a. Mencari dan mengumpulkan data tentang segala sesuatu yang berhubungan sasaran, strategi dan kinerja pesaing.

- b. Mencari tahu kekuatan pesaing dalam hal keuangan, sumber daya manusia, teknologi serta lobi dipasar.
- c. Mengetahui market share yang dikuasai pesaing dan tindakan pesaing terhadap pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada BMT Sahara cara yang kita lakukan adalah menggunakan analisa SWOT, sebelum mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing, kita harus mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan kita terlebih dahulu. Jika kita sudah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman kita maka cara selanjutnya adalah mencari sumber/ data tentang pesaing – pesaing kita yang berisi tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing.

Kekuatan yang kita miliki adalah kita menggunakan sistem syariah, kemudian sikap profesional yang dimiliki karyawan kita, kita mempunyai tokoh – tokoh yang terpandang di daerah Tulungagung, kemudian banyak dari karyawan kita yang mengikuti organisasi, jadi sangat mudah dalam mempromosikan BMT. Kelemahan yang kita miliki adalah masyarakatnya masih banyak yang belum memahami prinsip syariah, jadi kita harus benar – benar sabar dalam menjelaskan prinsip syariah, kemudian permodalan kita masih kecil karena kita lembaga mikro, jadi jika ada yang mengajukan pembiayaan sebesar 100 juta kita masih kesulitan dalam memberikan pembiayaan tersebut. Peluang yang kita miliki adalah masyarakat Tulungagung mayoritas beragama islam, jadi kita sangat mudah untuk berbaur dengan mereka. Kemudian kebanyakan usaha masyarakat

Tulungagung adalah usaha mikro. Kemudian yang terakhir jaringan yang dimiliki BMT ada di berbagai organisasi. Ancaman yang kita miliki berasal dari internal dan eksternal, jika dari internal adalah dari karyawan kita yang tidak amanah, kemudian jika dari eksternal adalah berasal dari bank – bank lain yang memiliki modalan lebih dari kita.

Setelah ke empat analisa tersebut kita ketahui kemudian kita mengumpulkan data pesaing agar kita bisa mengetahui kelemahan dan kekuatan pesaing, begitu juga kita dapat mengetahui peluang kita seberapa banyak dan dimana. Dari kekuatan pesaing yang kita temukan adalah modalannya lebih besar dibanding dengan modalan yang kita miliki. Kemudian kelemahan yang dimiliki oleh pesaing adalah lembaga keuangan lain kebanyakan bukan penduduk asli Tulungagung, kebanyakan mereka pendatang, jadi mereka sangat sulit mengakses masyarakat.

Berdasarkan teori yang ada BMT Sahara sudah melakukan apa yang ada pada teori. Dengan mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan pesaing, BMT Sahara melakukan analisis SWOT terhadap lembaga mereka sendiri, setelah hasilnya diketahui selanjutnya BMT Sahara mengumpulkan data pesaing – pesaing yang ada kemudian dianalisis kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh pesaing dari situ akan diketahui peluang BMT dan ancaman yang akan diperoleh oleh BMT.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan paparan hasil penelitian yang peneliti sajikan pada hasil sebelumnya, dengan judul " Analisis Strategi Pelayanan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di BMT Sahara Tulungagung ", maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Strategi pelayanan yang diterapkan oleh BMT Sahara Tulungagung.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di BMT Sahara Tulungagung dapat ditarik kesimpulan bahwasanya strategi pelayanan yang diterapkan oleh BMT Sahara melalui tiga segi yaitu segi SDM, segi organisasi dan segi teknologi. Dari ketiga segi tersebut dapat memberikan kemudahan kepada para nasabah dan bertujuan untuk memuaskan nasabah. Kemudian ada dua faktor pendukung yaitu, faktor internal maksudnya SDM harus dibekali dengan pengetahuan yang matang dengan harapan bisa memuaskan nasabah. Upaya yang dilakukan adalah dilakukannya diklat – diklat dan pelatihan – pelatihan. Faktor eksternal, BMT Sahara menjalin hubungan baik dengan masyarakat, Dinas Koperasi, Kantor Pemerintah Desa, Kecamatan dan lembaga lain yang bisa bekerja sama dengan BMT dan tersedianya sarana dan prasarana yang dimiliki. Dalam melakukan pelayanannya untuk mendapat kepuasan nasabah BMT Sahra menerapkan ciri – ciri pelayanan, dasar – dasar

pelayanan, melakukan pelayanan prima, dan menggunakan etika pelayanan sesuai dengan SOP (Standar Operasional dan Prosedur).

2. Strategi pelayanan BMT Sahara dalam menghadapi persaingan bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di BMT Sahara Tulungagung dapat ditarik kesimpulan bahwasanya BMT Sahara Tulungagung melakukan strategi yang dipersiapkan untuk menghadapi persaingan bisnis dengan cara sebagai berikut : Konsep yang dimiliki BMT Sahara, Perencanaan yang disusun, diadakannya rapat setiap awal bulan untuk mengevaluasi hasil kinerja selama satu bulan, menguatkan SDM, membangun cabang yang ada di Bandung, memperluas jaringan. Kemudian BMT Sahara melakukan persaingan dengan cara yang sehat, jujur dan terbuka dengan nasabah. BMT Sahara melakukan cara mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan dengan menggunakan analisa SWOT. Dengan menggunakan analisis SWOT BMT Sahara akan dapat mengetahui ancaman dari pesaing dan peluang yang dimiliki dalam bersaing untuk masa sekarang maupun masa mendatang. Strategi tersebut bisa menjadi senjata bagi BMT Sahara agar kedepannya bisa terus maju dan tidak akan mengalami kegagalan dalam bersaing.

B. Saran

1. Bagi lembaga keuangan syariah Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan pada BMT Sahara Tulungagung, dengan membuka kantor di Tulungagung sangatlah menarik perhatian nasabah untuk setia bertransaksi dan menabung di BMT Sahara Tulungagung karena bagi mereka BMT

Sahara merupakan lembaga keuangan syariah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan terutama dalam hal pelayanan yang diberikan oleh karyawan BMT Sahara. Hubungan baik antara nasabah dan pihak BMT Sahara Tulungagung hendaknya dipertahankan dan semoga dalam perjalanannya BMT Sahara Tulungagung bisa bekerja sekaligus beribadah mengabdikan diri membantu sesama sesuai dengan legalitasnya lembaga keuangan syariah yang berprinsip tolong – menolong dengan penerapan sistem bagi hasil yang menguntungkan kedua belah pihak.

2. Bagi peneliti selanjutnya, BMT Sahara adalah salah satu lembaga keuangan syariah di Tulungagung. Sampai saat ini sudah memiliki satu cabang yaitu berada di kecamatan Bandug - Tulungagung. BMT Sahara memiliki pengaruh besar terhadap perekonomian, membantu masyarakat dengan memberikan produk – produk yang membanggakan, bagi hasil yang menguntungkan dan kualitas pelayanan yang memuaskan. Karena dengan itu BMT Sahara tetap biasa bertahan sampai sekarang dan banyak sekali peluang yang bisa diteliti ataupun dipelajari. Untuk kelemahan atau keterbatasan penelitian ini yaitu hanya pada nasabah penabung saja. Jadi untuk peneliti selanjutnya bisa mengadakan penelitian yang lebih luas lagi seperti nasabah pembiayaan tidak hanya nasabah penabung.

Daftar Rujukan

- Antonio, M. Syafi'i. 2001. *Bank Syariah : Dari Teori ke Praktek*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Indonesia, Ikatan Bankir. 2014. *Memahami Bisnis Bank Islam*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana.
- _____. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- _____. 2003. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Pemasaran, Implementasi dan Pengendalian, Terjemah : A. B. Susanto, Edisi Pertama*. Jakarta : Salemba Empat.
- Madjid, Baihaqi Abd. 2000. *Pradigma Baru Ekonomi Kerakyatan Sistem Syariah: Perjalanan Gagasan dan Gerakan BMT*. Jakarta : PINBUK.
- Mahmoeddin, As. 1995. *Etika Pelayanan Bank*. Jakarta : PT Toko Gunung Agung.
- Maulana, Agus. 1980. *Competitive Strategy*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Meleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2002. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- PINBUK. 2000. *BMT Sebagai Alternatif Model LKM*. Jakarta : PINBUK.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*. Yogyakarta : UII Press.
- Soegito, Edy Soeryatno. 2007. *Marketing Research : panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta : Elex Media Komputindo.

- Suardi. 2005. *Metodelogi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : UII Press.
- Sudarsono, Heri. 2003. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah (Deskripsi dan Ilustrasi)*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Sukardi. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. jakarta : Ghalia Indonesia.
- Yusanto, Muhammad Ismail & Wijajakusuma, Muhammad Karabat. 2002. *Menggagas Bisnis Islam, cet. Ke 1*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Hasanah, Ulfa. 2010. " *Faktor – faktor yang dipertimbangkan Nasabah dalam memilih BMT Pahlawan*". STAIN Tulungagung : Skripsi.
- Huda, Qomarul. 2014. " *Pengaruh Mutu Pelayanan dan Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Trenggalek* ". IAIN Tulungagung: Skripsi.
- Krisni, Dina Novita. 2014. " *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*", IAIN Tulungagung : Skripsi.
- Kristanto, Heri. 2004. " *Pengaruh Pelayanan Terhadap loyalitas pelanggan PO. Putra Jaya* ". Yogyakarta : STIS (Skripsi dipublikasikan).
- Kusbiantoro, Dodik. 2012. " *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Dalam Penggunaan Produk Murabahah di BMT SAHARA Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung*". STAIN Tulungagung : Skripsi tidak diterbitkan.

Widyaningtyas, Wenny. 2011. “*Pengaruh Mutu Pelayanan Nasabah dan Mutu pemasaran di KCP Bank Muamalat Tulungagung Terhadap Kepuasan Nasabah*”, STAIN Tulungagung : Skripsi.

Abdiilmu, *Persaingan Ilmu dalam Islam*, dalam <http://abidinsuccesmen.blogspot.com/2011/02/persaingan-bisnis-dalam-islam.html> , diakses pada tanggal 28 Januari 2015

Aldursanie, Ridwan. *Kualitas Pelayanan dalam Islam*, dalam <https://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/> , diakses pada tanggal 15 April 2015

Andriyani. *Pengertian Strategi* dalam <http://andriyani22.blogspot.com/2011/06/pengertian-strategi.html> , diakses pada tanggal 22 Juni 2015

Handayani, Fifi. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Produk Tabungan (Study Pada Nasabah BTN Malang)*”, Skripsi, dalam <http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/manajemen/article/view/7318>, diakses tanggal: 27 Januari 2015

Iwandah, “ *Customer Service (Pelayanan Nasabah)* dalam <http://iwandah.blogspot.com/2010/03/customer-service-pelayanan-nasabah.html>, diakses tanggal 19 Januari 2015

Kusim, *Trik Menghadapi Persaingan Bisnis*, dalam <http://tetapadapeluang.blogspot.com/2012/06/trik-menghadapi-persaingan-bisnis.html> diakses pada tanggal 28 januari 2015

Maz Nurrahman, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Depok*, dalam <http://maz-nurrahmat.blogspot.com/p/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap.html> , diakses pada tanggal 15 April 2015

Mr. Mudharabah, *Ekonomi syariah : Berkah & Menguntungkan*, dalam <http://mudharabah-ekonomisyariah.blogspot.com/2010/05/etika-persaingan-bisnis-dalam.html> , diakses pada tanggal 28 januari 2015

Putra, Bintang Nugraha. *Makalah Pelayanan Publik tentang Strategi Pelayanan Pelanggan* dalam <http://bintannugrahaputraanwar.blogspot.com/p/makalah-pelayanan-publik-tentang.html> , diakses pada tanggal 29 April 2015.

Setiani, Diah. *BMT*, dalam <http://www.scribd.com/doc/259280522/BMT> , diakses tanggal 13 April 2015

Subagio, Aris. *Etika Dalam Memberikan Pelayanan? Wajib*, dalam <http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/2013/05/28/pentingnya-etika-dalam-pelayanan-562443.html> , diakses pada tanggal 13 April 2015

Lampiran 1

DAFTAR INFORMAN WAWANCARA

NO	KODE	NAMA	JABATAN
1	WA/01	H. Mustofa , SE, MM.	Manajer BMT Sahara
2	WA/02	Ivan Wahyudi, S.Pdi	Administrasi
3	WA/03	Haryanto	Pembiayaan
2	WA/04	Muhammad Arifai	Nasabah
3	WA/05	Zainal Abidin	Nasabah

Lampiran 2

Pedoman Wawancara Manajer BMT Sahara

1. Bagaimana strategi pelayanan yang efektif yang bapak terapkan pada BMT Sahara ini ?
2. Menurut Bapak faktor pendukung apa yang sangat mempengaruhi terhadap mutu pelayanan di BMT Sahara ?
3. Bagaimana ciri – ciri pelayanan yang baik yang anda terapkan ?
4. Suatu pelayanan mempunyai dasar – dasar dalam memberikan pelayanan. Apakah dasar – dasar dalam pelayanan diterapkan pada BMT Sahara? Jika diterapkan apa saja dasar – dasar yang diterapkan di BMT Sahara ?
5. Dalam pelayanan terdapat pelayanan prima. Apakah BMT Sahara menerapkan pelayanan prima? Jika iya, pelayanan seperti apakah itu ?
6. Bagaimana cara BMT sahara ini untuk mengukur suatu kualitas pelayanan ?
7. Bagaimana etika pelayanan yang diberikan kepada nasabah ?
8. Apa saja larangan ynag diterapkan dalam etika memberikan pelayanan kepada nasabah ?
9. Apa saja yang harus dipersiapkan dalam menghadapi persaingan bisnis ?
10. Bagaimana cara Bapak mengidentifikasi suatu kelemahan dan kekuatan pesaing ?

Pedoman Wawancara Karyawan BMT Sahara Tulungagung

1. Bagaimana cara anda memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah ?
2. Dalam memberikan pembiayaan kepada nasabah, pelayanan seperti apa yang anda berikan agar nasabah berminat terhadap produk BMT ?
3. Dalam setiap bertransaksi dengan nasabah, baik itu nasabah penabung maupun nasabah angsuran, bagaimana cara anda memberikan pelayanan agar nasabah merasa puas bertransaksi di BMT Sahara ?
4. Apa saja kendala – kendala dalam menghadapi nasabah yang datang ke BMT Sahara?
5. Pelayanan ynag seperti apa yang anda berikan bagi nasabah yang sulit membayar angsuran ?

Pedoman Wawancara Nasabah

1. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh BMT Sahara ?
2. Menurut anda apakah BMT Sahara sudah cukup baik dalam memberikan pelayanannya? Jika sudah, apa tanggapan anda? Dan jika belum, apa yang kurang dari pelayanan yang diberikan kepada anda ?
3. Bagaimana menurut anda tentang kualitas yang diberikan oleh BMT Sahara kepada anda ?
4. Bagaimana yang anda rasakan terkait dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan BMT Sahara ?
5. Bagaimana penyampaian informasi tentang apa yang anda butuhkan oleh karyawan BMT Sahara ?

Lampiran 3

Dokumentasi

1. Foto bersama Bapak H. Mustofa selaku Manajer BMT Sahara



2. Foto Bersama salah satu Nasabah BMT Sahara Tulungagung



3. Meja Teller pada saat melayani nasabah.



4. Halaman depan BMT Sahara Tulungagung



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lita Indra arista

NIM :3223113057

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Semester : VIII (delapan)

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul "**Analisis Strategi Pelayanan dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di BMT Sahara Tulungagung**" adalah benar-benar disusun dan ditulis oleh yang bersangkutan diatas dan dan bukan pengambil alihan tulisan orang lain.

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya tersebut.

Tulungagung, 04 Juni 2015

Yang membuat pernyataan,

Lita Indra Arista
NIM. 3223113057

BIODATA PENULIS

Nama : Lita Indra Arista

Nim : 3223113057

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat, tanggal lahir : Tulungagung, 09 Juni 1993

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Riwayat Pendidikan :

1. TK Dharma Wanita Nglampir Bandung Tulungagung Tahun 1999
2. SDN 02 Nglampir Bandung Tulungagung Tahun 2005
3. SMPN 01 Bandung Tulungagung Tahun 2008
4. SMKN 01 Boyolangu Tulungagung Tahun 2011
5. IAIN Tulungagung, Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung.

Pada saat penulisan skripsi ini menempuh semester VIII (Delapan).