BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perbankan secara syariah akan berkelanjutan sesuai kecepatan globalisasi, dengan kemampuan sumberdaya manusia yang senantiasa mengikuti perekonomian untuk meningkatkan loyalitas atas semakin maraknya persaingan di dalam pergerakan syariah dalam hal perbankan. Melalui teknologi maka diharapkan untuk mampu melaksanakan penerapan, pemanfaatan, dalam pengelolaan pengetahuan berdasarkan tata cara usaha secara efektif. Adanya kesinambungan dalam pengembangan sumber daya manusia dalam perusahaan.

Perusahaan menerapkan pengembangan berdasarkan tingkat kualifikasi dari karyawan secara berkala bertujuan untuk terus meningkatkan adanya usaha sesuai tujuan awal dari perusahaan mengelola tata perencanaan yang semakin maju, namun dengan diimbangi kemajuan dari berbagai aspek maka sangat diperlukan adanya ketrampilan berdasarkan tingkat kualifikasi dari spesifik kompetensi bidang jalan diminati. Dalam melaksanakan pekerjaan pada bidangnya maka adanya ketrampilan sangat perlu untuk diasah hingga mampu meningkatkan skill dan sesuai dari adanya peraturan dari tiap pengembangan dari karyawan perusahaan.²

² Miftahudin, *Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan*, Bandung, Jurnal Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah, vol.3, no. 2, 2018, hal. 02

Peran sumber daya manusia memiliki output yang dapat diimplikasikan melalui produktivitas dan kualitas kerja dari setiap karyawan perusahaan memiliki standart kompetensi sumber daya manusia yang unggul. Berdasarkan dari kualifikasi individu yang berbeda, akan tidak optimal apabila tidak menjalankan pengembangan soft skill, kinerja setiap perusahaan didasarkan kecakapan dari para karyawan yang mengoptimalkan potensinya dalam bekerja dan menghasilkan ketrampilan sebagai proses eksistensi dan pandangan dari perusahaan lain untuk menjadikan sumber daya manusia perusahaan mendapatkan suatu pelatihan kerja, adanya seminar dan kursus.

Pada saat ini MSDM terdapat pandangan dari beberapa pihak. Semacam terdampaknya kualitas dari segi kompetensi manusia dengan berpengaruh kepada perusahaan yang menaunginya, dikarenakan perusahaan akan mendapatkan kesuksesan jangka panjang berdasarkan dari loyalitas kinerja dari setiap karyawannya. Sebaliknya, jika sumber daya manusia dipengaruhi oleh banyak faktor. Hal ini sesuai dengan perkembangan dan kemajuan untuk menginterpretasikan adanya perubahan pada lingkungan dengan efektivitas teknologi yang merambah semua bidang pekerjaan baik perekonomian perorangan dan perusahaan. Dibandingkan dengan faktor eksternal yang menyebabkan pengoptimalan sumber daya yang dimiliki dan dapat dikelola dengan sebaik mungkin, dan faktor dari perusahaan seperti kinerja dari karyawan yang berkompetensi.³

³ Ludfia Dipang, *Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Peningkatan Kinerja Karyawan Pada PT. Hasrat Abadi Manado*, Manado, Jurnal EMBA, vol. 1, no. 3, 2013, hal. 1080

Sumber daya manusia adalah faktor sentral dalam satu organisasi. Adapun bentuk serta tujuannya, organisasi dibuat berdasarkan berbagai visi untuk kepentingan manusia dan dalam pelaksanaannya, misi tersebut dikelola oleh manusia. Jadi manusia merupakan faktor strategis dalam semua kegiatan organisasi. Selanjutnya MSDM berarti mengurus sumber daya manusia berdasarkan visi organisasi agar tujuan organisasi dapat dicapai secara optimal. Karenanya MSDM juga menjadi bagian dari ilmu manajemen yang mengacu pada fungsi manajemen dalam pelaksanaan proses-proses perencanaan, mengorganisir, menyusun struktur pegawai, dapat menjadi pimpinan yang handal. Untuk peranan sumber daya manusia lebih akan bertolak dengan inovasi yang unggul dan memiliki kompetitif strategis untuk memanajemen dari adanya inovasi yang dikembangkan melalui motivasi serta moral dari setiap karyawan di dalam menyikapi kebijakan yang dijalankan perusahaan dalam praktik lingkungan perusahaan dan yang membantu meraih tujuan perusahaan di masa mendatang.⁴

Peran dan fungsi sumber daya manusia akan berdampak atas nilai tambah dari dayaguna secara efisien maupun efektif, pada penerapan lembaga keuangan yang berbasis syariah akan membentuk suatu orientasi pandangan yang mengidentifikasi tenaga kualifikasi karyawan yang layak dengan kualitas pekerjaan dalam pelayanan dan pengoperasiannya.

⁴ I Ketut Purnaya, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016) hal. 3

Organisasi memiliki tolak ukur dalam menentukan kinerja dan memberikan tanggung jawab kepada anggotanya sesuai ukuran dan terukur untuk memastikan ketepatan dan kepiawaian beban tanggung jawab atas tugasnya secara profesional. Manajemen memberikan tanggung jawab dari setiap pekerjaan berdasarkan jobdesk yang diambil dan kompetensi yang dimiliki atas kinerja pada perusahaan dan kemudian memberikan hasil yang harapannya dapat menguntungkan perusahaan.

Argumentasi perihal kinerja karyawan yang dipaparkan pada hal sebelumnya berindikasi bahwa kinerja memiliki pengaruh pada aspek perilaku seseorang untuk menjalankan tugas organisasi berdasarkan kebijakan yang diterapkan. Terdapat argumentasi yang berbeda dengan sudut pandang secara luas atas kinerja yang bukan hanya diartikan sebagai hasil, namun sesuai dengan nilai perusahaan, keprofesionalan karyawan, dan tanggung jawab secara disiplin.

Penilaian kinerja digunakan manajemen sebagai sarana pengecekan rutin atas evaluasi dari hasil kerja dari setiap kurun waktu perusahaan, menurut pendapat dari Bateman dan Snell yang memaparkan penilaian kinerja merupakan pemberian point pada kinerja setiap jabatan karyawan yang diembannya. Secara langsung berpengaruh atas proses peningkatan dari perbaikan kinerja dan kemungkinan untuk berada pada posisi jabatan yang lebih tinggi sesuai gaji yang terstruktur dari perusahaan untuk lebih efektif memberikan sikap profesional kerja jika dilakukannya penilaian buruk akan

berdampak pada kualifikasi yang menurun, motivasi yang berkurang, dengan kinerja untuk berlandaskan tindakan berbasis hukum.⁵

Salah satu permasalahan penting yang dihadapi oleh para manajer adalah bagaimana meningkatkan produktivitas kerja karyawannya sehingga dapat mendukung keberhasilan tujuan yang ingin di capai.

Demikian halnya dengan kondisi produktivitas kerja karyawan khususnya devisi marketing pada BMT Pahlawan dan BMT Muamalah, pada saat memberikan pelayanan kepada nasabah diperlukan *figure* seseorang manajer yang dapat mengarahkan dan memotivasi karyawan dengan baik. Setidaknya ada empat kemampuan yang harus dimiliki seorang manajer, seperti mampu memberikan motivasi kepada para karyawannya, mampu memberikan tugas kepada karyawan sesuai dengan keahliannya, mampu memberikan penghargaan, dan mampu memberikan contoh yang baik, seperti sikap yang rajin, seorang karyawan akan sangat membantu terciptanya produktivitas kerja yang optimal. Apalagi masalah yang sering dihadapi oleh BMT dalam hal kurangnya tenaga kerja marketing. Devisi marketing sangat penting bagi kelangsungan eksistensi BMT.

Mengenai marketing memiliki konsep yang mengedepankan penjualan serta promosi sebagai basis dari iklan baik sosial media atau melalui media cetak, yang dikelompokkan atas artian kecil. Pada dasarnya marketing

⁵ Hussein Fattah, *Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai*, (Yogyakarta: Elmatara, 2017), hal. 11

berpedoman sebagai proses sosial dalam membuat anggota kelompok dapat tertarik melalui adanya ciptaan dan timbal balik dari penilaian orang lain.

Marketing merupakan proses pengorganisasian dari penciptaan, komunikasi untuk dapat memberikan keunggulan pada konsumennya dan menjalin hubungan kerjasama yang menguntungkan kedua belah pihak atas dasar kepentingan perusahaan.

Pendapat Fandy Tjiptono, marketing adalah suatu fungsi yang memiliki pengaruh besar pada lingkup eksternal perusahaan dan perusahaan memiliki andil yang terbatas dengan proses pergerakan secara eksternal. Pada tujuannya marketing akan membuat ketertarikan dari konsumen berdasarkan produk yang ditawarkan dan vitalnya marketing sebagai penyalur produk dengan harapan target yang diperoleh setiap laporannya.

Menurut Kotler dan Keller, marketing menjalin adanya hubungan dari kedua belah yang potensial dan cara dalam respons baik dari konsumen pada perusahaan. Manajemen pemasaran dianggap sebagai seni untuk mendapatkan posisi pasaran dan proses dalam menemukan ruang lingkup penciptaan dari pelanggan untuk berkesempatan mendapatkan keuntungan secara unggul. Kotler dan Keller, memaparkan marketing diartikan sebagai kepuasan konsumen berdasarkan kebutuhan dari kehidupannya yang memiliki sasaran bisnis pasti terhadap pelanggan dan dapat meningkatkan profit. Cara yang ditempuh dalam bidang marketing yang khususnya untuk menetapkan nilai akan dibagi dengan beberapa pilihan yang utamanya pemilihan nilai, penyediaan serta pengomunikasian dari nilai. Jadi marketing suatu cara yang

dikembangkan dengan tujuan alat pemuas dari suatu kebutuhan dari konsumen. Apabila pada strategi kebutuhan yang diterapkan pada proses marketing dengan baik maka barang yang ditawarkan atas nilai superior akan terdistribusi secara efektif berdasarkan dengan daya jual yang secara cepat.⁶ Begitu juga dengan BMT dalam hal memasarkan atau memperkenalkan kepada masyarakat tentang operasional ataupun produk-produk yang diunggulkan di lembaga keuangan syariah. Hal itu tak luput dari seleksi sumber daya manusia karyawan yang kompeten dan ahli dalam bidangnya agar tepat sasaran kepada masyarakat yang belum paham tentang lembaga keuangan syariah. Divisi marketing harus terjun langsung ke masyarakat untuk memberi informasi keunggulan-keunggulan dari BMT agar kedepannya BMT semakin eksis dan semakin diminati masyarakat luas. BMT adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berisikan *bayl al-mal wa al-tamwil* dengan kegiatannya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil menengah dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, Baitul Mal wa Tamwil juga bisa menerima titipan zakat, infaq, dan sedekah serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya. BMT pada dasarnya dapat menginvestasikan dana dalam kegiatan bisnis jangka panjang dan juga BMT dirancang untuk melakukan intermediasi keuangan melalui mobilisasi simpanan dari nasabah atau, anggota

⁶H. Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep Dan Strategi Pemasaran*, (Makasar: CV Sah Media, 2019), hal. 1

dan pembiayaan usaha komersial. Selain itu, BMT didirikan untuk melakukan peran sosial keagamaan dengan mengumpulkan sumbangan amal dan membantu orang yang tidak mampu bersama dengan kehidupan spiritual mereka. Pandangan dari sutau keberadaan BMT dengan dua fungsi yang akan berguna sebagaimana penyaluran bagi dayaguna harta dan hibah kemudian untuk zakat maupun infaq, namun dapat difungsikan sebagai investasi dengan sifat produktif .⁷ Peran lembaga keuangan BMT bergerak menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) atas kepercayaan simpanan dan penyaluran pada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Pada lembaga ekonomi maka diartikan sebagai pihak pengelola ekonomi, perdagangan, perindustrian dan juga pertanian. Tata kerja BMT harus dirumuskan secara sederhana sehingga mudah untuk didirikan dan ditangani oleh para nasabah. Pengembangan usaha pada BMT pada Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil dan Menengah yang yang dibentuk Yayasan Inkubasi Usaha Kecil dan Menengah. YINBUK sendiri dibentuk oleh Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ketua Umum Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI), dan Direktur Utama Bank Muamalat Indonesia (BMI) dengan akta notaris.⁸

Pada saat berdirinya BMT Pahlawan dan BMT Muamalah semakain berkembang dan adanya minat menjadi lembaga keuangan alternatif. Ketertarikan berasal dari pengusaha kecil dan perdagangan, peternak, pengrajin, dan para petani. Selain mengalami peningkatan yang sangat pesat

⁷ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenada Media, 2017), hal. 447

⁸ Ibid...,hal. 451

BMT Pahlawan dan BMT Muamalah Tulungagung juga mengalami peningkatan dalam hal memperoleh nasabah. Peningkatan jumlah nasabah tersebut sangat berpengaruh terhadap BMT tersebut dikarenakan sebagai tolak ukur eksistensi dan kemajuan pada BMT Pahlawan dan BMT Muamalah. Pelaksanaan dari sumber daya manusia akan meningkatkan produktivitas dari pekerja dan pemberian pelayanan untuk nasabah untuk mendapatkan keuntungan.

Tabel 1.1
Tabel Perkembangan Anggota BMT Pahlawan

No	Anggota	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
1	Pendiri /Anggota Tetap	61 orang	61 orang	58 orang
2	Penanam Saham	63 orang	63 orang	58 orang
3	Penyimpan / Penabung			
	a. Simpanan Mudharabah	8.886 orang	8.975 orang	10.525 orang
	b. Simpanan Berjangka/ deposito Mudharabah	3.803 orang	3.858 orang	3.045 orang
	c. Tabungan Haji			
	d. Tabungan pension	186 orang 225 orang	206 orang 244 orang	189 orang 264 orang
4.	Penerima Pembiayaan	810 orang	1.010 orang	888 orang
	a. Pembiayaan BBA			
	b. Pembiayaan Murabahah	613 orang	696 orang	159 orang
	c. Pembiayaan Qardhul Hasan	60 orang	68 orang	43 orang
	Total	13.983 orang	14.460 orang	15.229 orang

Sumber: Rapat Anggota Tahunan BMT Pahlawan tahun 2019

Anggota perusahaan dengan kenaikan dari tahun 2018 sampai 2019 tetapi pada tahun 2020 mengalami penurunan. Adapun kenaikan jumlah anggota yang cukup banyak dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini

terjadi karena berbagai faktor. Salah satunya karena kontribusi dari divisi marketing dalam mencari anggota dan memasarkan produk dari lembaga tersebut.

Tabel 1.2
Tabel Perkembangan Anggota BMT Muamalah

No	Pembiayaan	2017	2018	2019	2020
1	Pembiayaan Rahn	453 orang	399 orang	445 orang	453 orang
2	Pembiayaan BBA	3.553 orang	3.596 orang	4.006 orang	4.905 orang
	Total	4.006 orang	3.995 orang	4.451 orang	5.438 orang

Sumber: Rapat Anggota Tahunan BMT Muamalah tahun 2020

Perkembangan anggota BMT Muamalah mengalami kenaikan dan juga penurunan. Tetapi itu tidak memutuskan semangat bagi karyawan marketing pada tahun berikutnya mengalami peningkatan menandakan kinerja karyawan marketing cukup bagus. Kenaikan jumlah anggota yang cukup banyak dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini terjadi karena berbagai faktor. Salah satunya karena kontribusi dari divisi marketing dalam mencari anggota dan memasarkan produk dari lembaga tersebut.

Adapun kriteria atau persyaratan yang di inginkan BMT Pahlawan dan BMT Muamalah dalam mencari tenaga kerja baru divisi marketing adalah sebagai berikut:

1. Pria atau wanita, Usia maksimal 35 Tahun
2. Bisa Baca Tulis Al-Qur'an
3. Pendidikan minimal SLTA, diutamakan Sarjana
4. Bisa mengoperasikan Komputer

5. Jujur, Bertanggung Jawab, Disiplin dan Berdedikasi Tinggi
6. Mempunyai banyak relasi atau jaringan dan sudah berpengalaman dalam bidang pemasaran

Calon tenaga kerja baru harus sudah berpengalaman dalam bidang marketing, agar lebih efektif dan tepat sasaran dalam mencari nasabah. Tidak hanya itu, calon tenaga kerja baru harus mempunyai relasi ataupun jaringan agar mempermudah mereka dalam hal memperkenalkan kepada masyarakat bagaimana BMT Pahlawan dan BMT Muamalah. Tidak hanya itu tenaga kerja marketing harus terjun langsung ke lapangan untuk menjelaskan ke masyarakat Tulungagung tentang keunggulan menabung dan peminjaman uang menjadi lebih aman, amanah, dan terpercaya. Oleh karena itu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi pimpinan BMT Dalam Mengembangkan SDM Terhadap Kinerja Karyawan Marketing Di BMT Pahlawan Dan BMT Muamalah Tulungagung”**.

B. Identifikasi Masalah

Latar belakang permasalahan diidentifikasi pada pemaparan berikut:

1. Mengembangkan SDM karyawan merupakan faktor yang vital dalam menjaring nasabah baru. Untuk itu pada pengembangan SDM karyawan perlu ditingkatkan agar lebih efisien dan efektif untuk memperkenalkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat.

2. Meningkatkan kinerja karyawan marketing merupakan mengolah kemampuan karyawannya dengan cara mengadakan seminar dan pelatihan lainnya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah ini pada strategi pimpinan BMT dalam mengembangkan SDM terhadap kinerja karyawan marketing di BMT Pahlawan dan BMT Muamalah Tulungagung. Adapun pertanyaan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pimpinan BMT dalam mengembangkan SDM dengan menambah wawasan literasi/ilmu marketing untuk meningkatkan kinerja karyawan marketing di BMT Pahlawan dan BMT Muamalah Tulungagung?
2. Bagaimana strategi pimpinan BMT dalam mengembangkan SDM melalui peningkatan ketrampilan untuk meningkatkan kinerja karyawan marketing di BMT Pahlawan dan BMT Muamalah Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Fokus dengan latar belakang yang paparkan maka dengan tujuan untuk menjelaskan dan mendiskripsikan:

1. Untuk mengetahui strategi pimpinan BMT dalam mengembangkan SDM dengan cara menambah wawasan literasi/ ilmu marketing untuk meningkatkan kinerja karyawan marketing di BMT Pahlawan dan BMT Muamalah Tulungagung.

2. Untuk mengetahui strategi pimpinan BMT dalam mengembangkan SDM melalui peningkatan keterampilan untuk meningkatkan kinerja karyawan marketing di BMT Pahlawan dan BMT Muamalah Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

- a. Secara Teoristis

Peneliti berharap mampu memberikan manfaat dan referensi dalam pengembangan ilmu manajemen dan ekonomi dan khususnya terkait dengan pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan efektifitas bagian pemasaran.

- b. Secara Praktis

Secara praktis, dijadikan acuan dan pertimbangan evaluasi bagi lembaga perbankan syariah dan peneliti berikutnya, maka dibagi menjadi manfaat pada berikut:

1. Bagi Lembaga

Memberikan referensi baru dari kehandalan data dan pembaharuan riset sebelumnya, BMT Pahlawan dan BMT Muamalah Tulungagung sebagai dasar pertimbangan untuk mengembangkan ataupun mengevaluasi terkait manajemen sumber daya manusia di Lembaga yang tercantum.

2. Bagi akademik

Diharapkan memberikan wawasan ilmu dari sudut pandang peneliti dan khususnya mahasiswa IAIN Tulungagung dalam

memahami adanya mata kuliah pengajaran dan praktek pada lapangan secara langsung.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Harapannya bermanfaat untuk mengembangkan riset dari variabel yang hampir sama dan menjadikan referensi dari keberlanjutan riset selanjutnya. Tersedianya informasi dan referensi yang dipergunakan akan memberikan solusi dari setiap permasalahan dari sudut pandang peneliti.

F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian

Supaya penelitian ini memiliki arah dan menjauhkan bahasan yang terlalu ekstensif, hingga peneliti membuat batasan. Dalam konteks lebih khusus menggunakan ruang lingkup terdiri dari variabel yang meliputi variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). variabel bebas yang digunakan yaitu strategi pimpinan BMT dalam mengembangkan SDM karyawan(X). Sedangkan variabel terikat yaitu meningkatkan kinerja karyawan divisi marketing (Y).

G. Penegasan Istilah

Pemahaman penafsiran yang sama dan pemikiran yang terarah atas satu makna, maka dapat peneliti paparkan istilah yaitu:

1. Penegasan konseptual

a. Pengembangan sumber daya manusia

Pengembangan sumber daya manusia adalah konsekuensi dari hasil pendidikan dan pelatihan yang diartikan sebagai penyiapan individu untuk memikul tanggung jawab memperbaiki dan

meningkatkan ilmu, pemahaman, kemampuan sikap dan sifat-sifat kepribadian. Pelaksanaan aktivitas pengembangan ini lebih formal sifatnya dan konsentrasinya mengarah pada strategi untuk mempersiapkan kemampuan karyawan pada jabatan yang akan datang. Tujuan perkembangan akan menubah sikap, perilaku, pengalaman dan kinerja karyawan.⁹

b. Manajemen sumber daya manusia

Manajemen sumber daya manusia (MSDM) titik konsep yang memiliki nilai strategis, di pandang sebagai perluasan dari pandangan tradisional untuk mengelola sumber daya manusia secara efektif dan diperlukan adanya pola perilaku atas keefektifan dari berbagai kemampuan pengelolaan berdasarkan kegiatan merencanakan, pengadaan, mengembangkan, memelihara, dan penggunaan dengan dasar MSDM berkelanjutan dalam organisasi. Perbedaan terjadi pada hal mendasar dari MSDM atas tenaga kerja dan personalia.¹⁰

c. Produktivitas kerja

Produktivitas kerja merupakan tingkat kualifikasi karyawan untuk dapat memproduksi dan membandingkan kinerja yang bagus. Selain itu pengelolaan memerlukan perbandingan dari output dan input produktivitas sumber daya manusia dengan efisien.¹¹

⁹ Yohanes Arianto Budi Nugroho, *Pelatihan dan Pengembangan SDM*, (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), hal. 3

¹⁰ Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Kecana, 2009), hal. 6

¹¹ Elbadiansyah, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Purwokerto: CV. IRDH, 2019), hal.

d. Devisi marketing

Marketing merupakan pengarah kegiatan yang dilakukan individu atas dasar rasa keinginan mencukupi kebutuhan dari proses bisnis. Pengertian marketing dapat dijabarkan dari berbagai aspek dengan makna luas dan dapat mencapai makna suatu kebutuhan dari manusia akan terpenuhi dengan produk yang bersumber dari organisasi atas barang atau jasa yang ditawarkan.¹²

e. Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)

Lembaga keuangan mikro memiliki operasional bagi hasil dengan pertumbuhan dari bisnis membela kepentingan dari fakir miskin, landasan dari sistem ekonomi tokoh yang bersangkutan atas fungsi utama Baitul Tamwil untuk mengembangkan usaha dengan produktif sebagai peningkatan usaha mikro sebagai tunjangan dari proses pembiayaan ekonomi. Dan yang kedua Baitul Maal akan mengoptimalkan distribupendistribusan dari sedekah dan sebagainya dengan betlandasakan peraturan.¹³

2. Penegasan operasional

Penegasan secara operasional dari judul “Strategi pimpinan BMT Dalam Mengembangkan SDM Terhadap Kinerja Karyawan Marketing di BMT Pahlawan Dan BMT Muamalah Tulungagung” itu adalah menelaah dan mengkaji bagaimana strategi terlaksananya pengembangan sumber

¹² Warnadi dan Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2019), hal. 3

¹³ Rudi Hermawan, *Buku Ajar Hukum Ekonomi Islam*, (Bangkalan: Duta Media Publishing, 2017), hal. 5

daya manusia untuk meningkatkan produktivitas kinerja karyawan di lembaga tersebut.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Pada sistematika penulisan terdapat 3 (tiga) bagian, sebagai perincian maka sistematika pembahasan skripsi ini yakni:

Bagian awal, berisikan tentang: halaman sampul depan (cover), sampul yang sama dengan cover, persetujuan bimbingan dosen, pengesahan penguji, halaman motto/permohonan, kata pengantar, daftar isi/tabel/gambar/lampiran, dan abstrak.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama mengindikasikan adanya penampilan dari fenomena suatu masalah yang akan dilaksanakan baik fokus pertanyaan, tujuan, manfaat, menegaskan istilah, dan sistematika.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini berisi beberapa tinjauan pustaka tentang teori, penelitian sebelumnya, kerangka berfikir dan rinci memaparkan: landasan teoritis, penelitian sebelumnya, dan kerangka konseptual.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga pada proses metodologi yang menjadi acuan dari rancangan yang dipaparkan dan menerangkan jenis, lokasi, hadirnya, data dan sumber data, temuan/keaslian temuan, dan tahap penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini memberikan gambaran dari profil dan paparan yang didapat berdasarkan hasil dari topik yang diangkat.

BAB V : HASIL PEMBAHASAN

Bab kelima menjelaskan terkait teori pada kinerja karyawan secara nyata yang terjadi di lapangan dengan mengkonfirmasi hasil yang ditemukan .

BAB VI : PENUTUP

Bab terakhir merujuk pada menentukan pokok bahasan secara keseluruhan yang dibahas sebagaimana menunjukkan adanya jawaban yang detail pada kesimpulan dan saran.