BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak dalam bidang manufaktur maupun jasa. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat dan tajam, baik dipasar domestik maupun internasional. Oleh karena itu dalam persaingan yang demikian, perusahaan dituntut untuk dapat memuaskan pelanggannya dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Seiring dengan kehidupan dunia yang semakin berkembang, transaksi serta kegiatan ekonomi masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan keuangan. Para pedagang dan pengusaha sudah tidak mungkin lagi mengurusi keuangan secara sendiri.[1] Secara tidak langsung mereka telah membutuhkan adanya suatu lembaga keuangan. Maka dari itu banyak masyarakat lebih selektif dalam memilih lembaga-lembaga keuangan yang menurut mereka memberi manfaat antara kedua belah pihak. Pilihan akan lembaga keuangan tersebut pastinya menurut mereka adalah yang terbaik. Baik lembaga keuangan bank, non-bank, maupun lembaga keuangan yang lain khususnya berbasis syariah. Konsep lembaga atau organisasi

[1] Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hal. 51.

keuangan syariah sudah dikenal sejak sebelum Nabi Muhammad diangkat menjadi Rasul. Lembaga Baitul Maal atau BMT merupakan lembaga bisnis dan sosial yang pertama kali dibentuk oleh Nabi, lembaga BMT berfungsi sebagai tempat penyimpanan dana.[2]

Seiring berkembangnya perbankan syariah di Indonesia, berkembang pula lembaga keuangan mikro syariah dengan sarana pendukung yang lebih lengkap. Sarana pendukung tersebut berupa peraturan Menteri, Keputusan Menteri, SOP serta perhatian perbankan khususnya perbankan syariah mempermudah masyarakat mendirikan BMT. BMT mengalami perkembangan begitu pesat dengan fungsi-fungsi serta produk-produk yang dimiliki. BMT merupakan lembaga keuangan yang berorientasi pada sosial keagamaan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dan menyalurkan dana atau harta masyarakat berupa zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS).[3] Keberadaan BMT dalam kehidupan masyarakat mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat dalam pemberian pembinaan dan pendanaan dengan berdasarkan sistem syariah. Keberadaan BMT diharapkan mampu berperan aktif dalam memperbaiki kondisi masyarakat yang sebagian harus menghadapi prkatek penerapan bunga pinjaman yang mengakibatkan masyarakat harus terjerumus dalam permasalahan ekonomi.[4]

---

[2] *Ibid*., hal. 56

[3] Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), hal. 66.

[4] Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keungan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi Edisi Kedua,* (Yogyakarta: Ekonosia FE UII, 2005), hal. 96.

Sama seperti perbankan syariah, BMT juga memiliki tiga fungsi pokok dalam operasionalnya, yaitu sebagai lembaga penghimpun dana, penyaluran dana dan pelayanan jasa.[5] Dalam menjalankan ketiga fungsinya tersebut BMT perlu mengadakan pemasaran atas produk-produk yang dijalankannya guna menarik simpati masyarakat untuk bergabung bersamanya.

Kesuksesan dalam persaingan antara lembaga keuangan syariah bank, non-bank, atau lembaga keuangan yang lainnya dapat terpenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan nasabah. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan perbankan memerlukan berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan dapat tercapai. Salah satu usaha untuk memanjakan nasabahnya adalah melalui pelayanan yang diberikan. Nasabah dibuat senyaman mungkin dengan keramah-tamahan dan sopan santun dari para karyawan perusahaan. Nasabah juga dibuat merasa nyaman dalam ruangan yang tidak membosankan dengan fasilitas ruangan yang menyenangkan.

Peran karyawan ataupun seorang pelayan dalam dunia perbankan hendaknya memberikan dampak positif dalam perkembangan dunia perbankan saat ini dan untuk selanjutnya yang menjadi penopang kemajuan perbankan. Dengan pelayanan yang diberikan pastinya akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menggunakan jasa yang ditawarkan tersebut.

---

[5] Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 160.

Terjadinya persaingan ketat dalam dunia perbankan, lembaga keuangan konvensional dan syariah dihadapkan pada cara atau usaha bagaimana para nasabah dan calon nasabahnya tetap loyal terhadap lembaga keuangan tersebut, salah satu caranya yaitu mengemas produk dan jasa yang ditawarkan sedemikian rupa untuk menarik para konsumen bahkan pelayanan yang diberikan tidak hanya terbatas pada fungsi awal bank sebagai lembaga keuangan yang berfungsi untuk menyimpan dan meminjam uang. Berdasarkan pada hal diatas dapat dikatakan bahwa sebuah usaha lembaga keuangan harus mampu memberikan sebuah pelayanan yang prima, dimana pelayanan prima tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan atau pelayanan yang mencirikhaskan dari lembaga keuangan tersebut dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya, sehingga hal tersebut dapat menjadikan sebuah lembaga keuangan mampu bertahan dalam ketatnya persaingan lembaga keuangan.

Pelayanan yang prima tersebut akan menimbulkan tingkat kepuasan nasabah. Seorang nasabah yang puas akan pelayanan yang diberikan akan merasa mendapatkan nilai dari penyedia jasa lembaga keuangan. Nilai yang didapat ini berasal dari produk yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan, sistem yang dapat mempengaruhi emosi dari pengguna produk atau jasa. Jika nasabah mengatakan bahwa nilai adalah produk perbankan yang berkualitas, maka kepuasan terjadi jika nasabah mendapatkan produk yang berkualitas, dan jika nilai bagi nasabah adalah

kenyamanan, maka kepuasan datang apabila pelayanan yang diperoleh nasabah benar-benar nyaman.[6]

Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penghimpunan uang (simpanan), penyaluran uang (kredit), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena itu, BMT harus bisa menjaga kepercayaan dari nasabahnya. Kepercayaan nasabah sangat penting bagi berlangsungnya BMT itu sendiri, karena tanpa kepercayaan dari nasabah, sulit bagi BMT untuk dapat dapat hidup dan terus berkembang. Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya tersebut maka BMT perlu menjaga citra positif dimata nasabahnya. Citra positif ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan.[7]

Lembaga keuangan syariah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan hukum syariah. Dalam hal etika, misalnya *amanah*, dan *siddiq*, harus melandasi setiap karyawan sehingga tercermin integritas eksekutif muslim yang baik. Disamping itu, karyawan lembaga keuangan syariah harus *skillful* dan profesional (*fatanah*), dan mampu melakukan tugas secara *team-work* dimana informasi merata diseluruh fungsional organisasi (*tabliq*). Selain itu cara berpakaian dan tingkah laku dari para keryawan merupakan cerminan bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama besar Islam, sehingga tidak ada aurat yang terbuka dan tingkah laku yang kasar. Demikian juga dalam

---

[6] Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, cetakan ke-II (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006), hal. 27.

[7] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 201.

menghadapi nasabah, akhlak harus senantiasa terjaga. Nabi Rasulullah SAW bersabda bahwa senyum adalah sedekah.[8]

Lembaga keuangan syariah terbentuk karena dasar larangan dalam Islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram, misalnya usaha yang berkaitan dengan produksi makanan atau minuman haram, usaha media yang tidak Islami dll, dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem lembaga keuangan konvensional.[9]

Secara hukum BMT berpayung pada koperasi tetapi sistem operasionalnya tidak jauh berbeda dengan perbankan syariah sehingga produk-produk yang berkembang dalam BMT seperti apa yang ada di bank syariah. Sedangkan bank syariah mempunyai landasan yuridis berupa undang-udang tentang perbankan syariah yakni UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, sehingga lahirlah legitimasi hukum yang kuat sebagai naungannya. BMT haru tunduk pada Undang-Undang No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian dan PP No. 9 tahun 1995 tentang pelaksanaan usaha simpan pinjam oleh koperasi. Juga dipertegas lagi oleh KEP.MEN No. 91 tahun 2004 tentang koperasi jasa keuangan syariah. Undang-undang tersebut sebagai payung berdirinya BMT (Lembaga keuangan mikro syariah).

---

[8] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 34.

[9] Inggrid Tan, *Bisnis dan Investasi Sistem Syariah*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009), hal. 61.

BMT pada pelaksanaan produk-produk yang ditawarkan menggunakan sistem bagi hasil, bukan sistem bunga seperti pada bank konvensional. Kita tahu bahwa Islam sangat melarang umatnya memakan harta hasil riba, sebagaimana yang telah difirmankan Allah SWT dalam surat Ali Imron (3): 130.[10]

"*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan*"

Aktivitas bank syariah ataupun BMT dalam memberikan pelayanan jasa perbankan bagi nasabahnya yang berpedoman pada syariah Islam yaitu al-Quran dan as-Sunnah. Sistem operasional dan prosedur kerja pada bank syariah dan produk jasanya harus sesuai dengan konsep syariah. Seluruh aktivitas bank selalu memperhatikan *service* (pelayanan). Dalam hal pelayanan posisi sumber daya manusi (SDM) paling menentukan dibandingkan dengan mesin atau perangkat apapun yang ada dalam perusahaan. Jadi, untuk meningkatkan citra suatu lembga maka perlu menyiapkan karyawan atau sumber daya manusia yang mampu melayani keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

Kualitas layanan merupakan salah satu unsur indikator bagi konsumen untuk menilai perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan keuangan. Nasabah tentunya menginginkan pelayanan yang berkualitas. Untuk menghadapi persaingan antara lembaga perbankan yang semakin

---

[10] Kementrian Agama RI, *Ar-Rahim: al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu, 2014), hal. 66.

ketat, bank harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang prima, jika tidak maka nasabah akan segera berpaling ke Bank yang lain yang dapat memberikan kualitas layanan yang lebih baik.[11]

Pelayanan nasabah yang bermutu menuntut adanya upaya keseluruhan karyawan bukan hanya bertugas di *front office* yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam menghasilkan pelayanan yang mencerminkan kualitas, tetapi juga karyawan di back office yang menghasilkan pelayanan di belakang layar yang tidak kelihatan oleh nasabah.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pelayanan bank dalam hubungannya dengan kepuasan nasabah adalah pelayanan prima. Pelayanan prima yang berkaitan dengan pelayanan yang optimal dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dimana menurut Atep bahwa layanan prima bertitik tolak pada pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen atau pelanggan.[12]

Tujuan pelayanan prima adalah membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyality*.[13] Tetap menjaga dan merawat agar nasabah merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhannya atas keinginannya. Pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti

---

[11] Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), hal. 225.

[12] Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006), hal. 25.

[13] Nina rahmawati, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 8.

perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat.[14]

Dalam pelaksanaannya karena pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan dna pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*), sehingga apabila perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan maka akan menghasilkan berbagai macam keuntungan.

Dalam menganalisa pelayanan prima dan hubungannya dengan nasabah, maka peneliti menganalisa pelayanan prima pada BMT UGT Sidogiri kantor cabang Lodoyo kabupaten Blitar bahwa pelayanan prima dapat diukur dengan strategi pelayanan prima 3A unsur pokok, yaitu sikap (*Attitude*), perhatian (*Attention*), dan tindakan (*Action*).

Pelayanan kepada nasabah merupakan persoalan pokok dalam persaingan antar lembaga keuangan, dan juga termasuk ke dalam bagian yang tidak terpisahkan dari sebuah lembaga atau perusahaan. Karena pelayanan merupakan salah satu alat dan kegiatan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan atau nasabah.

BMT UGT Sidogiri Indonesia kantor cabang Lodoyo kabupaten Blitar merupakan salah satu lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya selalu mengutamakan kepuasan para nasabahnya, diantaranya melayani masyarakat yang ingin mengajukan pembiayaan ataupun menyimpan hartanya dengan mendatangi di setiap perkampungan, dan

[14] *Ibid.,hal.* 13.

juga mendatangi secara langsung para nasabahnya yang berada di pasar ataupun di rumah-rumah yang ingin menyimpan harta mereka.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai"Analisis Strategi Pelayanan Prima (*Service Excellent*) dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Lodoyo Kabupaten Blitar ". Pemilihan BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Lodoyo Kabupaten Blitar sebagai obyek penelitian karena BMT UGT Sidogiri dianggap dapat mewakili sebagai salah satu BMT yang sedang berkembang saat ini. Dalam menunjang peningkatan nasabah, maka perlu dilakukan penilaian mengenai pelaksanaan pelayanan prima terhadap nasabah. Penilaian disini dilakukan agar dapat mengetahui pelayanan prima yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri. Titik pokok dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah.

B. Fokus Penelitian

Dari penelitian yang berjudul analisis strategi pelayanan prima (*service excellent*) dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Lodoyo Kabupaten Blitar, dapat dirumuskan maslaah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah di BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Lodoyo Kabupaten Blitar?

2. Bagaimana kendala strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah di BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Lodoyo Kabupaten Blitar?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Lodoyo Kabupaten Blitar untuk mengatasi kendala strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian permasalahan di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui strategi pelayanan prima yang dilakukan oleh BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Lodoyo Kabupaten Blitar untuk meningkatkan loyalitas nasabah.
2. Mengetahui kendala strategi pelayananan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah di BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Lodoyo Kabupaten Blitar.
3. Mengetahui upaya yang dilakukan BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang lodoyo Kabupaten Blitar untuk mengatasi kendala strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

a. Acuan atau dasar teoritis bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan pembahasan mengenai masalah pelayanan prima dan loyalitas nasabah.
b. Untuk pengembangan penelitian di bidang perbankan syariah.
c. Untuk perbendaharaan perpustakaan di IAIN Tulungagung.

2. Secara Praktis
   a. Sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh perusahaan perbankan khususnya dalam pemberian pelayanan prima untuk mempertahankan loyalitas nasabah.
   b. Sebagai kontribusi pengetahuan tentang startegi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami proposal skripsi yang berjudul "Analisis Pelayanan Prima (*Service Excellent*) dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Lodoyo Kabupaten Blitar", maka penulis memandang perlu untuk menegaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul yaitu sebagai berikut:

1. Konseptual
   a. Pelayanan prima

Pelayanan prima merupakan upaya memberikan pelayanan yang optimal, menempatkan pelanggan sebagai mitra dengan rasa kepedulian kepada pelanggan untuk memberikan rasa puas.

b. Loyalitas

Loyalitas adalah suatu kesetian seseorang karena telah tumbuh rasa percaya pada diri seorang tersebut.

c. Nasabah

Nasabah merupakan orang yang membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank.

2. Operasional

Secara operasional yang dimaskud dengan analisis strategi pelayanan prima dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Lodoyo Kabupaten Blitar adalah adanya penerapan strategi pelayanan prima yang baik dalam proses perbankan serta untuk meningkatkan loyalitas nasabah itu dapat memperluas dan mendukung mendukung pertumbuhan BMT tersebut yang dideskripsikan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

F. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penulisan dalam proposal skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu: bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Dengan rincian sebagai berikut:

Bagian awal, terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, halaman pedoman transleterasi dan halaman abstrak.

Bagian inti terdiri dari lima bab dan masing-masing bab berisi sub-sub bab, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN: membahas tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA: membahas tentang kajian teori pelayanan prima yang berisi; pengertian pelayanan prima, tujuan pelayanan prima, ciri-ciri pelayanan prima, konsep pelayanan prima A3, dan strategi pelayanan prima, pentingnya pelayanan prima, proses dan tahapan pelayanan prima, pelayanan prima dalam perspektif Islam, nasabah yang berisi; pengertian nasabah, sifat-sifat nasabah, sikap melayani nasabah, sebab-sebab nasabah meninggalkan bank, loyalitas yang berisi; pengertian loyalitas, karakteristik loyalitas nasabah, tahapan-tahapan loyalitas, loyalitas dalam perspektif Islam, penelitian terdahulu, kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN: membahas tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, teknik pengumpulan data, teknis analisa data, pengecekan keabsahan temuan, tahap-tahap penelitian.

BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN: berisi latar belakang keadaan obyek, penyajian dan analisis data hasil penelitian.

BAB V PENUTUP: pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

Bagian akhir terdiri dari: daftar rujukan dan lampiran-lampiran.