

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Nisbah Bagi Hasil

1. Pengertian bagi hasil

Pengertian bagi hasil menurut terminology asing (Inggris) di kenal dengan *Profit sharing*, profit merupakan bagi keuntungan. Dalam kamus ekonomi di artikan pembagian laba. Secara istilah profit adalah perbedaan yang timbul ketika total pendapatan (*total revenue*) suatu perusahaan lebih besar dari biaya total (*total cost*).¹¹

Sistem bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukannya kegiatan usaha. Didalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atau keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat. Dalam sistem penetapan bagi hasil ada beberapa hal yang perlu diperhatikan:

- a. Didalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad).
- b. Prosentase nisbah keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk prosentase antara kedua belah pihak, bukan dinyatakan dalam nilai nominal Rp tertentu.

Bagi untung dan bagi rugi. Jika usaha tersebut mendapatkan keuntungan maka pembagiannya berdasarkan nisbah, sedangkan jika

¹¹ Agus Ahmad Nasrulloh, *Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Dana Pihak ketiga Perbankan Syariah di Indonesia*, Jurnal Akutansi Vol 7, Nomor 1, 2012, hal.42

- a. usaha tersebut mengalami kerugian maka pembagian didasarkan proporsi modal.¹²
- b. Nilai nominal bagi hasil yang nyata-nyata diterima baru dapat diketahui setelah hasil pemanfaatan dana tersebut benar-benar telah ada.
- c. Nisbah bagi hasil ditentukan atas kesepakatan pihak-pihak yang bekerjasama.
- d. Besarnya nisbah biasanya akan dipengaruhi oleh pertimbangan kontribusi masing-masing pihak dalam bekerjasama. prospek perolehan keuntungan, dan tingkat risiko yang mungkin terjadi.¹³

Jadi dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penetapan nisbah bagi hasil ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yakni pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak pembiayaan dibentuk, dan besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak harus disepakati oleh kedua belah pihak yang bekerja sama.

Dalam hukum Islam penerapan bagi hasil harus memperhatikan prinsip *at-taawun* artinya tolong menolong maksudnya saling bantu membantu dan saling bekerjasama diantara anggota masyarakat dalam hal kebaikan. Sebagaimana tercantum dalam firman Allah didalam al-Qur'an surat al-Maidah ayat 2:

¹² Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 206-207

¹³ Muclis Yahya, Edy Yusuf Agunggunanto, *Teori Bagi Hasil (Profit and Loss Sharing) dan Perbankan Syariah dalam Kelompok Ekonomi Syariah*, *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan* Vol.1, No.1, 2011. hal.67

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا

اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢٠٠﴾

“Dan tolong menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran, dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaan-Nya.” (Qs. al-Maidah:2)¹⁴

2. Macam-Macam Produk Berdasarkan Akad Bagi Hasil

Bentuk-bentuk kontrak kerjasama bagi hasil dalam lembaga keuangan syariah diantaranya *musyarakah* dan *mudharabah*, Dari berbagai akad-akad bagi hasil diatas yang biasanya digunakan, khususnya pada bank-bank syariah yang ada di Indonesia yakni pembiayaan *musyarakah* dan pembiayaan *mudharabah*.¹⁵

a) Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah* yaitu kerjasama yang dilakukan antara dua pihak atau lebih dimana kedua belah pihak sama-sama memiliki modal (dana) untuk melakukan usaha bersama dan mengelola bersama dalam suatu hubungan kemitraan. Bagi hasil dibagi berdasarkan kesepakatan yakni biasanya dibagi berdasarkan jumlah modal atau dana yang ditanamkan dan apabila terjadi kerugian, maka kerugian tersebut

¹⁴ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 800

¹⁵ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih*...hal.121

ditanggung bersama secara proporsional sesuai dengan kontribusi modal.¹⁶

b) *Pembiayaan Mudharabah*

Secara teknis *mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara *shahibul maal* (pemilik dana) dan *mudharib* (pengelola dana) dengan nisbah bagi hasil menurut kesepakatan di muka, jika usaha mengalami kerugian maka kerugian tersebut ditanggung oleh pemilik dana, kecuali jika ada kelalaian atau kesalahan oleh pengelola dana, seperti penyelewengan, kecurangan, dan penyalahgunaan dana.¹⁷

Mudharabah adalah kerjasama yang dilakukan antara dua pihak yakni antara pemilik dana (*shohibul maal*) dan pengelola (*Mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu dengan menggunakan bagi untung (*profit sharing*) berdasarkan kesepakatan diantara kedua belah pihak.

Mudharabah dibagi menjadi dua macam yakni sebagai berikut:

- 1) *Mudharabah mutlaqah* yakni pemilik dana (*Shohibul maal*) tidak memberikan batasan kepada pengelola (*mudharib*) untuk menggunakan dana tersebut dalam mengelola usaha baik mengenai tempat, waktu dan jenis usaha yang akan dijalankan, dan pengelola bertanggungjawab untuk mengelola usaha sesuai dengan praktik kebiasaan usaha normal yang sehat.

¹⁶Ali Mauludi dan Fadlan, *Teknik Memahami Akutansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2015), hal. 154

¹⁷Ikit, *Akutansi penghimpunan Dana*,... hal. 97

2) *Mudharabah muqayyadah* adalah pemilik dana (*shohibul maal*) menentukan syarat dan pembatasan kepada pengelola (*mudharib*) dalam menggunakan dana tersebut dengan jangka waktu, tempat, jenis usaha dan yang lainnya. Pengelola menggunakan dana tersebut dengan tujuan yang dinyatakan secara khusus yakni untuk menghasilkan keuntungan.¹⁸

Produk penghimpunan dana yang menggunakan prinsip bagi hasil dilembaga keuangan syariah (BMT) diantaranya sebagai berikut:

(1) Simpanan *mudharabah*

Simpanan *mudharabah* adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu berdasarkan kesepakatan, akan tetapi penarikannya tidak dapat ditarik dengan cek atau semacamnya.¹⁹ Para ahli perbankan memberikan pengertian bahwa tabungan adalah simpanan sementara sebelum pemilik melakukan pilihannya, apakah si pemilik akan menggunakan uangnya untuk konsumsi atau untuk berinvestasi.

Sebagaimana yang dijelaskan dalam fatwa Dewan Pengawas Syariah Nasional nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 yang tertanggal 1 April tahun 2000 yang memberikan landasan syariah dan ketentuan tentang tabungan (simpanan) *mudharabah* yakni sebagai berikut:

¹⁸Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Azkia Publisher, 2009), hal. 24

¹⁹ Istiqomah Nurul Saputri dan Ayu Noviani hanum, *Pengaruh Nisbah Bagi hasil dan Simpanan Mudharabah: Tingkat Religiusitas Sebagai Gaktor Moderating (Studi Kasus: di BPRS Binama Semarang)*, Maksimum, Vol.4, No.1, 2013-2014, hal. 30

Landasan hukum syariah tentang simpanan *mudharabah* tercantum dalam al-Qur'an surat An-Nisa :29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا

أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ...

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela diantara kamu.” (Qs. An-Nisa: 29).²⁰

Ketentuan tabungan (simpanan) *mudharabah* sebagai berikut:

- (a) Dalam transaksi simpanan *mudharabah* nasabah bertindak sebagai *shohibul maal* (pemilik dana) dan bank bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana).
- (b) Bank yang bertindak sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha, dimana usaha yang tersebut tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan dalam mengembangkannya termasuk didalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.
- (c) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya dalam bentuk tunai dan bukan putang.
- (d) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dinyatakan dalam akad pembukuan rekening.

²⁰ Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Widasarana Indonesia, 2005), hal. 46-47

(e) Bank sebagai pengelola (*mudharib*) menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.

(f) Bank tidak diperbolehkan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa izin atau persetujuan dari pihak *shohibul maal* (nasabah).²¹

(2) Simpanan berjangka (deposito)

Simpanan berjangka (deposito) adalah simpanan dana berjangka yang penarikannya hanya dapat diambil pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah dengan bank. Deposito memiliki memiliki waktu pengambilan tertentu biasanya diambil pada jangka waktu misalnya 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan dan 24 jam.²²

Dalam pengertian lain simpanan berjangka (deposito) merupakan simpanan jenis ketiga yang dikeluarkan oleh bank, dimana simpanan deposito mengandung unsur jangka waktu lebih panjang (lama) dan tidak dapat ditarik sewaktu-waktu.²³

Ditinjau dari segi biaya sumber dana yang berasal dari jenis simpanan ini pada umumnya memiliki biaya tertinggi dibanding dengan sumber dana yang lainnya.²⁴

²¹ *Ibd.*, hal.49

²² Taufik Hidayat, *Buku Pintar Investasi Syariah*, (Jakarta: PT. Transmedia, 2011), hal.142

²³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo, 2010), hal.84-85

²⁴ Soetanto Hadinoto, *Bank Strategy on Funding and Liability Management*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2008), hal.254

3. Landasan Hukum Akad Bagi Hasil

a) Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* diatur melalui fatwa DSN No. 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *mudharabah*. Latar belakang dikeluarkannya fatwa dimaksudkan dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan dana Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Pihak lembaga keuangan syariah dapat menyalurkan dananya kepada pihak lain melalui akad *mudharabah* yakni akad kerjasama yang dilakukan antara pemilik dana (*shohibul mal*) dan pengelola (*mudhorib*), dimana *shohibul mal* memberikan modal kepada *mudhorib* untuk mengelola modal atau dana yang diberikan, dan keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak.²⁵

Landasan hukum yang digunakan dalam pembiayaan akad *mudharabah* yakni berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadits, sebagaimana yang terdapat dalam firman Allah yang ada di dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa [4]: 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ

تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ

بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

²⁵ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), hal.132-133

“Hai orang-orang yang beriman! janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka rela di antaramu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha penyayang kepadamu.” (Qs.An-Nisa: 29)²⁶

b) Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan *musyarakah* merupakan salah satu pembiayaan yang menggunakan prinsip bagi hasil, dimana telah diatur dalam ketentuan fatwa DSN No. 08/DSN-MUI/IV/2000 yang menyebutkan bahwa kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dan usaha terkadang memerlukan dana dari pihak lain, antara lain melalui pembiayaan *musyarakah* yakni akad kerjasama yang dilakukan antara dua orang atau lebih dimana masing-masing pihak sama-sama memiliki modal dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan dan apabila terjadi kerugian ditanggung bersama.²⁷

Landasan hukum yang digunakan dalam pembiayaan akad *musyarakah* yakni berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadits, sebagaimana yang terdapat dalam firman Allah yang ada di dalam Al-Qur'an Surat Shaad ayat 24:

²⁶Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah dan tafsir untuk Wanita*, (Bandung: Jabal,2010), hal.83

²⁷ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia...*, hal. 134

وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا

وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ

وَحَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٢٤﴾

*“Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal sholeh, dan amat sedikitlah mereka ini, dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya, Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.” (Qs. Shaad: 24)*²⁸

Landasan hukum yang kedua bersumber dari hadits yakni dalam hadits qudsi yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah bahwa Rasulullah SAW telah berkata:

“Allah SWT berfirman: Aku ini ketiga dari dua orang yang telah berserikat, selama salah seorang mereka tidak mengkhianati temannya. Apabila salah seorang berkhianat terhadap temannya maka saya keluar dari perserikatan tersebut.” (HR. Abu Daud).

*“Sesungguhnya orang-orang yang mengelola harta Allah dengan tidak benar, maka bagi mereka api neraka pada hari kiamat.” (HR. Bukhori).*²⁹

1. Perbedaan Bagi Hasil dan Bunga

Islam mengharamkan bunga dan menghalalkan bagi hasil, dimana keduanya sama-sama memberikan keuntungan, perbedaan yang mendasar dari keduanya yakni akibat adanya perbedaan antara investasi dan

²⁸ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah*, ... hal. 454

²⁹ Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah Analisis Fiqh & Keuangan*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), hal.250

pembungaannya uang.³⁰ Sebagai lembaga alternatif sistem bunga diterapkan dalam ekonomi konvensional sedangkan pada ekonomi Islam menawarkan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*), ketika pemilik modal bekerjasama dengan pengusaha untuk melakukan suatu usaha, maka keuntungan dibagi berdua dan apabila usaha mengalami kerugian, maka kerugian tersebut ditanggung bersama. Sistem bagi hasil menjamin adanya keadilan dan tidak ada pihak yang terdzolimi.³¹

Tabel 2.1 Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil³²

Bunga	Bagi Hasil
Penentuan bunga dibuat pada saat akad dengan asumsi akan menghasilkan keuntungan.	Penentuan besarnya nisbah bagi hasil ditentukan berdasarkan akad, dengan berpedoman kemungkinan untung dan ruginya usaha.
Besarnya persentase didasarkan pada jumlah dana yang dipinjamkan	Besarnya rasio bagi hasil berdasarkan jumlah keuntungan yang diperoleh dari hasil usaha.
Bunga dapat mengembang dan besarnya naik turun sesuai dengan naik turunnya kondisi ekonomi	Rasio bagi hasil tetap tidak berubah selama akad tetap berlaku, kecuali ada perubahan yang disepakati bersama antara kedua belah pihak.
Seperti yang dijanjikan bahwa pembayaran bunga tetap tanpa mempertimbangkan apakah usaha yang dijalankan mendapatkan keuntungan atau mengalami kerugian	Bagi hasil tergantung pada keuntungan dari usaha yang dijalankan, jika mengalami kerugian maka kerugian tersebut ditanggung bersama.

³⁰ Wirdyaningsih, *Bank dan Asuransi Islam Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 60

³¹ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 26

³² *Ibd.*, hal. 27

Lanjutan tabel

Bunga	Bagi Hasil
Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun keuntungan naik berlipatganda	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan keuntungan usaha.
Eksistensi bunga diragukan oleh hampir semua agama samawi, para pemikir besar dan bahkan para ekonom.	Eksistensinya berdasarkan nilai-nilai keadilan yang bersumber dari syariah islam dan tidak ada yang meragukan keabasahan bagi hasil

B. Pelayanan Karyawan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan yakni setiap kegiatan yang dapat diberikan dari suatu pihak kepada pihak yang lainnya, dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat pemilikan sesuatu dan untuk produksinya bisa dapat ataupun juga bisa tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak yang lainnya.³³

Pelayanan yaitu serangkaian aktivitas yang tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya suatu interaksi konsumen (nasabah) dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan yang memberikan pelayanan dimana hal tersebut dimaksudkan untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh konsumen.³⁴

³³ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hal.152

³⁴ Ismet Sulila, *Implementasi Dimensi Pelayanan Publik dalam Konteks Otonomi Daerah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hal.74

Dari beberapa pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan merupakan suatu aktivitas yang tidak kasat mata dan membutuhkan atau melibatkan usaha manusia yang disediakan oleh suatu perusahaan penyelenggara pelayanan.

Pelayanan yang baik yakni pelayanan yang diberikan dilakukan secara ramah tamah, cepat, tepat, adil dan dilaksanakan dengan etika yang baik serta memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.³⁵ Pelayanan yang berkualitas menjadi salah satu keunggulan kompetitif dalam memenangkan persaingan dalam dunia bisnis khususnya dan pada umumnya pada dunia kerja. Para konsumen tidak hanya ingin mendapatkan barang yang bermutu, melainkan juga ingin mendapatkan pelayanan yang baik. Penentu utama tinggi rendahnya kualitas pelayanan yakni dari pengguna jasa pelayanan itu sendiri, sedangkan pelayanan yang berkualitas yakni pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan penggunaanya.³⁶

2. Faktor-Faktor dalam Mengembangkan Pelayanan

Mengembangkan budaya pelayanan berdasarkan 6A, yakni sebagai berikut:

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan merupakan pengetahuan dan keterampilan tertentu yang dimiliki oleh seseorang yang bersifat mutlak, dimana hal tersebut

³⁵ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*,...hal. 152

³⁶ Antonius Atosokhi, *Relasi dengan Dunia (Alam, IPTEK & Kerja)*, (Jakarta:PT Gramedia, 2006), hal.343

diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima diantaranya meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang baik dan efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan public relations sebagai instrumen dalam membina hubungan baik didalam maupun diluar perusahaan.

b) Sikap (*Attitude*)

Sikap yaitu perilaku seseorang yang harus ditonjolkan pada saat melayani konsumen atau pelanggan.

c) Penampilan (*Appearance*)

Penampilan merupakan penampilan seseorang baik yang bersifat fisik dan non fisik mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

d) Perhatian (*Attention*)

Perhatian adalah kepedulian yang dilakukan seorang karyawan kepada konsumen, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan maupun berkaitan dengan pemahaman atas saran dan kritiknya.

e) Tindakan (*Action*)

Tindakan yaitu berbagai kegiatan nyata yang dilakukan oleh seseorang karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

f) Tanggungjawab (*Accountability*)

Tanggungjawab merupakan suatu sikap berperipikahan kepada konsumen sebagai wujud kepedulian untuk meminimalkan kerugian maupun ketidakpuasan konsumen.³⁷

3. Nilai-Nilai Dasar Pelayanan Karyawan

Untuk menjamin pemahaman tentang pelayanan dan pelaksanaannya oleh seluruh karyawan maka diperlukan nilai-nilai dasar pelayanan yang harus diketahui oleh seluruh karyawan, antara lain sebagai berikut:

- a. Nilai kejujuran (*honesty*) merupakan nilai mendasar yang harus dimiliki setiap individu terutama dalam berorganisasi. Kejujuran merupakan hal yang penting baik jujur terhadap diri sendiri, orang lain, organisasi, nasabah (konsumen), dan yang lainnya. Nilai kejujuran yakni nilai yang harus dijunjung tinggi, Karena tanpa adanya kejujuran kepercayaan tidak akan diperoleh.
- b. Nilai yang memperlihatkan rasa hormat (*respect*) artinya dalam berorganisasi rasa hormat dibutuhkan dalam berinteraksi diantara *stakeholder* yakni diantaranya konsumen, karyawan, pemasok, dan mitra bisnis. Keluhan-keluhan terjadi terhadap kualitas jasa yakni dari sebagian besar dari perasaan tidak dihormati atau diperlakukan tidak wajar. Nasabah akan merasa dihormati ketika pegawai berlaku ramah, senyum dan menyapa dengan nama nasabah tersebut.

³⁷ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima persiapan membangun budaya pelayanan prima untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2003), hal.32

- c. Nilai kegembiraan (*happiness*) artinya setiap karyawan harus memiliki nilai kegembiraan, diharapkan kegembiraan yang dimiliki oleh para karyawan akan berimplikasi pada pelayanan yang dilakukan oleh para karyawan.
- d. Nilai kerjasama (*teamwork*) pada dasarnya merupakan suatu keharusan, kerjasama merupakan aktifitas yang bertujuan untuk membangun kekuatan-kekuatan atau sumber-sumber yang dimiliki oleh masing-masing anggota. Nilai kerjasama mampu mempengaruhi pergeseran manajemen sumber daya manusia untuk melakukan perekrutan orang-orang yang sesuai bagi organisasi
- e. Nilai kemauan (*willing*), Nilai kemauan yang dimaksud menunjukkan pada kemaun atau kerelaan untuk melakukan tugas dan tanggungjawab dalam kerangka pemikiran yang luas guna untuk memenuhi kepuasan konsumen. .³⁸

4. Ciri-ciri Pelayanan Karyawan

Pelayanan yang baik yakni kemampuan perusahaan untuk menyiapkan sumber daya manusia yang berkualitas dengan segala kelebihanannya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pelayanan karyawan yakni sebagai berikut:

- a) Bertanggungjawab kepada setiap nasabah.
- b) Karayawan mampu melayani nasabah secara tepat dan cepat.
- c) Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik.

³⁸ Eko B. Supriyanto, *Budaya Kerja Perbankan*, (Jakarta: Pustaka LP3S, 2006), hal. 151-152

- d) Mampu memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
- e) Setiap karyawan berusaha memahami kebutuhan nasabah
- f) Setiap karyawan memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik
- g) Mampu memberikan kepercayaan kepada setiap para pelanggan (konsumen).³⁹

Pada dasarnya para karyawan dituntut harus memberikan pelayanan yang maksimal agar masyarakat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu harus mampu mengontrol keadaan yang sewaktu-waktu bisa terjadi contohnya jika ada nasabah yang komplek atau mengadu kurang puas dengan pelayanan.

5. Pelayanan yang Baik terhadap Pelanggan (nasabah)

- a) Pelayanan sepenuh hati yakni memberikan pelayanan kepada para pelanggan (nasabah) yang dilakukan dengan sungguh-sungguh dan sepenuh hati.
- b) Berlangsung mulai dari awal hingga akhir merupakan sikap dan perilaku para karyawan yang ditunjukkan kepada para pelanggan (nasabah) yang harus dimulai sejak para nasabah datang sampai dia pergi. Sikap dan perilaku dalam hal lebih pada gerakan-gerakan yang dibuat karyawan selama melayani nasabah. Gerakan yang dimaksud yakni mulai dari cara berjalan, duduk, senyum, cara menatap, cara berbicara, cara menjawab pertanyaan dan cara menjelaskan, serta cara bertanya.

³⁹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan, Ed 1-5*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 38

c) Sikap dan perilaku karyawan yang mau melayani, dalam hal ini ada beberapa sikap dan perilaku yang harus ditunjukkan oleh karyawan dalam memberikan pelayanan yakni sebagai berikut:

- 1) Jujur dalam bersikap dan bertindak, kejujuran yakni modal utama seorang karyawan dalam melayani pelanggan. Hal tersebut berkaitan dengan kejujuran dalam berbicara, bersikap ataupun bertindak. kejujuran inilah yang menimbulkan kepercayaan kepada para nasabah atas pelayanan yang diberikan.
- 2) Rajin, tepat waktu dan tidak malas, dalam hal ini seorang karyawan dituntut untuk cekatan dalam bekerja, pantang menyerah, selalu ingin tau dan tidak malas. rajin dan tidak malas maksudnya setiap pekerjaan dikerjakan dengan sungguh-sungguh, datang tepat waktu dan pulang juga tepat waktu.
- 3) Selalu murah senyum. Seorang karyawan dituntut untuk murah senyum terutama ketika melayani pelanggan, karena hal tersebut akan membuat pelanggan terkesan bahkan hormat dengan karyawan.
- 4) Lemah lembut dan ramah. Dalam melayani nasabah seorang karyawan harus bersikap lemah lembut dan ramah, sehingga dapat menarik minat nasabah dan membuat para pelanggan betah berhubungan dengan perusahaan.
- 5) Sopan santun dan hormat dalam bertutur kata. Dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan, seorang karyawan dituntut untuk selalu bersikap sopan dan hormat.

- 6) Periang, selalu ceria, dan pandai bergaul, dalam memberikan pelayanan para karyawan dituntut untuk selalu menunjukkan sikap periang dan ceria dan seorang karyawan harus pandai dalam bergaul, sehingga dengan tindakan tersebut pelanggan merasa cepat akrab.
- 7) Simpatik maksudnya pelayanan yang diberikan harus menyenangkan. hal ini akan membuat nasabah merasa terkesan.
- 8) Fleksibel yakni dalam hal ini karyawan dituntut untuk selalu memberikan pengertian dan suka mengalah kepada para pelanggan.
- 9) Serius maksudnya dalam melayani nasabah para karyawan harus sungguh-sungguh terutama dalam mengerjakan pekerjaan bagi para pelanggan.
- 10) Memiliki rasa tanggungjawab artinya Setiap karyawan dituntut untuk menyelesaikan pekerjaannya sampai pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.⁴⁰

6. Pelayanan Karyawan Berdasarkan Perspektif Islam

Islam telah mengajarkan semua hal yang berkaitan dengan kehidupan, termasuk didalamnya bagaimana memberikan pelayanan yang baik kepada orang lain. Sikap dan perilaku Rasulullah SAW merupakan cerminan Al-Qur'an dan Hadits. Para karyawan dalam menjalankan tugasnya perlu menjadikan sifat Rasulullah sebagai *uswatun khasanah*. Rasulullah memiliki empat sifat yang dapat dijadikan sebagai teladan oleh setiap

⁴⁰ Antonius Atosokhi Gea & Antonina Panca Yuni Wulandari, *Relasi dengan Dunia (Alam, Iptek dan Kerja)*, (Jakarta: PT Gramedia, 2006), 204-207

individu terutama dalam memberikan pelayanan, keempat sifat tersebut yakni sebagai berikut:

a. *Siddiq* (kejujuran)

Siddiq merupakan kejujuran, dimana seseorang harus mempunyai sifat kejujuran, keyakinan, dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang benar sesuai dengan ajaran Islam. Tidak ada kontradiksi dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dengan perbuatan, Allah memerintahkan orang-orang yang beriman untuk senantiasa memiliki sifat *siddiq* dan menciptakan lingkungan *siddiq*.⁴¹ Hal ini sesuai dengan firman Allah yang tercantum dalam al-Qur'an surat at-Taubah: 119

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّٰدِقِينَ ﴿١١٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar” (Qs. at-Taubat:119)⁴²

Sifat tersebut harus dimiliki setiap karyawan terutama dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan (nasabah), dimana ketika memberikan pelayanan tidak akan berani untuk berbohong, menipu, maupun perbuatan yang merugikan para pelanggan. Pelayanan yang baik yakni pelayanan yang diberikan dengan mengatakan secara benar apa yang menjadi hak-hak pelanggan (nasabah) yang dilayani.

⁴¹ Didin Hafidhuddin, *Islam Aplikatif*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), hal. 36

⁴² Kementerian Agama, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Jakarta: Forum Pelayanan Al-Qur'an, 2013), hal.206

b. Amanah

Amanah artinya dapat dipercaya, maksudnya dapat bertanggungjawab dalam menjalankan tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dengan keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala hal. Sifat amanah harus dimiliki setiap orang (karyawan) terutama dalam pekerjaan yang berkaitan dengan pelayanan kepada masyarakat.⁴³ Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an surat An-Nisa': 58

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ

أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا



“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat” (Qs. An-Nisa': 58).⁴⁴

c. Fathonah

Fathonah artinya bijaksana, mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam tentang segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Dalam kaitannya dengan pelayanan, sifat *fathonah* harus dimiliki oleh setiap orang (karyawan) dengan cara memperhatikan sesuatu sesuai

⁴³ Didin Hafidhuddin, *Islam Aplikatif*, ...hal. 38

⁴⁴ Kementrian Agama, *Al-Qur'an dan Terjemah*, ... hal. 87

proporsinya, antara hak dan kewajiban.⁴⁵ Kementrian agama menyatakan didalam al-Qur'an surat Yusuf: 55

قَالَ أَجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ ﴿٥٥﴾

“Berkata Yusuf, Jadikanlah aku bendaharawan Negara (Mesir), sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga lagi berpengetahuan” (Qs. Yusuf: 55).

d. Tablig

Tablig artinya menyampaikan maksudnya menyampaikan sesuatu dengan terang dan jelas. Sifat *tablig* dapat mendukung terwujudnya prinsip transparansi (keterbukaan) dalam pelayanan. Sifat *tablig* yang dimiliki oleh Rosulullah perlu dicontoh para karyawan, sifat ini ditunjukkan dengan cara menyampaikan secara jelas informasi yang berkaitan dengan persyaratan dan kebijakan pelayanan. Tidak menutup-nutupi persyaratan dan prosedur pelayanan dengan tujuan untuk memperdaya masyarakat yang dilayani.⁴⁶

C. Loyalitas Nasabah

1. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan kesetiaan konsumen untuk terus menggunakan produk yang sama dari suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan menggambarkan perilaku yang diharapkan sehubungan dengan produk atau jasa. Loyalitas konsumen akan tinggi apabila suatu produk

⁴⁵ Hasniati, *Sikap dan Perilaku Birokrat Garis Depan dalam Pelayanan Publik Ditinjau dari Perspektif Syariat Islam*, Al-Fikr, Vol. 17, No. 1, 2013, hal.200

⁴⁶ *Ibd.*, hal. 199

dinalai mampu memberikan kepuasan tertinggi sehingga pelanggan enggan untuk beralih ke merk lain.

2. Loyalitas Nasabah dalam Pandangan Islam

Loyalitas nasabah dalam pandangan Islam yakni disebut dengan *al-Wala'* artinya mencintai, menolong, mengikuti, dan mendekat kepada sesuatu. Konsep loyalitas dalam Islam yakni ketundukkan kepada Allah SWT dalam wujud menjalankan syariat Islam sepenuhnya. Loyalitas nasabah dalam Islam terjadi apabila aktivitas muamalah tersebut dapat memberikan manfaat yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, karena terpenuhinya kewajiban sekaligus hak masing-masing melalui penerapan nilai-nilai syariah.⁴⁷

Islam menjelaskan bahwa loyalitas berkaitan dengan halal atau haramnya suatu produk atau jasa yang ditawarkan, oleh karena pemilihan lembaga keuangan yang dilakukan oleh konsumen perlu mempertimbangkan hal tersebut.⁴⁸ Hal ini sesuai dengan firman Allah yang tercantum dalam al-Qur'an surat al-Maidah: 91

إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقَعَ بَيْنَكُمْ أَلْعَادَۃَ وَالْبَغْضَاءِ فِي الْخَمْرِ
وَالْمَيْسِرِ وَيُصَدِّكُمْ عَنِ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ ۖ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ ﴿٩١﴾

“Dengan minuman keras dan judi itu, Syetan hanyalah bermaksud menimbulkan permusuhan dan kebencian diantara kamu, dan

⁴⁷ Fitria Solahika Salma, *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam terhadap Kepuasan dan Loyalitas pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya*, Jess, Vol. 2, No. 4, 2015, hal. 327

⁴⁸ Siti Asiyah, *Pengaruh Ketaatan pada Prinsip Syariah (KPS) terhadap Loyalitas Nasabah*, *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 1, 2017, hal. 108

*menghalang-halangi kamu dari mengingat Allah dan melaksanakan sholat maka tidaklah kamu mau berhenti?” (Qs. al-Maidah: 91).*⁴⁹

Adapun ciri-ciri nasabah (anggota) yang loyalitas terhadap barang atau jasa adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur
- b. Membeli diluar lini produk atau jasa
- c. Mereferensikan kepada orang lain
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.⁵⁰

Jadi dari uraian diatas dapat disimpulkan bahawa loyalitas nasabah adalah kesetiaan peserta untuk tetap menggunakan produk yang sejenis yang ada dalam suatu perusahaan. Terdapat beberapa variabel yang bisa mempengaruhi loyalitas yaitu:

- 1) Kualitas pelayanan, yakni segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan guna memenuhi harapan. karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka konsumen akan tetap loyal terhadap perusahaan yang dipilihnya.
- 2) Penanganan komplain, dimana penanganan komplain konsumen menjadi salah satu kunci utama suatu perusahaan dapat tumbuh dan berkembang, karena apabila konsumen merasa tidak mendapatkan layanan yang baik saat menyampaikan keluhan maka konsumen akan dengan mudah untuk berpindah keperusahaan yang lain. Jadi penangan complain sangat

⁴⁹ Kementrian Agama, *Al-Qur'an dan Terjemah*, ...hal.123

⁵⁰ Nurlaili, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware*, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.2, No. 1, 2013, hal.91

mempengaruhi loyalitas konsumen pada perusahaan yang dipilihnya, karena hal tersebut berkaitan dengan penilaian masing-masing individu para konsumen.

- 3) Citra, Sebuah perusahaan dianggap berhasil dalam membangun citra perusahaannya apabila berhasil untuk menciptakan atau membangun suatu hal yang menyenangkan dan dapat berhasil menarik minat konsumen, baik konsumen baru ataupun konsumen yang telah ada. Konsumen akan cenderung mendatangi atau akan menjadi bagian dari perusahaan tersebut apabila telah memiliki gambaran tentang apa yang akan dialami dan rasakan dengan berdasarkan pada pengalaman-pengalaman transaksi atau informasi sebelumnya dari perusahaan pesaing atau menurut cerita dari konsumen lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Karena hal tersebut dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap perusahaan yang dipilihnya.
- 4) Kepuasan konsumen, yakni perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk dan jasa. Salah satu hal yang diperlukan dalam mencapai loyalitas konsumen adalah kepuasan. Kepuasan konsumen hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen akan mempengaruhi loyalitas konsumen. Karena apabila

konsumen tersebut merasa puas maka sikap loyalitas konsumen tersebut akan bertambah dengan sendirinya.⁵¹

Jadi dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat menjadikan konsumen (peserta) menjadi loyal terhadap suatu perusahaan yang dipilih.

Elemen-elemen perilaku loyal pelanggan dapat diukur dalam bentuk:

- a. Jumlah rupiah atau volume produk atau jasa yang dipesan (dibeli) selama periode waktu tertentu
- b. *Customer lifeture* atau rata-rata lamanya waktu atau *number of brands purchase* (jumlah merek yang dibeli) yaitu tingkat persentase pelanggan dari suatu produk untuk hanya membeli satu merek, dua merek, tiga merek, dan seterusnya. Diukur dalam bulanan atau tahunan, periode waktu yaitu rata-rata lamanya pelanggan melakukan usaha dengan perusahaan.
- c. *Customer Share* yaitu sejauh mana seorang pelanggan memenuhi setiap kebutuhannya atas jenis produk dan jasa yang ia inginkan dari berbisnis dengan perusahaan atau *repurchase rates* (tingkat pembelian ulang) yaitu tingkat persentase pelanggan yang membeli merek yang sama dengan produk tersebut.⁵²

⁵¹ Rifky Reza Andrianto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada PT. JNE Surabaya*, *Jurnal Ilmu & Riset Akutansi*, Vol.3, No.9, 2014, hal.7-8

⁵² Alida Palilati, *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbanka Sulawesi Selatan*, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.9, No.1, 2007, Hal.75

D. Baitul Maal Wattamwil (BMT)

1. Pengertian Baitul Maal Wattamwil (BMT)

Baitul Maal Wattamwil (BMT) merupakan bentuk lembaga keuangan dan bisnis yang hampir sama dengan koperasi atau Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Beberapa BMT mengambil bentuk hukum koperasi, akan tetapi hal ini masih bersifat pilihan, BMT dapat didirikan dalam bentuk kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) ataupun dapat berbentuk badan hukum koperasi.⁵³ BMT merupakan salah satu lembaga keuangan yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah maka dari itu BMT juga bisa disebut dengan koperasi syariah.

Koperasi syariah yakni lembaga keuangan yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah, lahirnya koperasi syariah juga dipengaruhi oleh keberadaan koperasi konvensional. Lahirnya koperasi syariah diawali oleh gerakan ekonomi Islam yang kemudian melahirkan *Baitul Maal Wattamwil* yang pada tahun 1992 mampu dapat memberikan warna bagi pengusaha mikro.⁵⁴

Lembaga *Baitul Tamwil* yakni merupakan cikal bakal lahirnya bank syariah pada tahun 1992. Perkembangan BMT semakin bagus setelah mendapatkan dukungan dari Yayasan Inkubasi Bisnis Usaha Kecil

⁵³ Novita Dewi Masyithoh, *Analisis Normatif Undang-Undang No.1 tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Maal Wattamwil (BMT)*, Vol. 5, Edisi 2, 2014, hal.19

⁵⁴ Elfa Murdiana, *Menggagas Payung Hukum Baitul Maal Wattamwil (BMT) Sebagai Koperasi Syariah dalam Bingkai IUS Constituendum*, Jurnal Penelitian, Vol. 10, No. 2, 2016, hal. 281

(YINBUK) yang diprakarsai oleh Majelis Ulama' Indonesia (MUI) dan Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI).⁵⁵

Berdasarkan implementasinya, keberadaan *Baitul Maal Wattamwil* (BMT) saat ini sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas terutama Indonesia. Berbagai produk yang ditawarkan oleh BMT diantaranya produk jasa maupun produk keuangan dengan beberapa akad yang disediakan oleh BMT.

Sebagai lembaga usaha, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan yaitu simpan pinjam. Usaha ini seperti usaha didalam praktik perbankan yaitu menghimpun dana anggota dan calon anggota serta menyalurkannya kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan.

2. Visi, Misi dan Tujuan BMT

Visi BMT adalah berupaya untuk mewujudkan BMT menjadi lembaga yang mampu meningkatkan kualitas ibadah anggota, sehingga dapat berperan sebagai wakil pengabdian Allah SWT, memakmurkan kehidupan anggota khususnya masyarakat pada umumnya. Visi utama BMT adalah mewujudkan lembaga yang profesional dan meningkatkan kualitas ibadah anggotanya.

Misi BMT yakni mengembangkan dan membangun tatanan perekonomian serta struktur masyarakat madani yang adil berkemakmuran, berkemajuan, berkeadilan berlandaskan syariah dan ridho

⁵⁵ Muhammad, *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan, peluang dan Ancaman*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hal.135

Allah SWT. Jadi dapat disimpulkan bahwa misi BMT bukan mencari keuntungan semata tetapi lebih pada pendistribusian laba yang merata dan adil yang sesuai dengan prinsip syariah.

Lembaga *Baitul Maal Wattamwil* (BMT) didirikan bertujuan meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Jadi dapat dipahami bahwa BMT lebih berorientasi untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat pada umumnya.⁵⁶

3. Prinsip Utama BMT

Dalam menjalankan usaha *Baitul Maal Wattamwil* (BMT) berpegang teguh pada prinsip-prinsip utama yakni sebagai berikut:

- a. Keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT yakni dengan mengimplementasikannya pada prinsip-prinsip syariah dan muamalah Islam dalam kehidupan nyata.
- b. Keterpaduan yakni nilai-nilai spiritual dan moral menggerakkan dan mengarahkan etika bisnis yang progresif, proaktif, dinamis, adil, dan berakhlak mulia.
- c. Kekeluargaan adalah mengutamakan kepentingan anggota di atas kepentingan pribadi. Seluruh anggota pada setiap tingkatan, mulai dari pengurus dan seluruh lininya sampai anggota dibangun dengan rasa kekeluargaan, sehingga dapat menumbuhkan rasa saling melindungi dan memiliki rasa kebersamaan.

⁵⁶ Budi Kolistiawan, *Mengenal Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 15-16

- d. Kebersamaan adalah kesatuan pola pikir, sikap dan cita-cita antar semua elemen BMT. Antar pengelola dan pengurus harus memiliki satu visi dan bersama-sama anggota untuk memperbaiki kondisi ekonomi dan sosial masyarakat.
- e. Kemandirian merupakan mandiri dalam semua golongan politik. Sikap mandiri berarti tidak bergantung dengan dana-dana pinjaman dan bantuan, akan tetapi proaktif untuk menggalang dana masyarakat sebanyak-banyaknya.
- f. Profesionalisme merupakan semangat etos kerja yang tinggi yang dilandasi dengan dasar keimanan dan taqwa. Kerja keras tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia saja, akan tetapi juga kenikmatan dan kepuasan akhirat. Profesionalisme dibangun oleh semangat untuk terus belajar untuk mencapai tingkat standar kerja yang bagus.
- g. Istiqomah yakni kontinuitas, kensekuen, konsisten, dan tidak putus asa, ketika mencapai suatu tahap untuk menuju tahap berikutnya dan hanya kepada Allah SWT tempat kita berharap.⁵⁷

4. Landasan Hukum Baitul Maal Wat Tamwil

Baitul Maal Wattamwil (BMT) berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 serta berdasarkan syariah Islam, keimanan dan keterpaduan (*kaffah*), kebersamaan, kekeluargaan, kemandirian dan profesionalisme. BMT secara hukum berpayung pada koperasi akan tetapi sistem operasionalnya tidak jauh berbeda dengan bank syariah, produk-

⁵⁷ *Ibd.*, hal.218-219

produk yang digunakan di BMT juga tidak jauh berbeda dengan produk-produk yang digunakan di bank syariah.

Karena perbedaan hukum koperasi, maka BMT tunduk pada Undang-Undang Nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian dan PP Nomor 9 tahun 1995 tentang pelaksanaan usaha simpan pinjam oleh koperasi. Hal tersebut juga dipertegas oleh KEP.MEN Nomor 91 tahun 2004 tentang Koperasi Jasa Keuangan Syariah. Undang-Undang tersebut sebagai payung berdirinya BMT (Lembaga keuangan mikro syariah), Meskipun sebenarnya tidak terlalu sesuai karena simpan pinjam dalam koperasi khusus diperuntukkan bagi anggota koperasi saja. Dalam BMT pembiayaan yang diberikan tidak hanya kepada anggota tetapi juga untuk diluar anggota ataupun tidak lagi anggota.⁵⁸

E. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Andreas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dari hasil penelitian dan penganalisaan maka dapat diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk secara langsung berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini

⁵⁸ *Ibd.*, hal.35-36

menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan karena total *effect* > *direct effect*.⁵⁹

Penelitian ini merupakan penelitian yang hampir sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Andreas, persamaannya terletak pada loyalitas anggota (Y) sedangkan perbedaannya yaitu jika dalam penelitian Andreas menggunakan variabel kualitas produk, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan variabel penetapan nisbah bagi hasil dan pelayanan karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kusumaramdhani dan Fatimah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi merk dan keadilan bagi hasil terhadap loyalitas nasabah tabungan *mudharabah* Bank X Syariah KCP Ciledug. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dari hasil penelitian dan penganalisaan maka dapat diketahui bahwa variabel reputasi merk tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas nasabah, sedangkan variabel bagi hasil memiliki hubungan positif yang signifikan dengan loyalitas nasabah di Bank X Syariah KCP Ciledug.⁶⁰

Penelitian ini merupakan penelitian yang hampir sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Kusumaramdhani dan Fatimah, persamaannya terletak pada penetapan bagi hasil (X_2) dan loyalitas anggota (Y), sedangkan perbedaannya yaitu jika dalam penelitian Kusumaramdhani dan Fatimah menggunakan variabel reputasi merk (X_1) Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan variabel penetapan pelayanan (X_2).

⁵⁹ Caesar Andreas, *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 5, No.5, 2016

⁶⁰ Agus Kusumawardhani & Fatimah, *Pengaruh Reputasi Merk dan Keadilan Bagi Hasil terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah Bank X Syariah KCP Ciledug*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.14, No.1, 2015

Penelitian yang dilakukan oleh Normawati, penelitian ini bertujuan untuk mengukur besar pengaruh religiusitas (X1), bagi hasil (X2), produk (X3), dan kualitas pelayanan (X4) terhadap loyalitas nasabah (Y), metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji t dan uji f, variabel religiusitas, bagi hasil, produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.⁶¹

Penelitian ini merupakan penelitian yang hampir sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Normawati, persamaannya terletak pada variabel bagi hasil (X₂), dan loyalitas nasabah (Y) sedangkan perbedaannya pada variabel X₁, X₃, dan X₄ yaitu jika dalam penelitian Rohmawati menggunakan variabel religiusitas (X₁), produk (X₃) dan kualitas pelayanan (X₄).

Penelitian yang dilakukan oleh Hamid, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap loyalitas nasabah tabungan wadiah, untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap loyalitas nasabah dan untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan pelayanan secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang pembantu Tulungagung. Metode yang digunakan yakni menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, variabel pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas

⁶¹ Yuliana Normawati, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri* (Skripsi tidak diterbitkan, 2013)

nasabah, sedangkan variabel religiusitas dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.⁶²

Penelitian ini merupakan penelitian yang hampir sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hamid. Persamaannya terletak pada variabel loyalitas nasabah (Y) dan pelayanan (X_2) sedangkan perbedaannya pada variabel (X_1) yaitu jika dalam penelitian religiusitas menggunakan variabel religiusitas sedangkan dalam penelitian ini menggunakan variabel penetapan nisbah bagi hasil (X_1)

Penelitian yang dilakukan oleh Masduki, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana nisbah bagi hasil pembiayaan *mudharabah* berpengaruh signifikan terhadap volume pembiayaan *mudharabah* dan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh signifikan nisbah bagi hasil *musyarakah* Mandiri tahun 2009-2011. Metode yang digunakan yakni menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan nisbah bagi hasil pembiayaan *mudharabah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume pembiayaan *mudharabah*, nisbah bagi hasil pembiayaan *musyarakah* secara signifikan berpengaruh terhadap volume pembiayaan *musyarakah* Bank Syariah Mandiri, dan nisbah bagi hasil pembiayaan *mudharabah* berpengaruh terhadap volume pembiayaan *musyarakah*.⁶³

⁶² Akhmad Ghazali Abdul Hamid, *Pengaruh Religiusitas dan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Wadiah di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Tulungagung*, (Skripsi tidak diterbitkan: 2014)

⁶³ Masduki, *Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Pembiayaan terhadap Volume Pembiayaan Mudharabah dan Musyarakah (Studi kasus pada Bank Syariah Mandiri Tahun 2009-2011)*, (Skripsi tidak diterbitkan: 2012)

Penelitian ini merupakan penelitian yang hampir sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Masduki, Persamaannya terletak pada variabel (X) yakni nisbah bagi hasil sedangkan perbedaannya pada variabel Y yaitu jika dalam penelitian Masduki menggunakan variabel volume pembiayaan *mudharabah* (Y_1) dan volume pembiayaan *musyarakah* (Y_2) sedangkan dalam penelitian ini menggunakan variabel loyalitas nasabah (Y).

Penelitian yang dilakukan Suary bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh promosi, produk, nisbah bagi hasil, citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi, nisbah bagi hasil, citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan untuk variabel produk tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta.⁶⁴

Penelitian ini merupakan penelitian yang hampir sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Suary, persamaannya terletak pada loyalitas nasabah (Y) dan nisbah bagi hasil (X_3), perbedaannya pada variabel X_1 , X_2 , X_4 , X_5 , X_6 sedangkan pada penelitian ini variabel X_2 nya pelayanan karyawan.

⁶⁴ Gina Nadia Suary, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan di Perbankan Syariah Yogyakarta (Studi Kasus pada BNI Syariah Cabang Yogyakarta)*, (Skripsi tidak diterbitkan: 2014)

F. Kerangka Konseptual

Variabel bebas (X) terdiri dari penetapan bagi hasil (X_1), pelayanan karyawan (X_2). Sedangkan variabel terikatnya (Y) adalah loyalitas nasabah. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda dimana teknik tersebut menguji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara dominan antara variabel bebas (X) dan variabel (Y)

Gambar 2.I

Kerangka Konseptual



Keterangan:

Penetapan nisbah bagi hasil (X_1) didasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Adiwarman A. Karim,⁶⁵ dan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Normawati,⁶⁶ Kusumawardhani,⁶⁷ terdiri dari:

1. Penentuan penetapan akad nisbah bagi hasil
2. Penentuan prosentase penetapan nisbah bagi hasil
3. Bagi untung dan bagi rugi.
4. Penentuan besarnya nisbah bagi hasil

Pelayanan karyawan (X_2) didasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Kasmir⁶⁸ dan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Hamid⁶⁹ terdiri dari:

1. Tanggungjawab
2. Pelayanan yang tepat dan cepat
3. Jaminan
4. Pengetahuan dan kemampuan.

Loyalitas anggota (Y) didasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Nurlaili⁷⁰ dan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Normawati⁷¹, terdiri dari:

1. Pembelian Ulang

⁶⁵ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih*...hal.206-207

⁶⁶ Yuliana Normawati, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas*...

⁶⁷ Agus Kusumawardhani & Fatimah, *Pengaruh Reputasi Merk*...

⁶⁸ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*,... hal.38

⁶⁹ Akhmad Ghazali Abdul Hamid, *Pengaruh Religiusitas*...

⁷⁰ Nurlaili, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas*..., hal.91

⁷¹ Yuliana Normawati, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas*...

2. Pembelian diluar lini produk/ jasa
3. Merekomendasikan
4. Tidak berpengaruh

G. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis yang digunakan untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. H1: Pentapan nisbah bagi hasil berpengaruh terhadap loyalitas anggota BMT Berkah Trenggalek.
2. H2: Pelayanan karyawan berpengaruh terhadap loyalitas anggota BMT Berkah Trenggalek.
3. H3: Penetapan nisbah bagi hasil dan pelayanan karyawan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas anggota BMT Berkah Trenggalek

