

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Baitul Maal Wattamwil (BMT)

1. Pengertian

BMT (*Baitul Maal Wattamwil*) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkan bisnis usaha mikro dan kecil, dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan fakir miskin.¹³

Secara konseptual, BMT memiliki dua fungsi. Pertama, *Baitut Tamwil* (Bait : rumah, at-tamwil : pengembangan harta) melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi usaha mikro dan kecil terutama dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang kegiatan ekonominya. Kedua, *Baitul Maal* (bait : rumah, maal : harta) menerima titipan dana zakat, infaq dan *shodaqoh* serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.¹⁴

BMT merupakan pendekatan dari *baitul mal mal wa tamwil* atau dapat juga ditulis *baitul maal wat tameil*. Secara *harfiah/lighowi baitul maal* berarti rumah dana dan *baitul tamwil* berarti rumah usaha. *Baitul maal* dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari

¹³ Fitri Nur Hartati, Ika Saniyati R, *Koperasi Syariah*, (Surakarta: PT Era Adicitra Intermedia, 2012), cetakan kedua, 49.

¹⁴ Ibid

masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan islam. Dimana *baitul maal* berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyakurkan dana sosial. Sedangkan *baitul tanwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.

Dari pengertian tersebut dapatlah ditarik suatu pengertian yang menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Peran sosial BMT akan terlihat pada definisi *baitul maal*, sedangkan peran bisnis BMT terlihat dari definisi *baitul maal*, sebagai lembaga sosial, peran sosial BMT akan terlihat pada definisi *baitul maal*, sedangkan peran bisnis BMT terlihat dari definisi *baitul tamwil*, sebagai lembaga sosial, *baitul maal* memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan Lembaga Amil Zakat (LAZ), oleh karenanya, *baitul maal* ini harus di dorong agar mampu berperan secara professional menjadi LAZ yang mapan. Fungsi tersebut paling tidak meliputi upaya pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah, wakaf dan sumber dana-dana sosial yang lain, dan upaya pensyarufan zakat kepada golongan yang paling berhak sesuai dengan ketentuan asnabiah(UU Nomor 38 tahun 1999)

Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan-pinjam. Usaha ini seperti perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkan kepada sektor ekonomi yang halal dan dan menguntungkan. Namun demikian, terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sector riil maupun sector keuangan lain yang dilarang

dilakukan oleh lembaga keuangan bank. Karena BMT bukan bank, maka ia tidak tunduk pada aturan perbankan.¹⁵

2. Prinsip Utama BMT

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

- a. keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dengan mengimplementasikannya pada prinsip-prinsip Syariah dan muamalah islam ke dalam kehidupan nyata.
- b. Keterpaduan, yakni nilai-nilai spiritual dan moral menggerakkan dan mengarahkan etika bisnis yang dinamis, proaktif, progresif adil dan berakhlak mulia.
- c. Kekeluargaan, yakni mengutamakan kepentingan bersama diatas kepentingan pribadi. Semua pengelola pada semua tingkatan, pengurus dengan semua lininya serta anggota, dibangun rasa kekeluargaan, sehingga akan tumbuh rasa saling melindungi dan menanggung.
- d. Kebersamaan, yakni kesatuan pola pikir, sikap dan cita-cita antar semua elemen BMT. Antara pengelola dan pengurus harus mempunyai satu visi dan bersama-sama anggota untuk memperbaiki kondisi ekonomi dan sosial.
- e. Kemandirian, yakni mandiri diatas semua golongan politik. Mandiri berarti juga tidak tergantung dengan dana-dana pinjaman dan bantuan

¹⁵ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Wa Tamwil*, (Yogyakarta, UII Press, 2004), 126.

tetapi senantiasa proaktif dalam menggalang dana masyarakat sebanyak-banyaknya.

- f. Profesionalisme, yakni semangat kerja yang tinggi yaitu dilandasi dengan dasar keimanan. Kerja yang tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia saja, tetapi juga kenikamatan dan kepuasan rohani dan akherat. Kerja keras dan cerdas yang dilandasi dengan bekal pengetahuan yang cukup, ketrampilan yang terus ditingkatkan serta niat dan ghirah yang kuat. Semua itu dikenal dengan kecerdasan emosional, spiritual dan intelektual. Sikap profesional dibangun dengan semangat untuk terus belajar demi mencapai tingkat standard kerja yang tinggi.
- g. Istiqomah, konsisten, konsekuen, kontinuitas/berkelanjutan tanpa henti dan tanpa pernah putus asa. Setelah mencapai suatu tahap, maka maju lagi ketahap berikutnya dan hanya kepada Allah SWT kita berharap.¹⁶

3. Fungsi BMT

Dalam mencapai tujuannya, BMT berfungsi:¹⁷

- a. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong serta mengembangkan potensi serta kemampuan potensi ekonomi anggota, kelompok anggota muamalat dan daerah kerjanya.
- b. Meningkatkan kualitas SDM anggota dan pokusma menjadi lebih profesional dan islami sehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global

¹⁶ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Wa Tamwil*, (Yogyakarta, UII Press, 2004)., 130.

¹⁷ Ibid., 31.

- c. Menggalang dan memobilisasi potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.
- d. Menjadi perantara keuangan antara agniya sebagai shohibul maal dengan du'afa sebagai mudharib, terutama untuk dana-dana sosial seperti zakat, infaq, sedekah, wakaf, hibah dll.
- e. Menjadi perantara keuangan, antara pemilik dana, baik sebagai pemodal maupun penyimpan dengan pengguna dana untuk pengembangan usaha produktif.

B. Kreatifitas

Kreativitas adalah menciptakan inovasi baru yang mengecewakan. Pada dasarnya, kreativitas itu menyangkut pemikiran dan cara berfikir manusia. Pemikiran kreatif itulah yang melahirkan karya-karya inovatif seperti yang kita saksikan. Kreatif yang kita maksud adalah daya intelektual dan optimalisasi penggunaannya untuk mengembangkan kepribadian dan mencapai kesuksesan ketika berinteraksi dengan orang lain. Hanya saja harus kita tegaskan bahwa kreatifitas adalah milik semua orang, tidak terbatas pada satu kelompok orang tertentu yang kemudian dikatakan sebagai kelompok orang yang beruntung. Pemikiran tidak identik dengan kecerdasan. Buktinya, ide-ide terbaik dan mengagumkan kerap datang dari orang-orang yang di kategorikan

memiliki kecerdasan yang biasa-biasa saja, bukan yang memiliki kecerdasan yang biasa-biasa saja, bukan yang memiliki kecerdasan yang tinggi.¹⁸

Pemikiran kreatif tidak didominasi oleh para cendekiawan. Tidak sedikit, cendekiawan yang kurang kreatif dalam berfikir. Bahkan, kreativitas muncul dari kalangan orang yang sama sekali bukan cendekiawan. Jadi, dapat dikatakan bahwa kreativitas itu adalah milik semua orang. Kreativitas berfikir mampu menghancurkan mitos-mitos umum seputar pemikiran, diantaranya adalah mitos bahwa pemikiran adalah sejumlah informasi yang tersimpan. Telah terbukti bahwa keyakinan seperti itu tidak benar.¹⁹

Mitos kreatifitas dan hubungannya dengan pemikiran yang masih berlaku dalam kurun waktu lama bahwa kreativitas harus di dasari oleh pemikiran yang logis. Akan tetapi bagaimanapun, dan pada level manapun serta betapapun berkualitasnya kreativitas tersebut, sesungguhnya inovasi ide merupakan bukti ilmiah atas kemajuan pemikiran dan kemampuannya untuk mengembangkan kepribadian manusia. Alex Osborne, warga negara amerika, sangat berjasa dalam meneliti teknik menciptakan inovasi ide. Dia yakin bahwa kesuksesan dalam aktivitas apapun membutuhkan teknik yang inovatif dalam berfikir.

Inovasi ide merupakan kaidah-kaidah metodologis yang harus diketahui oleh setiap individu agar kita memiliki cara berfikir kreatif serta sanggup menggunakan kreativitas tersebut dalam mengembangkan kepribadiannya. Itu semua harus di sertai dengan usaha maksimal dan

14. ¹⁸ Abdul Hayyie-Kattani, dkk, *Melejit dengan kreatif*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2005),

¹⁹ Ibid., 15.

keinginan kuat untuk meniadakan hal lain yang lebih penting ketimbang bekerja dengan sungguh-sungguh untuk menyukseskan kreativitas dan inovasi ide.²⁰

Dalam QS. Ar-Ra'du ayat 11 Allah SWT berfirman:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib sesuatu kaum, sampai mereka sendiri mengubah dirinya*”.²¹

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah tidak akan merubah nasib seseorang selama seseorang tersebut tidak berusaha merubahnya. Artinya kita harus berfikir bagaimana merubah hidup yang lebih baik. Artinya sebagai karyawan BMT, dituntut agar berpikir kreatif bagaimana cara mengembangkan lembaga keuangan tersebut sesuai dengan nilai-nilai Islam.

C. Keramahan

Keramahan adalah salah satu sifat manusia yang sangat dibutuhkan dalam menghadapi nasabah. Ada sebagian orang yang memang mempunyai pembawaan yang ramah. Mereka yang sudah terbiasa tidak bersikap ramah dan memiliki perasaan arogan, tidak mudah untuk diajarkan bersikap ramah juga sangat di pengaruhi oleh keteladanan dari pimpinan.²² Keramahan tersebut adalah salah satu sifat manusia dengan keramahan orang bisa

²⁰ Abdul Hayyie-Kattani,dkk, *Melejit dengan kreatif*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2005), 15-16.

²¹ Ibid

²²Hadi Irawan. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), 66-67.

menghargai satu sama orang lainnya, di sini di pakai agar pelanggan atau nasabah lebih nyaman di perlakukan dengan ramah.

Sedangkan menurut Handi Irawan keramahan adalah salah satu aspek kualitas pelayanan yang paling mudah di ukur. Juga banyak manajer yang meyakini sebagai program kepuasan yang paling murah. Mengkomunikasikan kepada *front-line staf* juga relative mudah. Tak mengherankan, banyak manajer yang menaruh perhatian hal ini. Manajer-manajer *customer service* akan memasukan sebagai program pertama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Ramah berarti banyak senyum dan bersikap sopan.²³

Menciptakan budaya senyum bukanlah hal yang mudah dan program yang murah. Perlu upaya sistematis dan komitmen implementasi jangka panjang, budaya senyum dan ramah haruslah di mulai dari proses rekrutmen. Keramahan adalah bagian talenta. Ada sebagian orang yang memang mempunyai pembawaan yang ramah. Mereka yang sudah terbiasa tidak bersikap ramah dan memiliki perasaan yang arogana, tidak mudah untuk diajarkan bersikap ramah kepada pelanggan. Pengembangan *attitude* dan sikap ramah ini juga sangat dipengaruhi oleh keadaan dari pimpinan. Ketiga, budaya bersikap ramah juga dipengaruhi oleh *reward system*. Tanpa *reward* yang memadai, budaya ramah sulitlah untuk di ciptakan. Apabila demikian, menciptakan budaya senyum dan ramah, bukanlah program tanpa investasi.

²³Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*.(Jakarta,PT Elex Media Kompotindo, 2002) , 69.

Dalam QS. Al-Furqan ayat 63 Allah SWT berfirman:

وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا

سَلَامًا [الفرقان : 63]

Artinya: “Dan hamba-hamba Tuhan yang maha penyayang itu (ialah) orang-orang yang berjalan diatas bumi dengan rendah hati dan apabila orang-orang jahil menyapa mereka, mereka mengucapkan kata-kata (yang mengandung) keselamatan”.²⁴

Ayat diatas menegaskan bahwa kita sebagai umat, harus bersikap rendah hati sehingga timbul sikap yang ramah. Begitupun sebagai karyawan juga harus bersikap rendah hati agar nasabah yang dilayani merasa puas dan akan loyal pada BMT.

D. Profesional

1. Pengertian

Profesional berasal dari akar kata “*Professional*”, yang jika ditilik kamus Webster dijelaskan sebagai: “*learned vocation*”, atau ‘*vocation that requires learning rather than work with the hands*’, atau ‘*one who engages in a learned vocational*’. Dari sebagai literatur, diperoleh gambaran mengenai beberapa karakteristik dari “sikap profesional”.²⁵

²⁴ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. (Jakarta, PT Elex Media Komputindo, 2002), 69.

²⁵ Veithzal Rivai Zainal, H. Mansyur Ramly, dkk, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 289.

Di dalam pemecahan masalah, seorang yang professional melakukan pendekatan secara ilmiah, yakni objektif – logic, sistematis, metodik (menggunakan metode) dan dapat di buktikan (berulang-ulang dengan hasil yang sama atau *reliable*).²⁶

Sedangkan professional menurut *Kees Bertens* adalah orang yang melakukan suatu pekerjaan karena ahli di bidang tersebut dan meluangkan seluruh waktu, tenaga, dan perhatiannya untuk pekerjaan tersebut. Namun ini saja tidak cukup. Orang yang professional adalah orang yang mempunyai komitmen pribadi yang mendalam atas pekerjaannya itu. Ia melibatkan seluruh dirinya dan dengan giat, tekun, dan serius menjalankan pekerjaannya itu. Karena, dia sadar dan yakin bahwa pekerjaannya telah menyatu dengan dirinya. Pekerjaannya itu itu membentuk identitas dan kematangan dirinya, dan karena itu dirinya berkembang bersama dengan perkembangan dan kemajuan pekerjaannya itu. Ia tidak lagi menjalankan pekerjaannya sebagai hobi, sekedar mengisi waktu luang, atau secara asal-asalan. Komitmen pribadi inilah yang melahirkan tanggung jawab yang besar dan mendalam atas pekerjaannya itu.²⁷

Dengan demikian profesi memang sebuah pekerjaan, tetapi sekaligus tidak sama begitu saja dengan pekerjaan pada umumnya. Profesi mempunyai tuntutan yang sangat tinggi, bukan saja dari luar melainkan terutama dari dalam diri orang itu sendiri. Tuntutan ini menyangkut tidak

²⁶ Ibid

²⁷ Kees Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), 36.

saja keahlian, melainkan juga komitmen moral: tanggung jawab, keseriusan, disiplin, dan integritas pribadi.²⁸

Dalam kaitan dengan profesi pada umumnya, lama kelamaan hubungan antara pengabdian kepada masyarakat dan nafkah hidup berkembang menjadi saling mengisi dan mengkondisikan. Di satu pihak, para professional ingin mengabdikan seluruh hidupnya demi kepentingan banyak orang. Namun di pihak lain semakin ia professional dalam menjalankan profesinya itu, semakin banyak pula ia memperoleh imbalan atas profesinya itu. Ini adalah konsekuensinya logis atas profesionalismenya. Artinya, semakin baik dan profesionalnya ia melayani masyarakat, semakin banyak pula orang yang menjadi langganannya dan karena itu ia akan memperoleh imbalan yang sangat baik. Maka istilah professional hampir indentik dengan mutu, komitmen, tanggung jawab, dan bayaran yang tinggi.²⁹

Allah SWT menegaskan firman-Nya dalam Al-Qur'an surah Al-Isra' ayat 84.³⁰

يَا بَنِيَّ اذْهَبُوا فَتَحَسَّسُوا مِنْ يُوسُفَ وَأَخِيهِ وَلَا تَيَّأَسُوا مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِنَّهُ لَا

يَيْئَسُ مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ الْكَافِرُونَ [يوسف : 87]

Artinya: “*Hai anak-anakku, pergilah kamu, maka carilah berita tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah.*

²⁸Ibid, 38.

²⁹ Ibid., 40.

³⁰ Ibid

Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir”.³¹

Ayat tersebut menegaskan bahwa kita tidak boleh berputus asa dalam keadaan apapun yang dalam artian harus tetap optimis dan semangat setiap apa yang kita kerjakan, sehingga terbentuknya jiwa yang professional dalam berkerja. Begitupun sebagai karyawan harus mempunyai sikap yang optimis dan tidak mudah berputus asa sehingga terbentuknya karakter yang professional sesuai dengan nilai-nilai Islam.

2. Terbentuknya Sikap Profesional

Sebelum dikemukakan bagaimana terbentuknya sikap professional, ada satu fenomenarang yang perlu di kenali, yaitu “kebanggaan akan profesi” (yang di sandangnya). Di dalam Psikologi Sosial, kebanggaan akan profesi yang dimilikinya, biasa disebut sebagai “*positivity*”. Seseorang dapat dikatakan memiliki “*positivity*” yang tinggi sebagai seorang Dokter, misalnya, apabila ia memiliki kebanggaan, kepercayaan diri yang tinggi didalam menjalankan profesinya sebagai seorang Dokter.³²

“*positivity*” ini memegang peran yang sangat penting didalam diri seseorang mengembangkan segala potensi dan kemampuan dirinya untuk menguasai (*to master*) ketrampilan, dan keahlian yang dituntut oleh profesi yang dipilihnya tadi. Dengan *positivity* yang tinggi ini, ia terdorong untuk mengaktualisasikan dirinya menguasai semua persyaratan

³¹Ibid

³² Veithzal Rivai Zainal, H. Mansyur Ramly, dkk, Manajemen Sumber Daya Manusia, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 289.

kemampuan, pengetahuan, ketrampilan dan sikap kerja yang dipersyaratkan untuk menjadi yang professional.

Pada situasi lain, dapat kita lihat bagaimana seseorang yang tidak memiliki *positivity* yang tinggi atas profesi/pekerjaan yang diembannya, tidak sedikit orang-orang macam ini yang lalu justru beralih ke bidang profesi lain. Mungkin karena salah pilih diawal, mungkin karena motivasi pemilihan pendidikan yang diambil diawalnya tidak berdasarkan suatu visi kedepan, mungkin karena keterbatasan kemampuan memenuhi persyaratan yang keadaan seperti diatas, dapat kita lihat betapa penting peran *positivity* ini sebagai “pendorong” bagi seseorang untuk menguasai profesi tadi.

Persoalan berikutnya, bagaimana proses terbentuknya *positivity* ini. *Pertama*, “arah minat” seseorang akan memegang peran yang sangat penting. Arah minat ini sudah mulai terbentuk berdasarkan potensi-potensi (kepribadian/predisposisi) yang di miliki sejak mudanya, yang kemudian yang berinteraksi dengan pengaruh lingkungan, pendidikan keluarga, norma-norma pergaulan, sampai kemudian terbentuknya “tokoh identifikasi” yang di jadikan “panutan” olehnya, dan seterusnya sampai terbentuk apa yang kita kenal sebagai cita-cita. Kalau seseorang berhasil mencapai cita-citanya, maka hampir pasti ia memiliki *positivity* yang tinggi menjalani profesi yang di cita-citakannya tersebut.

kedua, bagaimana apresiasi dari masyarakat pada umumnya, dan lebih spesifik lagi bagaimana apresiasi lingkungan masyarakat dimana ia di besarkan terhadap profesi yang di pilihnya tadi, akan sangat mewarnai

pilihan-pilihannya. Apresiasi ini berbentuk, “peran penting yang di berikan oleh masyarakat (dalam kasus masyarakat kita mungkin oleh pemerintah/instansi pemerintah), (pendapatan) yang di berikan masyarakat, bisa juga kompensasi tadi di berikan dalam bentuk “kebanggaan dan patriotisme kebangsaan.

Dengan demikian *positivity* terbentuk dari hasil interaksi antara sistem nilai individu dengan sistem nilai masyarakat dimana individu tadi berada. Dan kedua variabel-interaksi tadi bukan sepenuhnya variabel-variabel yang tidak terkendali (*Uncontrolled Variable*). Sampai batas tertentu dapat dikembangkan melalui pengembangan sistem nilai yang secara sistematis diintrodusir ke masyarakat

3. Cara-cara menuju profesionalisme

Pengalaman masa lalu, bagaimana Gubernur Provinsi DKI Jakarta pada tahun 70-an, mencoba menegakkan sopan santun bermasyarakat atau dengan kata lain, bagaimana pemerintah daerah mencoba menegakkan disiplin bermasyarakat di kota Jakarta. Pada beberapa tahun pertama, di sepanjang jalan protokol di Jakarta di bangun pagar pembatas, agar masyarakat tidak menyebrang jalan di sembarang tempat. Di bangun halte bus Dan jembatan penyebrangan di lengkapi dengan pagar pembatas tersebut di atas. Setelah cukup lama *inforcement* dilakukan, mulai di coba mencabut pagar-pagar pembatas tadi, tetapi sebagai gantinya

ditempatkanlah polisi-polisi pada tempat-tempat setrategis untuk mendidik masyarakat menaati tata tertib yang di inginkan.³³

Demikian pula bagaimana dapat di bangun budaya profesionalisme, tentu pertama-tama melalui “proses edukasi”. Dalam proses idukasi ini, ada beberapa unsur (sub-sistem edukasi) yang perlu mendapat perhatian.

Adapun yang pertama, pemahaman (bisa melalui kampanye, penataran, dan lain-lain). Yang kedua, pendekatan sistem (secara bertingkat) dalam proses pemahaman di atas. Yang ketiga, contoh: Jika dalam penataran p-4 di masa lalu bagi para penjabat tinggi (staf terdidik) diberikan penataran yang memberikan nilai-nilai filosofis tentang pancasila , tentunya untuk tingkat pelaksana masyarakat berpendidikan lebih rendah akan mudah menerima program pendidikan tentang etika bermasyarakat yang Pancasila, misalnya. Bagaimana melakukan ‘*business practices*’ yang etis – sesuai dengan semangat Pancasila, misalnya, dan buan sekedar menyusun simplifikasi bahan penataran yang sifatnya sekali lagi masi bersifat filosofis. Perlu diterjemahkan dalam nilai-nilai aplikatif di bidang kehidupan sosial tertentu, dan ini memang menjadi sangat penting.

E. Kepuasan

Kepuasan menurut Philip kotler adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang mencul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya

³³ Veithzal Rivai Zainal, H. Mansyur Ramly, dkk, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 29.

terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapannya. Jadi kepuasan adalah bersifat puas (kesenangan atau kelegaan) pater mengartikan nasabah adalah seorang yang mempunyai hubungan ikatan dalam dunia perekonomian atau perdagangan secara tetap dengan suatu bank.³⁴

Kepuasan nasabah didefinisikan sebagai respons pelanggan terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Dalam persaingan yang semakin ketat faktor kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang serius. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, dan meningkatkan reputasi bisnis.³⁵

F. Nasabah

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, nasabah adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Nasabah adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Nasabah adalah Seseorang yang

³⁴ Pater Salim, Yenny Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer*, 1024.

³⁵ Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, Vol. 17 No. 2 Tahun 2010.

beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan.³⁶

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain.³⁷

Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank. Maka dari itu nasabah penabung termasuk juga nasabah bank yang harus dipenuhi keinginan dan kebutuhannya. Nasabah penabung disini merupakan nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.³⁸

Jadi nasabah penabung ini menitipkan sebagian dana yang dimilikinya untuk diolah oleh bank yang bersangkutan dan dengan cara menabung ini nasabah akan merasa aman. Semakin lengkap jasa bank yang diberikan maka semakin baik, hal ini disebabkan jika nasabah hendak melakukan sesuatu transaksi perbankan cukup berhenti di satu bank saja. Demikian pula sebaliknya, jika jasa bank yang diberikan kurang lengkap,

³⁶ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 143.

³⁷ <http://id.wikipedia.org/wiki/nasabah>, diakses 10 Agustus 2017.

³⁸ Undang-Undang No.10 Tahun 1998 dalam <http://hukum.unsrat.ac.id/UU/UU/10/98.htm>, diakses 27 Agustus 2017.

maka nasabah terpaksa untuk mencari bank yang lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan.³⁹

Dalam praktiknya, nasabah dibagi dalam tiga kelompok. *Pertama*, Nasabah baru: nasabah jenis ini baru pertama kali datang ke perusahaan, yang kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah mau melakukan transaksi. Jika semula kedatangannya hanya mau untuk memperoleh informasi namun karena sikap kita yang baik bukan tidak mungkin nasabah akan melakukan transaksi.

Kedua, Nasabah biasa: artinya nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan kita, namun tidak rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi. Hanya saja frekuensi melakukan transaksi dan kedatangannya belum terlalu sering.

Ketiga, Nasabah utama (primer): artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan kita pelanggan atau nasabah primer selalu menjadikan kita nomor satu dalam berhubungan. Pelanggan ini tidak lagi diragukan loyalitasnya dan sikap kita terhadap mereka harus selalu dipupuk⁴⁰

G. Hubungan Kreatifitas Dengan Kepuasan Nasabah

Kreatif adalah hasil dari pola pikir yang berbeda dari apa yang dilakukan sehari-hari. Otak kita sudah memiliki satu “*pattern*” tertentu untuk memecahkan masalah. Kita melatih otak untuk mendapatkan jawaban

³⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Ed. Revisi – 9. (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 113.

⁴⁰ Kasmir, *Etika Customer Service*. (Jakarta: Rajawali Press, 2005) , 67-68.

secepat mungkin, seefisien mungkin, dan bisa dipastikan dapat digunakan (*workable*) terutama yang kita lakukan beresiko tinggi.⁴¹

Sedangkan kepuasan nasabah didefinisikan sebagai respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Dalam persaingan yang semakin ketat faktor kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang serius. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, dan meningkatkan reputasi bisnis.⁴² Jadi, hubungan kreatifitas dengan kepuasan nasabah yaitu ketika seorang karyawan melakukan hal yang berbeda dari biasanya kepada nasabah yang disebut dengan kreatif, maka hal tersebut akan memberikan nuansa yang berbeda sehingga nasabahnya pun tidak jenuh dan akan memberikan kepuasan tersendiri kepada nasabahnya.

H. Hubungan Keramahan Dengan Kepuasan Nasabah

Menurut Handi Irawan keramahan adalah salah satu aspek kualitas pelayanan yang paling mudah diukur. Juga banyak manajer yang meyakini sebagai program kepuasan yang paling murah. Mengkomunikasikan kepada

⁴¹Raul Renanda, *Mencuri Kreativitas Designer*, (Jakarta: Transmedia, 2014), 35.

⁴²Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, Vol. 17 No. 2 Tahun 2010.

front-line staf juga relatif mudah. Tak mengherankan, banyak manajer yang menaruh perhatian hal ini. Manajer-manajer *customer service* akan memasukan sebagai program pertama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Ramah berarti banyak senyum dan bersikap sopan.⁴³

Sedangkan kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.⁴⁴ Jadi, hubungan keramahan dengan kepuasan nasabah yaitu dengan sikap yang ramah oleh karyawan kepada nasabah berarti menunjukkan pelayanan yang baik seperti selalu sopan dan santun sehingga akan berdampak pada nasabah yang mana merasa puas dengan pelayanan yang baik tersebut.

I. Hubungan Profesional Dengan Kepuasan Nasabah

Menurut *Kees Bertens* professional adalah orang yang melakukan suatu pekerjaan karena ahli di bidang tersebut dan meluangkan seluruh waktu, tenaga, dan perhatiannya untuk pekerjaan tersebut. Namun ini saja tidak cukup. Orang yang professional adalah orang yang mempunyai komitmen pribadi yang mendalam atas pekerjaannya itu. Ia melibatkan seluruh dirinya dan dengan giat, tekun, dan serius menjalankan pekerjaannya itu. Karena, dia sadar dan yakin bahwa pekerjaannya telah menyatu dengan dirinya.⁴⁵

⁴³Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*.(Jakarta,PT Elex Media Kompotindo, 2002) , 69.

⁴⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran 1 Edisi Milenium*. Penerjemah Drs. Benjamin Molan, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), 42.

⁴⁵ *Kees Bertens, Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), 36.

Sedangkan kepuasan nasabah adalah seperti yang disampaikan diatas bahwa sebuah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.⁴⁶ Jadi, hubungan professional dengan kepuasan nasabah yaitu ketika kita melayani nasabah dengan professional berarti fokus dengan pekerjaan kita yang dalam artian walaupun ada permasalahan diluar pekerjaan tetapi tetap fokus dan tidak membawanya dalam pekerjaan tersebut sehingga dalam melayani nasabah tetap tenang dan konsentrasi yang berdampak juga pada kepuasan nasabah karena nasabah tetap sebagai prioritas.

J. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang di lakukan oleh Adi Kuswanto dengan judul ”Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah” tujuan penelitian ini untuk menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank dan menganalisis pengaruh kepuasan nasabah terhadap pujian yang di lakukan oleh nasabah kepada bank. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif data primer. Hasil penelitian menunjukan bahwa bukti fisik dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah, sedangkan keandalan dan daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Persamaannya adalah pada variabel dependennya yaitu

⁴⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran 1 Edisi Milenium*. Penerjemah Drs. Benjamin Molan, (Jakarta: Prenhalindo, 2002), 42.

variabel kepuasan nasabah sedangkan perbedaannya adalah pada variabel kualitas layanan.⁴⁷

Penelitian yang dilakukan Yuliasa Garden dengan judul ‘Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank’ tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank. Metode penelitian ini kuantitatif yang bersifat explanatory study, yaitu study penjelasan untuk mengidentifikasi data primer. Hasil penelitian ini adalah berdasarkan analisis regresi didapatkan hasil bahwa variabel loyalitas yang menjadi variabel dependent mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel kepuasan nasabah di lihat dari hasil uji regresi yang menghasilkan standar koefisien sebesar 0,492. Persamaannya adalah pada variabel dependennya yaitu variabel kepuasan nasabah sedangkan perbedaannya adalah pada variabel kualitas layanan.⁴⁸

Penelitian yang dilakukan Ambardi Juniawan yang berjudul “Kualitas Pelayanan Islam Dan Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Jakarta” tujuan penelitian adalah mengkaji dimensi kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah sehingga dapat diterapkan dalam pelaksanaan program pemasaran pada bank syariah. metode penelitian ini kuantitatif dengan menggunakan data primer. Hasil penelitian ini adalah dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh secara positif signifikan

⁴⁷ Gunadarma.ac.id, Adi Kuswanto, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah*, Universitas Guna Darma, Di akses pada pukul 13.31 WIB, Tanggal 24 desember 2017.

⁴⁸ www.gunadarma.ac.id, Yulisa Gardenia, *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank*, Di akses pada pukul 13.35 WIB, Tanggal 24 desember 2017.

terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah adalah *assurance*, *reliability*, *tangible* dan *emphaty*. Sedangkan kualitas pelayanan yang tidak memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam melakukan simpanan pada bank syariah adalah *compliance* dan *responsiveness*. . Persamaannya adalah pada variabel dependennya yaitu variabel kepuasan nasabah sedangkan perbedaannya adalah pada variabel kualitas layanan islami.⁴⁹

Penelitian yang di lakukan Bayu Yoga Tahtakusuma yang berjudul “Pengaruh Profesionalisme Kerja Dan Loyalitas Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Pad PT.Bank Syariah Mandiri Yogyakarta”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh profesionalisme kerja terhadap promosi jabatan pada PT. Bank Mandiri Syariah Yogyakarta. Hasil penelitian ini adalah professional berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Persamaan penelitian ini adalah pada variabel profesionalisme sedangkan perbedaannya adalah pada variabel loyalitas karyawan dan promosi jabatan.⁵⁰

Penelitian yang dilakukan Chairun Nisa Halim yang berjudul “Pengaruh Keramahan, Kredibilitas Dan Citra Karyawan Terhadap Kedekatan Karyawan Dan Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Bank Konvensional Di Surabaya” tujuan pelitian ini adalah untuk menguji penaruh determinasi kintiman pelanggan terkait dengan keramahan, kredibilitas, dan citra pegawai

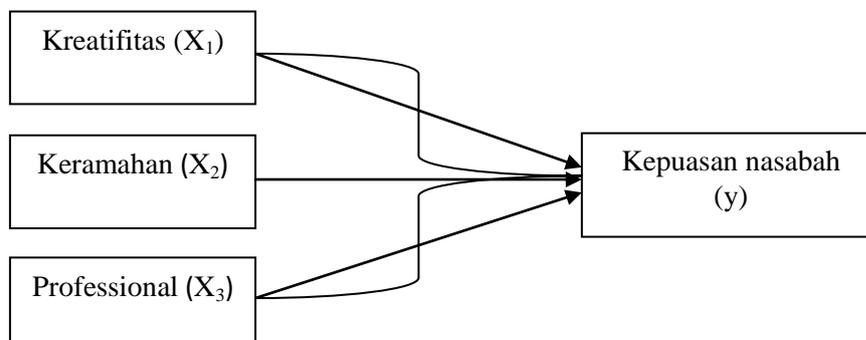
⁴⁹ Ojs, stiead.ac.id, Ambardi Juniawan. *Kualitas Pelayanan Islam Dan Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Jakarta*, Di akses pada pukul 13.39 WIB, Tanggal 24 desember 2017.

⁵⁰ Digilib-uin-suka.ac.id, Bayu Yoga Tahtakusuma, *Pengaruh Profesionalisme Kerja Dan Loyalitas Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Pad PT.Bank Syariah Mandiri Yogyakarta*, Di akses pada pukul 13.42 WIB, Tanggal 24 desember 2017.

bank terhadap keintiman antara karyawan bank dan pelanggan. Metodi yang digunakan adalah kuantitatif primer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keramahan tidak berpengaruh signifikan pada keintiman antara bank karyawan dan pelanggan, kredibilitas dan citra karyawan berpengaruh signifikan pada keintiman antara bank karyawan dan pelanggan. Persamaan penelitian ini adalah pada variabel keramahan sedangkan perbedaannya adalah variabel kredibilitas dan citra karyawan.⁵¹

K. Kerangka Konseptual

Dalam konteks ini, aspek-aspek yang akan di ukur ialah pengaruh kreatifitas, keramahan, dan strategi pelanggan, meningkatkan kepuasan nasabah adalah perbedaan kepuasan nsabah sebelum atau sesudah, sebagai berikut:



Keterangan

- : secara parsial
 } : secara simultan

⁵¹ Journal.pebarnas .ac.id, Chairun Nisa Halim. *Pengaruh Keramahan, Kredibilitas Dan Citra Karyawan Terhadap Kedekatan Karyawan Dan Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Bank Konvensional Di Surabaya*, Journal of Business and Banking, Di akses pada pukul 13.46 WIB, Tanggal 24 desember 2017.

L. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dengan sementara kebenarannya masih harus di lakukan pengujian. Hipotesis ini di maksudkan untuk member arah bagi analisis penelitian. Disini kesimpulan sementara adalah:

1. H1 : Panah (X_1) ke (y): kreatifitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
2. H2 : Panah (X_2) ke (y): keramahan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
3. H3 : Panah (X_3) ke (y): profesional mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
4. H4 : Panah semua (X_1, X_2, X_3) ke (y): kreatifitas, keramahan, profesional semuanya mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.