

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini banyak perusahaan jasa yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah untuk memuaskan pelanggan dengan cara pengungkapan yang beragam. Ada yang merumuskannya dengan “memberikan segala sesuatu yang diharapkan setiap pelanggan”, “pelanggan adalah raja”, kepuasan pelanggan adalah tujuan kami”, “Jaminan 100% pelanggan puas” dan lain sebagainya. Situasi ini terjadi pada semua sektor swasta. Kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital yang saling berhubungan dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Hakikatnya tujuan dari sebuah bisnis maupun perusahaan adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Menurut Fornell & Wenerfelt dalam buku Fandy bahwa menarik pelanggan baru jauh lebih mahal dibandingkan mempertahankan pelanggan, saat ini menjadi salah satu pemicu meningkatnya perhatian pada kepuasan pelanggan.² Semua usaha manajemen dalam sebuah perusahaan atau bisnis diarahkan pada satu tujuan utama yaitu, kepuasan pelanggan. Seperti dalam al-Quran surah Ali- Imron ayat 159 yang telah memberikan pedoman kepada orang *Mu'min* (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada seseorang (pelanggan).

² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm. 353.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ
عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

﴿١٥٧﴾

Artinya:

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarohlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakllah kepada Allah. sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.³

Mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh bukan hal yang mudah karena pelanggan saat ini semakin terdidik dan menyadari hak-haknya. Selain itu, setiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda meski membutuhkan produk yang sama. Proses pemenuhan kepuasan pelanggan tidak hanya membutuhkan produk atau jasa yang berkualitas saja namun juga membutuhkan upaya yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

Banyak rencana dan upaya yang dapat diaplikasikan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai. Pelanggan yang tidak sekedar puas, namun juga senang, loyal dan bersedia menjalin relasi jangka panjang dengan perusahaan menjadi kunci keberhasilan setiap organisasi.⁴ Dengan mengidentifikasi dan mengukur kepuasan anggota dapat menentukan beberapa strategi yang akan

³ Qur'an terjemah surat Ali Imron, (Semarang: PT. Karya Toha Putra), hlm. 56.

⁴ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa ...*, hlm. 356.

diputuskan selanjutnya. Strategi merupakan langkah-langkah yang harus dijalani oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan.

Ada beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan menurut Fandy diantaranya: strategi pemasaran yang berfokus pada hubungan relasi, strategi pelayanan dan penanganan keluhan yang efisien, dan strategi peningkatan kinerja perusahaan. Masalah strategi juga merupakan unsur kepuasan yang sangat penting, karena strategi menentukan pelatihan, perilaku, dan penyampaian layanan spesifik yang tepat.

Kunci membentuk fokus kepuasan pada pelanggan adalah menempatkan karyawan untuk berhubungan langsung dengan pelanggan dan memberdayakan karyawan untuk mengambil tindakan yang diperlukan untuk memuaskan para pelanggan.⁵ Pelayanan yang diberikan oleh karyawan sangat menentukan kepuasan pelanggan dengan kinerja para karyawan, karyawan harus memperhatikan faktor-faktor strategis yang mendukung kinerja agar sesuai harapan pelanggan. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta Jadi, interaksi antara karyawan dan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting dalam pembentukan fokus pada pelanggan.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Adanya hal-hal yang bernuansa Islam menjadi suatu hal yang menarik untuk diperbincangkan. Faktor itu pun yang membuat perkembangan ekonomi syariah mengalami peningkatan. Beberapa tahun terakhir ini

⁵ Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 44-47.

ekonomi syariah dengan lembaga keuangan di Indonesia dihadapkan pada persaingan sangat ketat (*hypercompetitif*). Banyaknya persaingan yang muncul mengharuskan setiap lembaga keuangan untuk dapat merespon semua perubahan yang terjadi. Hal ini pun dirasakan oleh semua sektor industri swasta yang salah satunya adalah bank.

Bermula dari berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) lalu timbul peluang untuk mendirikan bank-bank berprinsip syariah. Oleh karena operasional BMI kurang menjangkau usaha kecil dan menengah, maka muncul usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro yang bertujuan untuk mengatasi hambatan operasional daerah, seperti Lembaga Keuangan Mikro Syariah.

Salah satu Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Indonesia lebih dikenal dengan Baitul Maal wat Tamwil (BMT) atau secara hukum disebut dengan Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Payung hukum dari pendirian BMT di Indonesia BMT terdiri dari dua istilah, adalah keputusan menteri koperasi dan UMKM No. 91/Kep/MKUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha koperasi jasa keuangan syariah.

Baitul Maal wat Tamwil terdiri dari dua istilah yaitu *Baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, sedangkan *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana. BMT memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah seperti zakat, infaq,

sedekah dan wakaf, serta dapat pula berfungsi sebagai institusi yang bergerak di bidang investasi yang bersifat produktif seperti layaknya Bank.

Tujuan didirikannya BMT adalah untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi serta kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Maksud dari tujuan tersebut dapat dipahami bahwa BMT berorientasi pada upaya peningkatan kesejahteraan anggota dan masyarakat. Anggota harus di berdayakan (*empowering*) supaya dapat mandiri. Kegiatan BMT adalah mendorong kegiatan menabung dan pembiayaan. BMT merupakan sebuah perwujudan kegiatan ekonomi umat yang menjunjung tinggi nilai ta'awun (tolong menolong).

Salah satu lembaga keuangan syariah di Tulungagung adalah BMT Pahlawan yang tepatnya terletak di Jl. Khr. Abdul Fattah No. 33 Tulungagung, disekitar pasar Ngemplak Tulungagung. Dengan memiliki karyawan aktif sekitar 16 orang, 3 dewan pengawas dan 5 dewan pengurus yang menjalankan fungsi BMT sama layaknya perbankan seperti yang terkait menghimpun dan menyalurkan dana yang telah dijelaskan dalam UU No. 7 sebagaimana diubah menjadi UU No. 10 tahun 1998 Dalam rangka menghimpun dana BMT Pahlawan telah mengalami pertumbuhan serta peningkatan yang baik, hal tersebut dibuktikan berdasarkan tabel jaringan kantor dan tabel perkembangan anggota BMT Pahlawan dibawah ini:

Tabel 1.1**Jaringan Kantor BMT Pahlawan (Tulungagung)**

| Kantor | Alamat |
|----------------------------------|---|
| Pusat BMT Pahlawan | Jl. Kh. Abdul Fattah No. 33 Tulungagung (Pasar Ngemplak Tulungagung) |
| KC BMT Pahlawan Bandung | Ruko Stadion Bandung No. 14 Bandung Tulungagung |
| KC BMT Pahlawan Gondang | Ruko Stadion Gondang No. 1 Gondang Tulungagung |
| KC BMT Pahlawan Ngunut | Jl. Raya Ngunut No. 4 Ngunut Tulungagung |
| Pokusma BMT Pahlawan Notorejo | Notorejo Gondang Tulungagung |

Sumber: *RAT BMT Pahlawan Tahun 2016*

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa jumlah jaringan kantor yang dimiliki oleh BMT Pahlawan telah tersebar di daerah Tulungagung, dan menunjukkan adanya kemudahan untuk mengakses dan bertransaksi di BMT Pahlawan. Pertumbuhan BMT Pahlawan merupakan salah satu dari bentuk pelayanan berwujud (*Tangible*), yang menurut Parasuraman dalam buku Danang dan Fathonah yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal dalam penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan.⁶ Pelayanan berwujud (*tangible*) merupakan salah satu dimensi kualitas jasa yang digunakan sebagai acuan untuk mengukur kepuasan pelanggan.

⁶ Danang Sunyoto dan Fathonah E. S., *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CAPS, 2015), hlm 288.

Tabel 1.2**Perkembangan Anggota BMT Pahlawan Tahun 2012-2016**

| No | Anggota | Tahun | | | | |
|--------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| 1 | Pendiri/ Anggota tetap | 59 | 61 | 61 | 61 | 61 |
| 2 | Penanam Saham | 71 | 64 | 63 | 63 | 63 |
| 3 | Penyimpan/ Penabung | 9.106 | 9.519 | 10.377 | 10.900 | 12.170 |
| 4 | Penerima Pembiayaan | 2.149 | 2.044 | 1.435 | 1.105 | 1.176 |
| Total | | 11.420 | 11.688 | 11.896 | 12.129 | 13.470 |

Sumber: *RAT BMT Pahlawan Tahun 2016*

Pada tabel 1.2 diketahui bahwa jumlah anggota secara keseluruhan untuk setiap produknya. Salah satunya produk simpanan dan tabungan yang ditawarkan beragam jenis berdasarkan akadnya, diantaranya adalah wadiah, deposito mudhorobah, saham dan simpanan haji. Dibawah ini merupakan rincian jumlah anggota simpanan dan tabungan:

Tabel 1.3**Perkembangan Anggota Simpanan dan Tabungan BMT Pahlawan****Tahun 2012-2016**

| Anggota | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Wadi'ah | 7.230 | 7.787 | 8.457 | 8.950 | 9.850 |
| Deposito Mudharabah | 1.120 | 1.110 | 1.140 | 1.120 | 1.350 |
| Saham | 196 | 196 | 210 | 260 | 290 |
| Simpanan Haji | 560 | 426 | 570 | 570 | 680 |

Sumber: *RAT BMT Pahlawan 2012-2016*

Tabel diatas menunjukkan bahwa produk tabungan dengan akad *wadiah* terus mengalami peningkatan. Menurut Antonio dalam buku Zulkifli wadi'ah merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak yang lain baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan

dikembalikan kapan saja pada si penitip menghendaki.⁷ Menurut jenis wadiah terbagi menjadi 2 yaitu: 1) Wadiah Yad al-Amanah yaitu akad penitipan dimana penerima titipan tidak diperkenankan menggunakannya dan tidak bertanggungjawab atas kerusakannya, 2) Wadi'ah Yad adh-Dhamanah yaitu akad penitipan dimana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik dapat memanfaatkan titipan dan harus bertanggungjawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang titipan. Manfaat dan keuntungan yang diperoleh menjadi hak penerima titipan.⁸

Volume tabungan keseluruhan jumlah anggota penabung pada tahun 2012 hingga 2015 mengalami peningkatan. Pada tahun 2012 volume tabungan mencapai Rp 25.310.779.902, tahun 2013 meningkat menjadi Rp 26.394.971.421, pada tahun 2014 volume tabungan mencapai Rp 28.681.872.378 dan pada tahun 2015 volume tabungan mencapai Rp 30.941.372.321. Peningkatan ini menunjukkan bahwa adanya unsur loyalitas anggota sebelumnya untuk tetap menabung serta menyimpan dananya di BMT Pahlawan Tulungagung.

Selanjutnya BMT Pahlawan Tulungagung akan terus berusaha menguasai pasar dengan meningkatkan berbagai strategi guna mendapatkan laba maksimal dengan tingkat efisien kinerja secara optimal serta memberikan kepuasan kepada anggota. Hingga saat ini, BMT Pahlawan mampu memberikan kontribusi pada masyarakat Tulungagung sebesar 2,7% dari jumlah keseluruhan penduduk Tulungagung yang masih

⁷ Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hikam, 2007), hlm. 34.

⁸ *Ibid*,..., hlm. 35-36.

tergolong produktif untuk dapat melakukan semua transaksi keuangan. Masyarakat yang termasuk golongan produktif yang mampu melakukan transaksi adalah masyarakat yang berusia 25-59 tahun.⁹ Jumlah masyarakat tulungagung yang berusia 25-29 tahun tersebut kurang lebih sekitar 507.071 orang.¹⁰ Dengan memenuhi kepuasan anggota secara tidak langsung berdampak pada kelayaitasan anggota. Dimana kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penentu loyalitas pelanggan.¹¹

Meningkatnya jumlah anggota penabung dengan akad Wadiah setiap tahunnya membuat peneliti tertarik untuk membahas strategi yang digunakan oleh BMT Pahlawan untuk dapat meningkatkan kepuasan anggota yang bertujuan mempertahankan eksistensi lembaga dari pesatnya pertumbuhan dunia perbankan dan lembaga keuangan mikro. Untuk itu peneliti membahas mengenai *“Strategi dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Penabung dengan Akad Wadiah di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung”*

B. Fokus Penelitian

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

⁹ Wawancara dengan Bapak Fatkhur R. Albanjari selaku Kabag ZISWA BMT Pahlawan, beralamatkan di Kantor Pusat BMT Pahlawan), tanggal 28 Juli 2017, pukul 09.29.

¹⁰ Hadiyanto, “ Angka Statistik Jumlah Penduduk Kabupaten Tulungagung Tahun 2010-2016”, <http://hadiyanto.org/angka-statistik/jumlah-penduduk-kabupaten-tulungagung-tahun-2010-2016.html>, diunduh pada tanggal 29 Juli 2017, pukul 09.28.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*, (Yogyakarta: ANDI, 2003), hlm 125.

relevan dengan tujuan penelitian kita.¹² Berdasarkan latar belakang di atas diketahui beberapa fokus masalah seperti berikut:

1. Strategi apa yang digunakan BMT Pahlawan dalam meningkatkan kepuasan anggota penabung dengan akad wadiah?
2. Kendala- kendala dan hambatan apa saja yang dihadapi oleh BMT Pahlawan dalam meningkatkan kepuasan anggota penabung dengan akad wadi'ah?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan yang telah dipaparkan di atas, adapun tujuan dari telaah kritis ilmiah terhadap strategi untuk meningkatkan kepuasan anggota penabung di BMT Pahlawan Tulungagung adalah:

1. Untuk mengetahui strategi apa yang digunakan BMT Pahlawan dalam meningkatkan kepuasan anggota penabung dengan akad wadiah.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala dan hambatan yang dihadapi oleh BMT Pahlawan dalam meningkatkan kepuasan anggota penabung dengan akad wadiah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan wacana tentang strategi serta upaya-upaya untuk meningkatkan kepuasan anggota penabung yang diterapkan di BMT Pahlawan Tulungagung.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm 171.

2. Kegunaan secara praktis

a. Untuk lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai upaya mengungkapkan perkembangan strategi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan anggota di BMT Pahlawan. Penelitian ini pun diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi kinerja lembaga keuangan baik dari BMT Pahlawan atau lembaga keuangan lainnya. Penelitian ini dapat menambah informasi, wacana terhadap para pembaca mengenai BMT Pahlawan Tulungagung, sehingga pembacanya dapat segera bergabung dalam lembaga keuangan syariah.

b. Untuk stakeholder

Bagi masyarakat penelitian dapat menambah informasi, wacana terkait hak-hak yang diperoleh mengenai produk dan jasa di BMT Pahlawan Tulungagung, dengan ini pembaca dapat memberikan penilaian serta segera bergabung menjadi bagian dalam lembaga keuangan syariah.

c. Untuk peneliti yang akan datang

Penulis berharap tulisan ini memberi kontribusi positif sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

- a. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹³
- b. Kata meningkatkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kata kerja dengan beberapa arti lain antara lain menaikkan yang berarti derajat, taraf, mengangkat diri, memegahkan diri dan sebagainya. Serta mempertinggi yang berarti memperhebat (produksi dan sebagainya).¹⁴
- c. Kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil yang diharapkan tercapai.¹⁵
- d. Kendala adalah halangan yang membatasi keleluasaan gerak sebuah benda atau suatu sistem.¹⁶ Sedang hambatan adalah sesuatu pekerjaan menjadi lambat atau tidak lancar.¹⁷
- e. Anggota adalah orang atau (badan) yang menjadi bagian atau masuk dalam suatu golongan (perserikatan, dewan, panitia dan sebagainya).¹⁸
- f. Baitul Mal Wal Tamwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, *Baitul Maal* dan *Baitul Tamwil*. *Baitul Maal* lebih mengarah kepada usaha-usaha pengumpulan dana dan penyaluran dana

¹³ Tim Penyusun Pusat, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), ed. 3, cet. Ke- 4, hlm. 548.

¹⁴*Ibid*,.. hlm. 250.

¹⁵Suharto, Tata Iryanto, *Kamus Bahasa Indonesia Terbaru*, (Surabaya: INDAH, 1996), hlm. 197

¹⁶ Tim Penyusun Pusat, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ...hlm. 432.

¹⁷ Tim Penyusun Pusat, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ...hlm. 321.

¹⁸ Tim Penyusun Pusat, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ...hlm. 130.

nonprofit, seperti; zakat, infaq, dan sedekah. Adapun *Baitul Tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.¹⁹

2. Definisi Operasional

Berdasarkan beberapa definisi konseptual diatas maka judul penelitian ini adalah strategi dalam meningkatkan kepuasan anggota merupakan suatu bentuk ikhtiar peneliti untuk mengetahui strategi yang digunakan BMT Pahlawan dalam membentuk perencanaan, pengidentifikasian dan mengupayakan tindakan serta keputusan dalam menambah dan memperhebat suatu produk untuk mencapai, memenuhi kepuasan dan melebihi harapan pelanggan.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari tiga bagian yaitu, bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

Pada bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman (judul, persetujuan dan pengesahan), motto, persembahan, kata pengantar, daftar (isi, gambar dan lampiran), transliterasi dan abstrak.

Pada bagian utama terdiri dari enam bab yaitu:

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini akan di bahas mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, identifikasi dan pembatasan penelitian, kegunaan penelitian, dan penegasan istilah.

¹⁹Nurul Huda, Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoretis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 363

- BAB II** Kajian pustaka. Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka atau buku-buku teks dan tinjauan penelitian yang relevan.
- BAB III** Metode Penelitian. Bab ini memuat pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data. Teknik pengumpulan data, teknis analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian.
- BAB IV** Hasil penelitian. Pada bab ini berisi tentang paparan data/temuan penelitian yang disajikan dalam topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan penelitian dan hasil analisis data.
- BAB V** Pembahasan. Dalam bab ini berisi mengenai pembahasan yang menjawab semua permasalahan yang ada pada fokus penelitian.
- BAB VI** Penutup. Dalam bab ini meliputi kesimpulan, dan saran yang dihasilkan dari keseluruhan pembahasan yang telah disampaikan beserta daftar pustaka.

Pada bagian akhir terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup peneliti.