

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Produk

1. Pengertian Produk

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu. Produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasa sekarang langsung sebelum dibeli, sedangkan produk yang tidak berwujud berupa jasa dimana tidak dapat dilihat atau dirasa sebelum dibeli. Satu hal lagi perbedaan kedua jenis produk ini adalah untuk produk yang berwujud biasanya tahan lama, sedangkan untuk yang tidak berwujud tidak tahan lama.

Contoh produk berupa barang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud seperti buku, meja, kursi, rumah, mobil . Kemudian tidak berwujud yang biasanya disebut jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi, dan ide-ide.¹⁴

Untuk lebih jelasnya kita memahami dan mengerti segala sesuatu yang berhubungan dengan produk maka akan lebih baik kita ketahui lebih dulu pengertian produk itu sendiri. Secara umum definisi produk

¹⁴ Kasmir, 2004, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana 2005), hal. 135

adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Sedangkan pengertian produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Dari pengertian dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan jasmani atau rohani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.

Seperti dikatakan sebelumnya bahwa produk memiliki ciri-ciri tersendiri untuk dapat dikatakan sebagai barang atau jasa. Dalam hal dunia perbankan dimana produk yang dihasilkan berbentuk jasa, maka akan dijelaskan ciri-ciri yang berbentuk jasa tersebut.¹⁵

Adapun ciri-ciri karakteristik jasa adalah sebagai berikut:

1) Tidak Berwujud

Tidak berwujud artinya tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli atau dikonsumsi. Oleh karena itu, jasa tidak memiliki wujud tertentu sehingga harus dibeli lebih dulu.

¹⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*.....,hal. 136

2) Tidak Terpisahkan

Jasa tidak terpisahkan artinya antara si pembeli jasa dengan si penjual jasa saling berkaitan satu sama lainnya, tidak dapat dititipkan melalui orang lain. Misalnya pemilik kartu kredit dengan hotel.

3) Beraneka Ragam

Jasa memiliki aneka ragam bentuk artinya jasa dapat diperjual belikan dalam berbagai bentuk atau wahana seperti tempat, waktu, atau sifat.

4) Tidak Tahan Lama

Jasa diklasifikasikan tidak tahan lama artinya jasa tidak dapat disimpan begitu jasa dibeli maka akan segera dikonsumsi.

Agar produk yang dibuat laku di pasaran, maka penciptaan produk haruslah memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing atau sering disebut produk plus. Bagi dunia perbankan produk plus harus selalu diciptakan setiap waktu, sehingga dapat menarik minat calon nasabah yang baru atau dapat mempertahankan nasabah.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk (product quality) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja

produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.¹⁶

3. Dimensi Kualitas Produk

Ada delapan dimensi yang dikembangkan oleh Garvin (dalam Lovelock, 1994; Peppard dan Rowland, 1995). Dimensi-dimensi tersebut adalah:¹⁷

- 1) Kinerja (*performance*) yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti.
- 2) Keistimewaan tambahan (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) Keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- 4) Kesesuaian dengan aplikasi (*conformance to specification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) Daya tahan (*durability*) yaitu berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan.
- 6) *Serviceability* yaitu yang meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamana, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- 7) Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

¹⁶ *Ibid*, hal 272

¹⁷ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2002), hal. 68

- 8) Kualitas yang dipersiapkan (*perceived quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

B. Pembiayaan

1. Pengertian pembiayaan

Aktivitas yang tidak kalah pentingnya dalam manajemen dana BMT adalah pelepasan dana atau pembiayaan yang sering juga disebut dengan *lending financing*. Istilah ini dalam keuangan konvensional dikenal dengan sebutan kredit. Pembiayaan sering digunakan untuk menunjukkan aktivitas utama BMT, karena berhubungan dengan rencana memperoleh pendapatan.

Berdasarkan UU No.7 tahun 1992, yang dimaksud pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan atau yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu ditambah dengan sejumlah uang, imbalan atau pembagian hasil.¹⁸

Sebagai upaya memperoleh pendapatan yang semaksimal mungkin, pembiayaan BMT, juga menganut azas Syari'ah yakni dapat berupa bagi hasil, keuntungan jasa manajemen. Upaya ini harus dikendalikan sedemikian rupa sehingga likuiditas dapat terjamin dan tidak banyak dana yang menganggur. Supaya dapat secara maksimal pengelolaan dana, maka manajemen BMT harus memperhatikan tiga

¹⁸ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal.163

aspek penting dalam pembiayaan, yakni: aman, lancar, dan menguntungkan.

a) Aman

Keyakinan bahwa dana yang telah dilempar dapat ditarik skembali sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Untuk menciptakan kondisi tersebut, sebelum dilakukan pencairan pembiayaan, BMT terlebih dahulu harus melakukan survey usaha untuk memastikan bahwa usaha yang dibiayai layak. Dilarang memberikan pembiayaan hanya karena faktor kasihan. BMT harus betuk-betul jeli dalam melihat usaha yang diajukan.

b) Lancar

Keyakinan bahwa dana BMT dapat berputar dengan lancar dan cepat. Semakin cepat dan lancar perputaran dananya, maka pengembangan BMT akan semakin baik. Untuk itu BMT harus membidik segmen pasar yang putarannya harian, mingguan harus berimbang dan akan lebih baik jika hariannya lebih banyak.

c) Menguntungkan

Pehitungan dan proyeksi yang tepat, untuk memastikan bahwa dana yang dilempar akan menghasilkan pendapatan. Semakin tepat dalam memproyeksi usaha, kemungkinan besar gagal dapat diminimalisasi. Kepastian pendapatan ini memiliki pengaruh yang besar bagi kelangsungan BMT. Karena para deposan akan segera langsung merasakan dampaknya. Semakin besar pendapatan BMT,

akan diterima oleh anggota penabung dan sebaliknya. Besar kecilnya bagi hasil tentu saja akan sangat dipengaruhi oleh bagi hasil BMT yang diterima dari nasabah peminjam supaya tidak saling merugikan.¹⁹

Produk pembiayaan dalam perbankan syariah menurut Al-Harran dapat dibagi tiga, yaitu:²⁰

- a. *Return Bearing Financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang secara komersial menguntungkan, ketika pemilik modal mau menanggung risiko kerugian dan nasabah juga memberikan keuntungan.
- b. *Return Free Financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang tidak untuk mencari keuntungan yang lebih ditujukan kepada orang membutuhkan, sehingga tidak ada keuntungan yang dapat diberikan.
- c. *Charity Financing*, yaitu bentuk pembiayaan yang memang diberikan kepada orang miskin dan membutuhkan, sehingga tidak ada klaim terhadap pokok dan keuntungan.

Produk- produk pembiayaan bank syariah, ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor riil dengan tujuan produktif dalam bentuk investasi bersama yang dilakukan bersama mitra usaha dengan menggunakan pola bagi hasil, dalam bentuk investasi sendiri kepada yang membutuhkan

¹⁹ *Ibid...* hlm. 165

²⁰ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2007), hal. 122.

pembiayaan menggunakan pola jual beli (*murabahah*, *salam*, *istisna'*) dan pola sewa (*ijarah* dan *IMBT*).

Berdasarkan uraian Sudarsono, dalam memenuhi kebutuhan permodalan dan memenuhi kebutuhan pembiayaan bank syariah memiliki ketentuan - ketentuan yang berbeda dengan bank konvensional. Produk bank syariah yaitu produk penghimpunan dana, produk jasa, dan produk penyaluran dana.²¹

Pembiayaan merupakan salah satu produk penyaluran dana bank syariah. Dalam sistem konvensional pembiayaan dikenal dengan kredit. Menurut Ismail pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Sedangkan dalam penyalurannya didasarkan pada prinsip kepercayaan, sehingga pemilik dana yakin bahwa dana yang diberikan dalam bentuk pembiayaan akan dikembalikan.²²

Berdasarkan Undang-undang No.10 tahun 1998 mengenai perbankan menjelaskan bahwa pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk

²¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hal. 20

²² Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 31

mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.²³

Menurut Said dan Ma'zumi berbagai jenis pembiayaan yang sering di pakai oleh Bank Islam adalah:²⁴

- a. Pembiayaan Mudharabah (Bagi hasil/Trustee Profit Sharing), adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal sedangkan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan usaha mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan kelalaian si pengelola.
- b. Pembiayaan Musyarakah (*Kerjasama/Partnership Project Financing Participation*), yaitu suatu kontrak atau perjanjian antaradua pihak atau lebih untukmelakukan usaha secara bersama-sama dengan menyetorkan sejumlahdana. Masing-masing memiliki hak atas keuntungan maupun kerugian yang sesuai dengan proposi yangtelah disepakati bersama. Aplikasinya dalam perbankan adalah perjanjian yang diterapkan pada pembiayaan usaha atau proyek di mana bank membiayai sebagian dari dana yang dibutuhkan dan sisanya dibiayai sendiri oleh nasabah.

²³ Undang-undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan Syariah

²⁴ Syihabudin Said dan Ma'zumi. *Falsafah dan Perilaku Ekonomi Islam*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), hal, 17.

- c. Pembiayaan *Murabahah* (*Modal Kerja/Deferred Payment Sale*), yaitu jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Penjual harus memberitahu harga produk yang dia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Bisa juga disebut dengan kredit modal kerja yang biasa diberikan oleh bank.
- d. Pembiayaan *Bai' u Bitsaman Ajil* (*Investasi/Deferred Payment Sale*), yaitu pembiayaan yang memakai akad jual beli. Bisa juga berbentuk perjanjian pembiayaan antara bank dengan nasabah, dimana bank menyediakan dananya untuk sebuah investasi atau pembelian barang modal dan usaha nasabahnya yangselanjutnya proses pembayarannya dilakukan secara mencicil atau angsuran.
- e. Pembiayaan *Ijarah* (*Sewa Barang/Operational Lease*), yaitu akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpadiikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri
- f. Pembiayaan *Qordhul Hasan* (*Kebajikan/Benevolent Loan*), yaitu suatu pinjaman lunak yang diberikan atas dasar kewajiban sosial semata dimana si peminjam tidak dituntut untuk mengembalikan apapun kecuali modal pinjaman dan biaya administrasi.

- g. Pembiayaan *Musaqah (Plantation Management Fee based on Certain Portion of Yield)*, yaitu suatu akad atau perjanjian jika pemilik menyerahkan pemeliharaan tanamannya kepada pihak penggarap, dengan hasil perjanjian hasilnya menjadi milik kedua belah pihak menurut akad perjanjian yang mereka buat.
- h. Pembiayaan *Muzaara'ah (Harvest- Yield Profit Sharing)*, yaitu kerjasama pengolahan pertanian antara pemilik lahan dan penggarap, dimana pemilik lahan memberikan lahan pertanian kepada si penggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan tertentu dari hasil panen.
- i. Pembiayaan *Mukhabarah*, yaitu kerjasama antara pemilik tanah atau kebun dan penggarap dengan perjanjian bagi hasil, sedangkan benihnya dari pemilik tanah atau kebun.
- j. Pembiayaan *Bai'u al-salam (In Front Payment Sale)*, yaitu pembelian yang diserahkan kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di muka, atau pembelian barang dengan pembayaran uang muka sedang sisapembayarannya dilakukan pada saat penyerahan barang.
- k. Pembiayaan *Bai al-Istisna (Purchase By Order Or Manufacture)*, yaitu kontrak penjualan antara pembeli dan pembuat barang. Mekanismenya pembuat barang menerima pesanan dari pembeli. Pembuat barang lalu berusaha melakukan

pesanan kepada orang lain untuk membuat atau membeli barang sesuai spesifikasi yang telah disepakati dan menjualnya kepada pembeli akhir.

Sedangkan Menurut Adiwarmarman Karim²⁵, pembiayaan syariah dapat digolongkan menjadi enam pembiayaan yaitu :

1) Pembiayaan modal kerja syariah

Pembiayaan modal kerja syariah adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip syariah. Jangka waktu pembiayaan modal maksimum satu tahun dan dapat diperpanjang sesuai kebutuhan.

2) Pembiayaan investasi syariah

Pembiayaan investasi syariah adalah penanaman dana dengan maksud memperoleh imbalan/manfaat/keuntungan dikemudian hari.

3) Pembiayaan konsumtif syariah

Pembiayaan konsumtif syariah adalah jenis pembiayaan yang diberikan untuk tujuan diluar usaha umumnya bersifat perorangan. Pembiayaan sindikasi.

²⁵ Adiwarmarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008) edisi ke; 4 hal. 231

- 4) Pembiayaan sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk obyek pembiayaan tertentu.
- 5) Pembiayaan berdasarkan take over Pembiayaan berdasarkan take over adalah membantu masyarakat untuk mengalihkan transaksi nonsyariah yang telah berjalan menjadi transaksi yang sesuai dengan syariah.
- 6) Pembiayaan letter of credit
Pembiayaan letter of credit adalah pembiayaan yang diberikan dalam rangka memfasilitasi transaksi impor atau ekspor nasabah.

2. Tujuan Pembiayaan

Secara umum tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu: tujuan pembiayaan untuk tingkat makro, dan tujuan pembiayaan untuk tingkat mikro. Secara makro, pembiayaan bertujuan untuk:²⁶

a. Peningkatan ekonomi umat

Masyarakat yang tidak dapat akses secara ekonomi, dengan adanya pembiayaan mereka dapat melakukan akses ekonomi. Dengan demikian dapat meningkatkan taraf ekonominya.

b. Tersedianya dana bagi peningkatan usaha

Untuk pengembangan usaha membutuhkan dana tambahan. Dana tambahan ini dapat diperoleh melakukan aktivitas pembiayaan.

²⁶ Syihabudin Said dan Ma'zumi. *Falsafah dan Perilaku Ekonomi Islam*, hal. 20.

Pihak yang surplus dana menyalurkan kepada pihak minus dana, sehingga dapat tergulirkan.

c. Meningkatkan produktivitas

Adanya pembiayaan memberikan peluang bagi masyarakat usaha mampu meningkatkan daya produksinya. Sebab upaya produksi tidak akan dapat jalan tanpa adanya dana.

d. Membuka lapangan kerja baru

Dengan dibukanya sektor-sektor usaha melalui penambahan dana pembiayaan, maka sektor usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja. Hal ini berarti menambah atau membuka lapangan kerja baru.

e. Terjadi distribusi pendapatan

Masyarakat usaha produktif mampu melakukan aktivitas kerja, berarti mereka akan memperoleh pendapatan dari hasil usahanya. Penghasilan merupakan bagian dari pendapatan masyarakat. Jika ini terjadi maka akan terdistribusi pendapatan. Adapun secara mikro, pembiayaan diberikan dalam rangka untuk:²⁷

a. Upaya memaksimalkan laba

Setiap usaha yang dibuka memiliki tujuan tertinggi, yaitu menghasilkan laba usaha. Setiap pengusaha menginginkan mampu mencapai laba maksimal. Untuk dapat menghasilkan laba maksimal maka mereka perlu dukungan dana yang cukup.

b. Upaya meminimalkan risiko

²⁷ Syihabudin Said dan Ma'zumi. *Falsafah dan Perilaku Ekonomi Islam*, hal. 21.

Usaha yang dilakukan agar mampu menghasilkan laba maksimal, maka pengusaha harus mampu meminimalkan risiko yang mungkin timbul. Risiko kekurangan modal usaha dapat diperoleh melalui tindakan pembiayaan.

c. Pendayagunaan sumber ekonomi

Sumber daya ekonomi dapat dikembangkan dengan melakukan mixing antara sumber daya alam dengan sumber daya manusia serta sumber daya modal. Jika sumber daya alam dan sumber daya manusianya ada, dan sumber daya modal tidak ada. Maka dipastikan diperlukan pembiayaan. Dengan demikian, pembiayaan pada dasarnya dapat meningkatkan daya guna sumber-sumber daya ekonomi.

d. Penyaluran kebutuhan dana

Dalam kehidupan masyarakat ini ada pihak yang memiliki kelebihan sementara ada pihak yang kekurangan. Dalam kaitannya dengan masalah

dana, maka mekanisme pembiayaan dapat menjadi jembatan dalam penyeimbangan dan penyaluran kelebihan dana dari pihak yang kelebihan (surplus) kepada pihak yang kekurangan (minus) dana.

C. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan

tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.²⁸ Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah yaitu pelayanan yang cepat dan efisien, sumber daya manusia yang profesional dan transparan, sikap dan perilaku karyawan yang ramah dan sopan, adanya jaminan keamanan dan nasabah.²⁹

2. Pelayanan dalam Pandangan Islam

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:

- a. Jujur, yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat dan tidak pernah ingkar janji.
- b. Bertanggung jawab dan terpercaya (Al-Amanah) yaitu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- c. Tidak menipu (Al-Kadzib) yaitu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.
- d. Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.

²⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hal. 83

²⁹ Kasmir, *Etika Customer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2005), hal. 15

- e. Melayani dengan rendah hati (Khidmah) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.
- f. Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat, sehingga jika datang waktu shalat, wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

3. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Dalam praktiknya pelayanan yang baik memiliki ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan. Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik, yang harus diikuti oleh karyawan dalam melayani pelanggan atau nasabah:

a. Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari karyawan yang melayani. Karyawan yang bertugas harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat dan cekatan.

b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Pada dasarnya nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah satu hal yang sangat penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut.

c. Bertanggungjawab kepada nasabah

Bertanggungjawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu yang normal. Pelayanan untuk setiap transaksi sudah memiliki standar waktu tersendiri.

e. Mampu berkomunikasi

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Mampu berkomunikasi juga akan membuat permasalahan menjadi jelas sehingga tidak timbul salah paham.

f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya karyawan harus menjaga kerahasiaan nasabah yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah. Pada dasarnya menjaga rahasia nasabah sama artinya dengan menjaga rahasia perusahaan. Karena menjaga rahasia nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada perusahaan.

g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, karyawan perlu belajar mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja. Kemampuan dalam bekerja akan mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan.

h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karyawan yang lamban akan membuat nasabah lari.

i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah lama, perlu

dijaga kepercayaannya agar nasabah tersebut tidak meninggalkan perusahaan dan selalu setia dengan perusahaan.³⁰

4. Dimensi Kulaitas Pelayanan

suatu model dimensi kualitas jasa yang ideal harus memiliki beberapa syarat, antara lain:

- a. Dimensi harus bersifat satuan yang komprehensif, artinya dapat menjelaskan karakteristik secara menyeluruh mengenai persepsi terhadap kaulitas karena adanya perbedaan dari masing- masing dimensi yang diusulkan.
- b. Model juga harus bersifat universal, artinya masing- masing dimensi harus bersifat umum dan valid untuk berbagai spektrum bidang jasa.
- c. Masing- masing dimensi dalam model yang diajukan haruslah bersifat bebas.
- d. Sebaiknya jumlah dimensi dibatasi (*limited*).³¹

Berkaitan dengan kualitas pelayanan. Fitzsimmons mengutarakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu yang kompleks, sehingga untuk menentukan sejauh mana kualitas dari pelayanan tersebut, dapat dilihat dari lima dimensi, yaitu:

- a. *Assurance* (Jaminan)
- b. *Reliability* (Keandalan)

³⁰ Kasmir, *Etika Customer...*, hal 33-34

³¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: A NDI, 1998) hal 50

- c. *Tangibles* (Bukti fisik)
- d. *Empathy* (Empati)
- e. *Responsiveness* (Daya Tanggap)³²

Assurance (jaminan) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Dalam Islam memberikan pelayanan harus bersikap lemah lembut, menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada nasabah supaya nasabah terhindar dari rasa takut, tidak percaya dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

Reliability (keandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

Tangibles (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan, bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan, teknologi serta penampilan pegawainya). Dalam Islam pelayanan yang berupa

³² Riduan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2006) hal 249

bangunan hendaknya sederhana dan tidak terlalu menampilkan sesuatu yang megah.

Empathy (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya untuk memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan - kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Responsibility (daya tanggap) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat pada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan nasabah menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Islam menganjurkan untuk bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tanggap sehingga tidak menyia-nyaiakan amanat yang menjadi tanggungjawabnya.³³

D. Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Dalam keagamaan kontemporer dijelaskan bahwa agama ternyata bukan lagi seperti orang dahulu memahaminya, yakni hanya semata-mata terkait dengan persoalan ketuhanan atau keimanan saja.

³³ Nursya Bani Purnama, *Manajemen Kualitas...*, hal 22 - 23

Keberagamaan (*religiusitas*) diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas beragama tidak hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (ibadah), tetapi apresiasi terhadap ajaran agama tersebut juga telah diaplikasikan dalam kegiatan duniawi atau kemasyarakatan termasuk perbankan. Religiusitas adalah peraturan yang mengatur keadaan manusia maupun mengenai sesuatu yang ghaib, mengenai budi pekerti dan pergaulan hidup bersama.³⁴

Religiusitas berasal dari bahasa latin *relegare* yang berarti mengikat secara erat atau ikatan kebersamaan. Religiusitas adalah sebuah ekspresi spiritual seseorang yang berkaitan dengan sistem keyakinan, nilai, hukum yang berlaku dan ritual. Religius merupakan aspek yang telah dihayati oleh individu didalam hati, getaran hati nurani dan sikap personal.³⁵ Definisi lain mengatakan bahwa religiusitas adalah tingkah laku manusia yang sepenuhnya dibentuk oleh kepercayaan kepada keghaiban atau alam ghaib yaitu kenyataan-kenyataan *supra-empiris*.³⁶ Manusia melakukan tindakan empiris sebagai mana layaknya tetapi manusia yang memiliki religiusitas meletakkan harga dan makna tindakan empirisnya dibawah supra-empiris. Religiusitas seseorang terwujud dalam berbagai bentuk dan dimensi yaitu:

³⁴Faisal Ismail, *Paradigma kebudayaan Islam: Study Kritis dan Refleksi Historis*, (Jogjakarta: Titia Ilahi Press, 1997), hal, 28.

³⁵Mangun Wijaya Y. B., *Menumbuhkan Sikap Religiusitas Anak....*, hal. 112.

³⁶Majid R, *Islam Kemoderenan dan Ke-Indonesiaan*, (Bandung: Mizan Pustaka, 1997), hal, 47.

1. Seseorang boleh jadi menempuh religiusitas dalam bentuk penerimaan ajaran-ajaran agama yang bersangkutan tanpa perlu merasa bergabung dengan kelompok atau organisasi penganut agama tersebut.
2. Pada aspek tujuan, religiusitas yang dimiliki seseorang baik berupa pengamatan ajaran-ajaran maupun penggabungan diri ke dalam kelompok keagamaan adalah semata-mata karena kegunaan atau manfaat intrinsik itu, melainkan kegunaan manfaat yang justru tujuannya lebih bersifat ekstrinsik yang akhirnya dapat ditarik kesimpulan ada empat aspek religius yaitu aspek instrinsik dan aspek ekstrinsik, serta sosial intrinsik dan sosial ekstrinsik.

Sedangkan Glock dan Stark berpendapat bahwa religiusitas terdiri dari 5 dimensi yaitu:

1. Dimensi idiologi yaitu tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang domatik dalam agamanya.
2. Dimensi ritual yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya.
3. Dimensi pengalaman yaitu perasaan atau pengalaman keagamaan yang pernah dialami atau dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa atau merasa doa-doanya akan dikabulkan oleh Tuhan.
4. Dimensi konsekuensi yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotifasi oleh ajaran agamanya didalam

kehidupan sosial. Misalnya apakah dia mengunjungi tetangganya yang sedang sakit, menolong orang yang kesulitan dan mendermakan hartanya.

5. Dimensi intelektual yaitu seberapa jauh pengetahuan seseorang tentang ajaran agamanya, terutama yang ada dalam kitab suci.³⁷

Aspek religiusitas menurut kementerian dan lingkungan hidup RI 1987, religiusitas (agama Islam) terdiri dari 5 aspek, yaitu:³⁸

1. Aspek iman menyangkut keyakinan dan hubungan manusia dengan Tuhan, malaikat, para nabi dan sebagainya.
2. Aspek Islam menyangkut frekuensi, intensitas pelaksanaan ibadah yang telah ditetapkan, misalnya shalat, puasa dan zakat.
3. Aspek ihsan menyangkut pengalaman dan perasaan tentang kehadiran Tuhan, takut melanggar larangan dan lain-lain.
4. Aspek ilmu yang menyangkut pengetahuan seseorang tentang ajaranajaran agama.
5. Aspek amal menyangkut tingkah laku dalam kehidupan bermasyarakat, misalnya menolong orang lain, membela orang lemah, bekerja dan sebagainya.

Sedangkan menurut Thouless dalam skripsi Andriani faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas menjadi empat macam, yaitu:³⁹

³⁷Djamaludin Ancok, Fuad Nashori, *Pshikologi Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994), hal, 79.

³⁸Carolin C., *Hubungan Antara Religiusitas Dengan Tingkat Penalaran Moral Pada Pelajar Madrasah Mu'allimat Muhammadiyah Yogyakarta*, (Yogyakarta: Fakultas Psikology UGM 1999), hal. 20.

1. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial. Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi social, tekanan dari lingkungan social untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.
2. Faktor pengalaman. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.
3. Faktor kehidupan. Faktor yang ada dalam kebutuhan secara garis besar terdapat empat yaitu: a) kebutuhan akan keamanan atau keselamatan, b) kebutuhan akan cinta kasih, c) kebutuhan untuk memperoleh harga diri, d) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.
4. Faktor intelektual. Faktor ini berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Kualitas penerapan nilai-nilai Islam di didalam Lembaga Keuangan Syariah saat ini dapat dinilai masih belum sempurna. Kendala terbesar Lembaga Keuangan Syariah untuk mengatasi hal tersebut yang harus segera dicari solusinya adalah kendala di bidang sumber daya manusia. Pengembangan sumber daya manusia di bidang tersebut sangat diperlukan, karena keberhasilan pengembangan Lembaga Keuangan Syariah pada level mikro sangat ditentukan oleh

³⁹Ayu Andriani, *Pengaruh Persepsi dan Reliugisitas Santri Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri)*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015), hlm 23-24.

kualitas manajemen dan tingkat pengetahuan serta keterampilan dalam pengelolaannya.

Religiusitas karyawan yang ada di *Baitul Maal Wat Tamwilil* (BMT) UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar haruslah kuat, mengingat BMT merupakan lembaga keuangan yang berbasis syariah. Dengan kondisi karyawan yang sudah bekerja cukup lama dan terdidik di BMT tersebut, untuk itu religiusitas segera dipertahankan, dan ditingkatkan. Mengingat produk yang dijual di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar merupakan produk jasa yang berlandaskan prinsip syariah Islam. Karyawan dengan pengetahuan dan keimanan yang kuat sangatlah diharapkan karena jasa keuangan yang ditawarkan dari kedua BMT tersebut haruslah bisa diterima oleh semua kalangan, dan dapat sesuai dengan prinsip bermuamalah yang benar.

E. Minat

1. Pengertian Minat

Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa di dalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha (untuk: mendekati / mengetahui memiliki / menguasai / berhubungan) dari

subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek.⁴⁰

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap suatu dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, persamaan mampu, kepribadian), dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat. Faktor lingkungan justru mempunyai pengaruh lebih besar terhadap timbul dan berkembangnya minat seseorang. Manakah dari ketiga macam lingkungan itu yang lebih berpengaruh, ini sangat sulit untuk menentukannya karena ada minat seseorang timbul dan berkembangnya lebih dipengaruhi oleh faktor keluarga, tetapi ada juga yang oleh lingkungan sekolah atau masyarakat atau sebaliknya. Disamping itu juga karena objek dari minat itu sendiri sangat banyak sekali macamnya.⁴¹

Menurut Crow dan Grow (Ro'uf, 2011:31) berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- 1) Dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.

⁴⁰ Abdul Rahman Shaleh & Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Pengantar*, (Jakarta: Kencana 2004), hal. 262

⁴¹ *Ibid.*.....hal.263

- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
 - 3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.
3. Macam-macam minat

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, minat dapat dibagi menjadi tiga macam:⁴²

- 1) Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural.
 - a) Minat primitif adalah minat yang timbul dari kebutuhan - kebutuhan jasmani seperti makan dan minum.
 - b) Minat kultural adalah minat yang berasal dari perbuatan belajar yang lebih tinggi tarafnya. Orang yang benar- benar terdidik ditandai dengan adanya minat yang benar- benar luas terhadap hal - hal yang bernilai.
- 2) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan minat ekstrinsik.
 - a) Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli.
 - b) Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

⁴² Abdul Rach man Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Prespek tif Islam*, (Ja karta : Prenada Media, 2004) hal 263

- 3) Berdasarkan cara pengungkapannya, minat dapat dibedakan menjadi empat, yaitu:
- a) Expressed interest, yaitu minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk kenyataan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya.
 - b) Manifest interest, yaitu minat yang diungkapkan dengan cara melakukan pengamatan langsung.
 - c) Tested interest, yaitu minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif.
 - d) Inventoried interest, yaitu minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat- alat yang sudah disajikan, berisi pernyataan - pernyataan yang disenangi atau tidak.

F. Anggota

Sebagai sebuah perkumpulan, koperasi tidak akan terbentuk tanpa adanya anggota sebagai tulang punggungnya. Koperasi merupakan kumpulan orang, sehingga jumlah anggota sangat menentukan besarnya modal yang dimiliki. Semakin banyak anggota, semakin kuat kedudukan koperasi sebagai badan usaha, baik ditinjau dari segi organisasi dan segi ekonomisnya. Sebab badan usaha koperasi dikelola dan dibiayai oleh para anggota. Bertambahnya anggota berarti bertambahnya pemasukan modal yang bersumber dari simpanan-simpanan para anggota.

Sesuai pasal 17 ayat (1) UURI No.25/1992 dinyatakan bahwa anggota koperasi adalah pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi. Sebagai pemilik dan pengguna jasa koperasi, anggota berpartisipasi aktif dalam kegiatan koperasi. Koperasi juga dapat memberikan pelayanan kepada bukan anggota sesuai dengan kegiatan usahanya, dengan maksud untuk menarik yang bukan anggota menjadi anggota koperasi.⁴³ Jadi, anggota merupakan faktor penentu keberlangsungan koperasi, oleh karena itu penting bagi anggota untuk mengembangkan dan memelihara kebersamaan antar anggota koperasi.

G. Baitul Maal Wattamwil (BMT)

1. Pengertian Baitul Maal Wattamil (BMT)

Baitul Maal Wattamil (BMT) terdiri dari dua istilah yaitu baitul maal dan baitut tamwil. Baitul mal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non-profit, seperti: zakat, infaq dan shodaqoh. Sedangkan baitut tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.

Secara kelembagaan BMT didampingi atau didukung Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK). PINBUK sebagai lembaga primer karena mengemban misi yang lebih luas, yakni menetaskan usaha kecil.

⁴³ Muhammad Firdaus, *Perkoperasian: Sejarah, Teori, dan Praktek* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002).hal.55

Dalam prakteknya, PINBUK menetaskan BMT, dan pada gilirannya BMT menetaskan usaha kecil. Keberadaan BMT itu berada, dengan jalan ini BMT mampu mengkomodir kepentingan ekonomi masyarakat. Peran umum BMT yang dilakukan adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat.⁴⁴ Sebagai lembaga keuangan syariah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil yang serba cukup ilmu pengetahuan ataupun materi maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat.

2. Sejarah Berdirinya BMT

Setelah berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) timbul peluang untuk mendirikan bank-bank yang berprinsip syariah. Operasionalisasi BMI kurang menjangkau usaha masyarakat kecil dan menengah, maka muncul usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro, seperti BPR syariah dan BMT yang bertujuan untuk mengatasi hambatan operasionalisasi di daerah.

Di samping itu di tengah-tengah kehidupan masyarakat yang hidup serba berkecukupan muncul kekhawatiran akan timbulnya pengikisan akidah. Pengikisan akidah ini bukan hanya dipengaruhi dari aspek syiar Islam tetapi juga dipengaruhi oleh lemahnya ekonomi masyarakat. Sebagaimana diriwayatkan dari Rasulullah saw, “kefakiran itu

⁴⁴Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah (Deskripsi dan Ilustrasi)*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hal., 96

mendekati kekufuran”. Maka keberadaan BMT diharapkan mampu mengatasi hambatan operasionalisasi di daerah.⁴⁵

Di lain pihak, beberapa masyarakat harus menghadapi rentenir atau lintah darat. Maraknya rentenir di tengah-tengah masyarakat mengakibatkan masyarakat semakin terjerumus pada masalah ekonomi yang tidak menentu. Besarnya pengaruh rentenir terhadap perekonomian masyarakat tidak lain karena tidak adanya unsur-unsur yang cukup akomodatif dalam menyelesaikan masalah yang masyarakat hadapi. Oleh karena itu, BMT diharapkan mampu berperan lebih aktif dalam memperbaiki kondisi ini.

Dengan keadaan tersebut keberadaan BMT setidaknya mempunyai beberapa peran:

- a) Menjauhkan masyarakat dari praktek ekonomi non-syariah. Aktif melakukan sosialisasi di tengah masyarakat tentang arti penting sistem ekonomi Islam. Hal ini bisa dilakukan dengan pelatihan-pelatihan mengenai cara-cara bertransaksi yang Islami, misalnya supaya ada bukti dalam transaksi, dilarang curang dalam menimbang barang, jujur terhadap konsumen dan sebagainya.
- b) Melakukan pembinaan dan pendanaan usaha kecil. BMT harus bersikap aktif menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan mikro, misalnya dengan jalan pendampingan, pembinaan,

⁴⁵ *Ibid.*, hal.97

penyuluhan dan pengawasan terhadap usaha-usaha nasabah atau masyarakat umum.

- c) Melepaskan ketergantungan pada rentenir, masyarakat yang masih tergantung rentenir disebabkan rentenir mampu memenuhi keinginan masyarakat dalam memenuhi dana dengan segera. Maka BMT harus mampu melayani masyarakat lebih baik, misalnya selalu tersedianya dana setiap saat, berkreasi yang sederhana dan lain sebagainya.⁴⁶
- d) Menjaga keadilan ekonomi masyarakat dengan distribusi yang merata. Fungsi BMT langsung berhadapan dengan masyarakat yang kompleks dituntut harus pandai bersikap oleh karena itu langkah-langkah untuk melakukan evaluasi dalam rangka pemetaan skala prioritas yang harus diperhatikan, misalnya dalam masalah pembiayaan, BMT harus memperhatikan kelayakan nasabah dalam hal golongan nasabah dan jenis pembiayaan.

3. Fungsi BMT

- a) Fungsi *wilmasnabi*, yaitu fungsi baituttamwil dalam pemasaran mencari dan menganalisa proyek pembiayaan pengusaha kecil.
- b) Fungsi *siwilmasadi*, yaitu fungsi BMT dalam pemasaran mengadministrasikan.
- c) Fungsi *wilopdana*, yaitu fungsi menerima dan mengendalikan dana.
- d) Fungsi *wiloptan*, membukukan secara cermat.

⁴⁶ *Ibid....*, hal. 98

- e) Fungsi *wilopnasbah*, mencari nasabah.
- f) Fungsi *maldana*, mencari dan memasukkan dana titipan ZIS.
- g) Fungsi *malkutan*, proses akuntansi pemanfaatan dana ZIS.
- h) Fungsi *baitkor*, kepemimpinan, koordinasi dan pengawasan internal.
- i) Fungsi *baitbaga*, pengembangan kelembagaan.⁴⁷

4. Tujuan, Asas dan Landasan BMT

Didirikannya BMT bertujuan untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Anggota harus diberdayakan supaya dapat mandiri. Dengan menjadi anggota, masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup melalui peningkatan usahanya.

BMT berasaskan Pancasila dan UUD 1945 serta berlandaskan prinsip syariah islam, keimanan, keterpaduan, kekeluargaan/koperasi, kebersamaan, kemandirian, dan profesionalisme. Dengan demikian keberadaan BMT menjadi organisasi yang syah dan legal. Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip – prinsip syariah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan untuk tumbuh dan berkembang. Keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan untuk mencapai sukses di dunia dan akhirat juga antara maal dan tamwil (sosial dan bisnis). Kekeluargaan dan kebersamaan sebagai upaya untuk mencapai sukses. Kemandirian berarti BMT tidak

⁴⁷ Pinbuk, *Modul Pelatihan Calon Pengelola Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Baitul Maal wat Tamwil (BMT)*, 2010, hal., 32

bergantung pada pemerintah, tetapi harus berkembang dari partisipasi anggota dan masyarakat.⁴⁸

H. Penelitian Terdahulu

1. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Atik Masruroh yang berjudul Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah (Studi Kasus STAIN Salatiga), Metode yang digunakan dalam penulisan ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini yang membedakan yaitu membahas mengenai produk yang di gunakan, produk yang saya bahas yaitu mengenai pembiayaan. Sementara persamaan dengan penulisan ini yaitu tentang religiusitas.⁴⁹
2. Penelitian yang dilakukan oleh Kayisul Aroiyah, 2012, tentang Analisis Sistem Pembiayaan dan Tabungan Yang Dipraktekkan Pada Lembaga Keuangan Syariah Non Bank. Metode yang digunakan dalam penulisan ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini yang membedakan yaitu membahas mengenai Metode yang digunakan dalam penulisan ini yaitu metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini yang membedakan yaitu membahas mengena pendekatan yang digunakan yaitu pelayanan

⁴⁸ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil* (Yogyakarta: UII Press, 2004).hal. 128

⁴⁹ Atik Masruroh, *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Desposble Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa STAIN Salatiga)*, Saalatiga: STAIN Salatiga, 2015

dan religiusitas. Sementara persamaan dengan penulisan ini yaitu produk, yaitu produk pembiayaan.⁵⁰

3. Lestari dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan, dan layanan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah, dengan metode penelitian kualitatif yang menyimpulkan bahwa ada pengaruh produk bank terhadap preferensi utama menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang pada perbankan syariah karena adanya produk yang inovatif.⁵¹ Perbedaan penelitian ini dengan peneliti terletak pada variabelnya yaitu, produk bank, kepercayaan, pengetahuan, dan preferensi menabung. Sementara persamaan dari penelitian ini terletak pada pendekatannya yaitu pelayanan dan religiusitas.

⁵⁰ Kayisul Aroiyah, *Analisis Sistem Pembiayaan dan Tabungan Yang Dipraktikkan Pada Lembaga Keuangan Syariah Non Bank*, diakses pada (<http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/136/jtptiain--kayisularo-6774-1-kayisul-.pdf>)

⁵¹ Ifi Mulikhah Lestari, *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Layanan terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah*, Jurnal Ilmiah (Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, 2015) hal 17