

**HUBUNGAN PELAYANAN BMT DAN KEPUASAN NASABAH DENGAN
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH BAITUL MAL WA TAMWIL
AL USWAH KOTA BANJAR**

Oleh
HERDA PRATAMA

ABSTRAK

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan baik perusahaan barang maupun perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen tergantung pada perilaku konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah ada hubungan antara pelayanan BMT dan kepuasan nasabah dengan peningkatan jumlah nasabah BMT Al Uswah Banjar.

Metode dalam penelitian ini menggunakan rancangan korelasi dengan pendekatan *cross sectional*. Populasi dalam penelitian ini ada 1600 orang, teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* sehingga jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 94 orang.

Hasil analisa data dengan analisa univariat menggunakan rumus distribusi frekuensi menunjukkan bahwa secara keseluruhan pelayanan BMT Al Uswah Banjar termasuk kategori cukup (73%), dimana tampilan sudah baik dilakukan (80%), kehandalan termasuk cukup (75%), ketanggapan termasuk cukup (67%), keyakinan termasuk cukup (60%), dan empati termasuk baik (80%). Sedangkan untuk kepuasan, 51,1% nasabah menyatakan puas. Hasil analisa data dengan analisa bivariat diperoleh jawaban bahwa ada hubungan yang signifikan antara antara pelayanan BMT dan kepuasan nasabah dengan peningkatan jumlah nasabah BMT Al Uswah Banjar, dimana hasil analisa data nilai *p-value* $0,013 < \alpha 0,05$.

Saran bagi Manajemen BMT Al Uswah Banjar hendaknya mempertahankan kelima unsur pelayanan pengelola BMT yang sudah dilaksanakan sehingga kepuasan nasabah tentang akad Mudharabah bisa tercapai dan pelayanan pengelola BMT Al Uswah memberikan kualitas yang baik. Selanjutnya Manajemen BMT Al Uswah Banjar harus cepat menanggapi dan memperbaiki pelaksanaan pelayanan akad Mudharabah, terutama pada unsur *tangibles* dan *responsiveness* sehingga nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh BMT Al Uswah Banjar.

Kata kunci : Pelayanan BMT, Kepuasan Nasabah

Latar Belakang

Dunia kini menghadapi era baru yang ditandai dengan kecenderungan globalisasi dunia sebagai akibat dari semakin banyaknya negara yang melaksanakan liberalisasi / reformasi

ekonomi. Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang menawarkan produk dan jasa yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka konsumen memiliki kekuatan tawar menawar yang

besar. Hal ini menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan baik perusahaan barang maupun perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*). Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasaran, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen tergantung pada perilaku konsumennya. Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya.

Tampilnya Al Uswah dalam pentas Sejarah Islam Indonesia awal abad 20 telah memberikan corak dan warna baru dalam gerakan pembaharuan pemikiran Islam. Diantara beberapa keputusan Sidang Dewan Hisbah yang dilaksanakan pada hari Sabtu dan Ahad 5-6 Oktober 1991 di Bandung memutuskan dan menetapkan tentang pengertian riba, diantaranya :

1. Riba adalah kelebihan atau tambahan pembayaran baik sedikit maupun banyak dari jumlah pinjaman atau simpanan yang diambil dari peminjam oleh yang meminjamkan.
2. Bunga yang berlaku umum sekarang adalah Riba.
3. Hukum Riba baik sedikit maupun banyak. Konsumtif maupun produktif adalah Haram.

Jalan keluar dari sistem Riba bisa ditempuh dengan cara-cara : Wadi'ah,

Mudharabah, Murabahah, Musyarakah dan Qard Hasan

Masalah

Persatuan Islam (Al Uswah) mendirikan sebuah BMT untuk membantu perekonomian pengusaha kecil menengah, ditengah maraknya bank-bank muamalah yang berlandaskan kepada syar'i. BMT Al Uswah berhasil menarik minat para pengusaha kecil dan menengah untuk menanamkan modal atau melakukan simpan pinjam di BMT tersebut, yang pelaksanaannya menggunakan sistem mudharabah

Tujuan

1. Mengetahui pelaksanaan pelayanan Baitul Mal Wa Tamwil Persatuan Islam Banjar dalam memenuhi kebutuhan nasabah.
2. Mengetahui kepuasan nasabah Baitul Mal Wa Tamwil Persatuan Islam Banjar
3. Mengetahui perkembangan jumlah nasabah BMT Al Uswah Banjar
4. Mengetahui hubungan antara kepuasan nasabah dan pelayanan BMT Persatuan Islam Banjar.

Kepustakaan

Konsep kualitas seringkali dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan kualitas yang telah ditetapkan.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.”

Hasil Penelitian

BMT merupakan kependekan dari *Baitul Mal wa Tamwil* atau dapat juga

ditulis dengan *baitul maal wa Baitul tanwil*. Secara *harfiah/ lughowi* baitul maal berarti rumah dana dan baitul tamwil berarti rumah usaha. Baitul Maal dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam. dimana baitul maal berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan 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 tamwil. Sebagai lembaga sosial, baitul maal memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan Lembaga Amil Zakat (LAZ), oleh karenanya, baitul maal ini harus didorong agar mampu berperan secara profesional 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 pencyarufan 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 usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkannya kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Namun demikian, terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank. Karena BMT bukan bank, maka ia tidak tunduk pada aturan perbankan.

Persyaratan dalam akad mudhorobah dapat merujuk kepada pihak yang melakukan akad seperti pemodal

dan pengusaha, modal yang disetor dan keuntungan yang akan diraih. Adapun syarat utama bagi pemodal dan mudhorib (Aqidaan) adalah keduanya harus memiliki kemampuan untuk diwakili dan mewakilkan. Hal ini dikarenakan sang mudhorib mengelola modal orang lain dan ini mengandung makna perwakilan. Tidak disyaratkan mudhorobah harus dilakukan oleh seorang Muslim, ia dapat diusahakan oleh orang-orang non-Islam.

Persyaratan yang berkaitan dengan modal yang disetor antara lain, yang pertama adalah bahwa modal itu harus berupa mata uang yang berlaku di pasaran. Tidak diperbolehkan modal yang disetor itu dalam bentuk barang baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak. Ini dimaksudkan agar nilai modal yang disetor itu mudah ditentukan. Seandainya modal itu berupa barang, maka kemungkinannya sulit menentukan nilai yang paling tepat dan berakibat pada ghoror yang mungkin akan menjadi faktor pemicu persengketaan di kemudian hari. Kedua, modal yang disetor harus diketahui ukurannya. Jika tidak diketahui ukurannya akan menimbulkan ketidakjelasan dalam pembagian keuntungan. Ketiga, modal yang disetor harus berbentuk uang yang dihadirkan ketika usaha mudhorobah dilaksanakan dan bukan berupa utang atau harta lain yang tidak dapat dihadirkan. Keempat, modal yang disetor harus diserahkan kepada sang mudhorib. Bilamana tidak terjadi penyerahan modal kepadanya maka tidak ada makna bagi mudhorobah karena tidak mungkin diimplementasikan secara nyata.

Persyaratan yang berkaitan dengan keuntungan antara lain, pertama, keuntungan harus dapat diketahui ukurannya. Masing-masing pihak harus mendapatkan penjelasan yang benar, terang dan memadai tentang porsi keuntungannya. Tidak dibenarkan porsi keuntungan ini tidak diterangkan kepada mereka. Jika memang dalam akad tersebut tidak dijelaskan masing-masing porsi,

maka bagiannya menjadi 50% dan 50%. Hal ini dikarenakan akad mudhorobah mengandung pengertian pembagian keuntungan 50% dan 50% karena ia merupakan bentuk dari musyarakah yang menghendaki persamaan dalam porsi. Pertanyaan, jika dalam akad mudhorobah disyaratkan bahwa kerugian yang timbul akan ditanggung oleh sang mudhorib bagaimanakah hukumnya? Menurut madzhab Hanafi, persyaratan ini batal tetapi tidak membatalkan hukum mudhorobah yang sedang diimplementasikan. Artinya mudhorobah tetap sah dan tetap dapat dilanjutkan.

Kedua, keuntungan merupakan bagian yang dibagi bersama dengan perbandingan yang tegas seperti 30% : 70% atau 40% : 60% misalnya. Tidak diperbolehkan pembagian keuntungan dengan menyatakan nilai nominal misalnya Rp. 100.000,- bagi si pemodal atau Rp. 80.000,- bagi sang mudhorib karena hal itu belum tentu mencerminkan keuntungan sebenarnya yang diraih. Berapapun keuntungan yang direalisasikan dalam mudhorobah, maka hal itu harus dibagi bersama-sama kepada masing-masing pihak.

Dalam penelitian yang dilakukan di BMT Al Uswah Banjar, ternyata terdapat peranan pelayanan BMT dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Pelayanan merupakan cerminan strategi pemasaran yang mempunyai hubungan yang cukup berarti dengan kepuasan nasabah. Hal ini terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan peranan yang sangat tinggi melalui koefisien determinasi yaitu sebesar 98,01%. dengan demikian kepuasan nasabah akan terwujud dan dipengaruhi oleh adanya upaya pengelola BMT yang diteliti dan sisanya dari faktor lain.

Berdasarkan peranan yang diberikan oleh variable pelayanan pengelola BMT sebesar 98,01% maka variabel ini perlu mendapat perhatian khususnya dari pihak manajemen. Suatu

usaha jasa merupakan suatu usaha bisnis yang sangat mengutamakan kepuasan yang dapat menarik perhatian konsumen agar mereka tertarik untuk mengunjungi perusahaan, serta mencoba untuk mengkonsumsi jasa yang dihasilkan perusahaan sehingga bersedia melakukan pembelian, maka hal-hal terkait yang berkaitan dengan kegiatan yang dilaksanakan konsumen dalam kebiasaan yang dilakukan pada saat bertransaksi haruslah diperhatikan.

Dari semua variabel X yaitu X_1 (Reliability), X_2 (Responsiveness), X_3 (Assurance), X_4 (Empathy), X_5 (Tangible), Yang sangat berperan dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah X_2 , sedangkan yang paling kecil peranannya dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah X_3 .

Dengan memberikan perhatian terhadap kualitas pelayanan manajemen dapat mengetahui kegiatan-kegiatan yang dianggap penting oleh nasabah pada saat mereka bertransaksi. Selain itu upaya tersebut juga dapat membantu BMT dalam melakukan peningkatan pelaksanaan pelayanan yang akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Jadi kunci keberhasilan suatu usaha jasa adalah satu formulasi dari kualitas pelayanan yang tepat yang dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan nasabah sehingga mereka akan merasa sangat puas.

Perusahaan yang tanggap melakukan pengukuran langsung kepuasan pelanggan dengan melakukan survei. Mereka mengirim kuesioner atau menelepon ke sampel pelanggan terbaru untuk mengetahui bagaimana perasaan mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan. Mereka juga mensurvei pandangan pembeli atas kinerja pesaing kemudian bertindak berdasarkan hasilnya.

Organisasi berpusat pada pelanggan mempermudah pelanggan untuk menyampaikan saran atau keluhan. Ada berbagai cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mendapatkan saran atau

keluhan dari pelanggannya, diantaranya : perusahaan bisa menyediakan formulir sehingga pelanggan dapat menyatakan apa yang disukai atau tidak (biasanya ini dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa). Cara lain ialah dengan memasang hot line pelanggan dengan nomor bebas pulsa untuk mempermudah pelanggan untuk meminta keterangan, memberi saran, dan mengeluh (dilakukan oleh perusahaan yang melakukan kegiatan menghasilkan barang). Sistem demikian tidak saja membantu perusahaan untuk bertindak cepat untuk menyelesaikan masalahnya, tetapi juga memberi perusahaan banyak gagasan bagus untuk meningkatkan produk dan jasa.

Kesimpulan dan Saran

1. Hasil pengujian secara parsial yang Pelayanan pengelola BMT Al Uswah dalam akad Mudharabah telah dilaksanakan dengan baik karena memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kepuasan nasabah yaitu 0,992 atau sebesar 98,01%. Sedangkan sisanya 1,99% dipengaruhi oleh variabel lain.
2. Jika melihat hasil penelusuran tanggapan nasabah terhadap pelayanan pengelola BMT Al Uswah Banjar, hampir semua nasabah BMT Al Uswah Banjar menyatakan pelaksanaan pelayanan tersebut sudah baik., namun masih ada yang menyatakan pelaksanaannya masih kurang yaitu pada unsur *tangibles* dan *responsiveness*, hal ini terlihat dari hasil analisis dengan diagram kartesius menurut butir dimensi yaitu :
 - a. Faktor yang terdapat pada kuadran B merupakan faktor yang perlu dipertahankan pelaksanaannya, karena sudah sesuai dengan harapan nasabah yakni unsur *reliability*, *emphaty* dan *assurance*
 - b. Kuadran C merupakan faktor-faktor yang dinilai penting oleh nasabah, akan tetapi nasabah

kurang puas terhadap dimensi ini. Unsur-unsur tersebut adalah unsur *tangibles* dan *responsiveness*

3. Pelayanan pengelola BMT Al Uswah Banjar tentang akad Mudharabah mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap kepuasan nasabahnya. Hal ini terlihat dari t hitung = 179,3 > t tabel = 1,65, artinya H_0 Ditolak yaitu hipotesa yang dikemukakan penulis benar yaitu terdapat hubungan antara kepuasan nasabah dan BMT Al Uswah Banjar dengan pelaksanaan Mudharabah.

B. Saran

1. Manajemen BMT Al Uswah Banjar hendaknya mempertahankan kelima unsur pelayanan pengelola BMT yang sudah dilaksanakan sehingga kepuasan nasabah tentang akad Mudharabah bisa tercapai dan pelayanan pengelola BMT Al Uswah memberikan kualitas yang baik. Manajemen BMT Al Uswah Banjar harus cepat menanggapi dan memperbaiki pelaksanaan pelayanan akad Mudharabah, terutama pada unsur *tangibles* dan *responsiveness* sehingga nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh BMT Al Uswah Banjar

Daftar Pustaka

- Al -Qur'an Dan Terjemah, Departemen Agama RI, Jakarta, 1985.
- A. Djajuli, *Fiqh Siyasah, Implementasi Kemaslahatan Ummat dalam Rambu-rambu Syari'ah*, Bandung : Prenada Media, 2003
- Asrof Muhammad Dawabah, *al-Bunuk al-Islamiyah baina an-Nadzoriyah wa at-Tatbiq*. Kairo: Dar as-Salam, 2004.
- A. Zakaria, *Terjemah al-Hidayah, Pembahasan Perbedaan perbedaan Pendapat dalam Fiqih beserta Pemecahannya*, Garut:

- Pesantren Persatuan Islam Rancabango Tarogong
- Dadan Wildan Anas, *Sejarah Perjuangan Al Uswah 1923 – 1983*, Bandung, Gema Syahida, 1995
- Dede Rosyada, *Metode Kajian Hukum Dewan Hisbah Al Uswah*, Jakarta, Logos Wacana Ilmu, 1999.
- Fuad Moh. Fachruddin, *Riba dalam Bank Koperasi Perseroan dan Asuransi*, al-Ma'arif, Bandung, 1985.
- Hendi Suhendi, *Pengembangan Sistem Ekonomi Islam dalam Mempercepat Ekonomi Nasional dalam Jurnal Syari'ah No. 1 Vol I Tahun 2004* (Bandung: Fakultas Syariah IAIN SGD Bandung, 2004)
- Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta : Ekonosia, 2004
- Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1991.
- Kolter, Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid I & II : Analisis, Perencanaan dan pengendalian*, Terjemahan Bahasa Indonesia. Jakarta : Prenhallindo, 1997
- M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995.
- Muhammad, *Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Press, 2000)
- Muhammad bin Yazid Abu Abdullah al-Qozwein, *Sunan Ibn Majah*, Beirut : Dar al-Fikr. Kitab at-Tijarah bab as-Syirkah wa al-Mudharabah juz 2
- Muhammad Dawwas Qol'ajy, *Mabahits fi al-Iqtisodi al-Islami Min Ushulihi al-Fiqhiyyah*, Beirut : Dar an-Nafaes, 1412 H / 1991 M.
- Muhamad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil (BMT)*, Yogyakarta: UII Press, 2005
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah, dari Teori dan Praktek*, Jakarta : Gema Insani, 2001.
- , *Bank Syari'ah: Suatu Pengenalan Umum*, Jakarta: Bank Indonesia dan Tazkia Institute, 1999
- Mujamma' Khadim al-Haramain asy-Syarifan al-Malik Fahd Li Thiba'at al-Mushaf asy-Syarif, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, Medinah Munawaroah P.O. Box. 3561, 1412 H
- Muslim bin Hijaj Abu Husein al-Qusaery, *Shohih Muslim*, Dar Ihya at-Turats al-Araby, Bairut Juz 3.
- Mukhtar Yahya, Fatchur Rahman, *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islami*, Bandung, al-ma'arif, 1993.
- Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*, Bandung : Sinar Baru Algensido, 2001.
- Perwataatmaja, Karnaen dan Syafe'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Dana Bakti Wakaf, Semarang, 1992.
- Parasuraman, A, Valerie A. Zeithmal, and Leonard L. Berry, *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication For Future Research*, *Journal of Marketing*, 1995 Vol. 49 (Fall)
- PIBUK, *Pedoman Cara Pembentukan BMT Balai Usaha Mandiri Terpadu*, (Jakarta : PINBUK, t.th)
- Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, bag. 12, Bandung : al-Ma'arif 1987.
- Sudjana, *Metoda Statistika*, Bandung: arsitto, 1996.
- Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian, suatu pendekatan praktek*, Jakarta : Rineka cipta, 1998.
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syari'ah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2003.

