

BAB II

KAJIAN PUS TAKA

A. Penelitian Relevan

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti lain yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Adapun penelitian sebelumnya membahas tentang “ Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT Waleri ” oleh Ifa Khairul Janah. Penelitian ini menelusuri atau meneliti tentang bagaimana Kualitas Pelayanan pada BMT Amanah Waleri dan bagaimana loyalitas nasabah BMT amanah waleri. Penelitian menyimpulkan bahwa dalam penelitian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas BMT Amanah Waleri.¹

Penelitian yang dilakukan Edi Rusandi tahun 2004 yang membahas tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Omedata (K20) di PT Omedata Electronics Bandung” penelitian menyimpulkan bahwa penilaian anggota terhadap kualitas pelayanan K20 untuk dimensi *tangible* kategorinya cukup, dimensi *reliability* kategorinya baik sekali, dimensi *responsiveness* kategorinya baik, dimensi *assurance* kategorinya baik sekali, dimensi *emphaty*

¹ Ifa Khairul Janah, *Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT Amanah Waleri*, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2012

kategorinya baik. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota.²

Penelitian yang dilakukan Mohammad Assegaf tahun 2009 yang membahas tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan” penelitian menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga menyebabkan pelanggan terpuaskan.³

Penelitian yang dilakukan Prasetyo Adi tahun 2008 yang membahas tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta” penelitian menyimpulkan bahwa hasil penelitian berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sehingga untuk meningkatkan kepuasan nasabah maka BMT harus meningkatkan kualitas nasabah.⁴

Penelitian yang dilakukan Ayi Aminuddin Rosid tahun 2008 yang membahas tentang “Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” penelitian menyimpulkan bahwa faktor-faktor kualitas pelayanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.⁵

² Edi Rusandi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Karyawan Omedata (K20) di PT Omedata Electronics Bandung*, Megister Manajemen Universitas Widyatama Bandung, 2004

³ Mohammad Assegaf, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda di Semarang)*, dalam skripsi UNISULLA, 2009

⁴ Prasetyo Adi, *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta*, 2008

⁵ Ayi Aminuddin Rosid, *Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008

Sedangkan penelitian yang disajikan oleh penulis pada saat ini adalah Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT Amanah Cabang Kota Kendari. Peneliti menelusuri tentang bagaimana kualitas pelayanan serta loyalitas nasabah pada BMT Amanah cabang kota kendari.

Dari kelima penelitian diatas dapat ditarik masing-masing kesimpulan dari setiap penelitian yang penting untuk penelitian. Persamaan penelitian yaitu sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan, letak perbedaan terdapat pada variabel terikat dan tempat.

B. Landasan Teori

1. Pengertian BMT

BMT Merupakan lembaga keuangan mikro (LKM) yang melakukan prinsip bagi hasil .⁶ Dikemukakan Bahwa :

BMT atau *Baitul Maal Wattamwil* adalah jenis lembaga yang melakukan kegiatan , yaitu Baitul Maal dan Baitul Tamwil . Sebagai baitul maal, BMT menerima titipan zakat, infak dan sedekah, serta menyalurkan (*Tasaruf*) sesuai dengan peraturan dan amanahnya . Sedangkan, sebagai baitul tamwil, BMT mengembangkan usaha- usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan pengusaha kecil bawah dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan ekonomi, dan BMT berfungsi sebagai suatu lembaga keuangan syariah. Lembaga ini berfungsi sebagai lembaga keuangan syariah yang menghimpun dan menyalurkan dana menurut prinsip syariah. Prinsip syariah yang sering digunakan dalam BMT adalah sistem bagi hasil yang adil, baik, dalam hal penghimpunan maupun penyaluran dana.⁷

⁶ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009, h. 447

⁷Hertanto widodo, dkk, *PAS (Pedoman Asuransi Syariah) Panduan Praktis Operasional Baitul Maal Wattamwil (BMT)*, Bandung: Mizan, 2001, h. 20

Berdasarkan pengertian diatas *baitul mal wat-tamwil* adalah lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang sosial dan perbaikan ekonomi ummat. Dari segi sosial, BMT menyalurkan zakat, infak dan sedekah atau *ZIS*, dan dalam perbaikan ekonomi ummat BMT memberikan pelayanan jasa keuangan berupa pembiayaan kepada pengusaha- pengusaha kecil atau mikro.

2. Ciri –ciri Baitul Maal Wattamwil

Menurut Kasmir, BMT mempunyai ciri- ciri utama, yakni :

- a. Orientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling bawah untuk anggota dan lingkungannya.
- b. Bukan lembaga sosial tetapi dimanfaatkan untuk mengefektifkan penggunaan zakat, infaq, dan shadaqoh bagi kesejahteraan umat.
- c. Tumbuh bersama masyarakat berdasarkan peran masyarakat sekitar.
- d. Milik bersama masyarakat kecil dan kebawah dari lingkungan sekitar BMT, bukan milik orang perorangan atau milik orang lain dari luar masyarakat tersebut.
- e. BMT mengadakan perjanjian rutin dan pembinaan secara berkala dan waktu dan tempatnya ditentukan.
- f. Manajemen BMT adalah profesional dan sesuai syariah.
- g. Manager manajemen BMT minimal berpendidikan S1, pengelola dilatih satu kali selama dua pekan oleh PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil).
- h. Administrasi pembukuan dan prosedur ditata dengan sistem manajemen keuangan yang rapi, komputeristik dan ilmiah.
- i. Aktif menjemput bola, beranjangsana dan berprakarsa⁸

Berdasarkan ciri- ciri tersebut, disimpulkan bahwa Baitul Maal wat-Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan berbasis ajaran Islam dengan ciri- ciri memberikan pembiayaan dan jasa- jasa kepada nasabah dengan memprioritaskan masyarakat bawah yang berada

⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2000, h.17

dilingkungan sekitar guna meningkatkan taraf ekonomi dengan menggunakan prinsip bagi hasil.

3. Prinsip – prinsip utama BMT

Adapun prinsip- prinsip utama BMT menurut Kasmir :

- a. Keimanan dan ketakwaan pada Allah SWT. dengan mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dan muammalah Islam kedalam kehidupan nyata.
- b. Keterpaduan (Kaffah) dimana nilai- nilai spritual berfungsi mengarahkan dan menggerakkan etika dan moral yang dinamis, proaktif, progresif, adil, dan berakhlak mulia.
- c. Kekeluargaan (Kooperatif).
- d. Kebersamaan.
- e. Profesionalisme.
- f. Istiqomah : Konsisten, kontinuitas/ berkelanjutan tanpa henti dan tak pernah putus asa. Setelah mencapai suatu tahap, maju ketahap berikutnya, dan hanya kepada Allah tempat berharap.⁹

Berdasarkan prinsip-prinsip tersebut, disimpulkan bahwa BMT Amanah mempunyai prinsip-prinsip keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT dengan mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dan muammalah dalam kehidupan nyata, serta tetap profesional dan istiqomah, dimana tetap konsisten dalam menempuh jalan lurus dan tidak berpaling ke kiri dan ke kanan, dan tidak pernah berputus asa, karena dalam hidup ini, kita pasti sering mendapatkan godaan dan tantangan dalam kehidupan kita sehari-hari.

⁹ Andri Soemitro, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana dalam Alamsyar, 2009, h. 450

4. Prinsip – prinsip Dasar Operasional Baitul Maal Wat- Tamwil

1. Prinsip Bagi Hasil

a. Mudharabah

Mudharabah adalah akad kerjasama antara dua pihak, pihak pertama adalah (*shohibul maal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan mudharabah dibagi menurut kesepakatan dan apabila rugi ditanggung pemilik modal. Selama kerugian tersebut bukan akibat kelalaian si pengelola.

b. Musyarakah

Adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih dan masing- masing pihak mengikut sertakan modal dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan kerugian ditanggung bersama.¹⁰

2. Sistem Jual Beli

Sistem ini merupakan suatu tatacara jual beli yang dilaksanakan dengan cara BMT mengangkat nasabah sebagai agen yang diberi kuasa untuk melakukan pembelian barang atas nama BMT dan kemudian bertindak sebagai penjual dengan menjual barang yang dibelinya tersebut ditambah dengan keuntungan.

¹⁰ M.Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h.95

a. **Bai' Al – Murabahah**, yaitu akad jual beli suatu barang dilaksanakan dengan cara penjual menyebutkan harga jual yang terdiri atas harga pokok barang dan tingkat keuntungan tertentu atas barang , dan harga jual tersebut disetujui oleh pembeli.

b. **Bai' As – Salam**, adalah akad jual beli dengan pesanan dan pembayarannya dilakukan dimuka menurut syarat- syarat tertentu.

c. **Bai' Al- Isthisna** adalah kontrak jual beli barang dengan pesanan, pembeli memesan barang kepada konsumen barang, namun produsen berusaha melalui orang lain untuk membuat atau membeli barang tersebut sesuai spesifikasi yang telah ditetapkan.

d. **Bai' Bitshaman Ajil**, yaitu akad jual beli seperti murabahah tetapi pembayarannya dilakukan dengan mengangsur sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan.

3. **Sistem Non Profit**

Sistem *non profit* adalah sistem pembiayaan yang bersifat sosial dan non komersial, dengan menggunakan akad *Qhardul Hasan*, yaitu nasabah cukup mengembalikan pokok dari pinjaman yang dilakukan dan tidak dibebani tambahan.

5. Produk – produk Akad Transaksi Baitul Maal Wattamwil

1. Produk Pengumpulan Dana (*Funding*)

Merupakan pelayanan jasa simpanan berbentuk terikat dan tidak terikat atas jangka waktu dan syarat- syarat tertentu dalam penyertaan dan penarikannya.

a. Simpanan Wadiah

Adalah perjanjian antara pemilik barang dengan pihak yang akan menyimpan barang dengan tujuan menjaga keselamatan barang itu dari kehilangan. Barang dapat berupa harta, dokumen, surat berharga, dan lain- lain. Barang tersebut harus dikembalikan kapan saja pemilik menghendakinya.

Wadiah terbagi menjadi dua macam, yakni :

- a. *Wadi'iah yad al- amanah*, titipan murni, yaitu pihak yang dititipi tidak boleh memanfaatkan barang yang dititipkan. Sebagai imbalan atas pemeliharaan barang titipan tersebut, dan penerima titipan berhak meminta biaya penitipan.
- b. *Wadi'iah yad al- dhamanah*, titipan yang mengandung pengertian bahwa penerima titipan diperbolehkan memanfaatkan dan berhak mndapat keuntungan dari barang titipan tersebut. Keuntungan yang diperoleh dari pemanfaatan barang titipan itu dapat diberikan sebagian kepada pihak yang menitipkan, dengan syarat tidak diperjanjikan sebelumnya. Namun demikian penerima titipan harus bertanggung jawab atas barang titipan jika terjadi kerusakan atau kehilangan.¹¹

¹¹ Hartanto Widodo, dkk, *PAS (Pedoman Akuntansi Syariah) Panduan Praktis Operasional Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*, Bandung: Mizan, 2001, h.51

b. Simpanan Mudharabah

Adalah simpanan pemilik dana yang penyetorannya dan penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian yang telah disepakati sebelumnya, adapun jenis simpanan mudharabah adalah sebagai berikut:

a. Simpanan Umum/ biasa.

Merupakan tabungan umum yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat sesuai kebutuhan anggota.

b. Simpanan Pendidikan.

Simpanan umum berjangka yang diperuntukkan bagi lembaga pendidikan guna menghimpun dana tabungan siswa.

c. Simpanan Walimah.

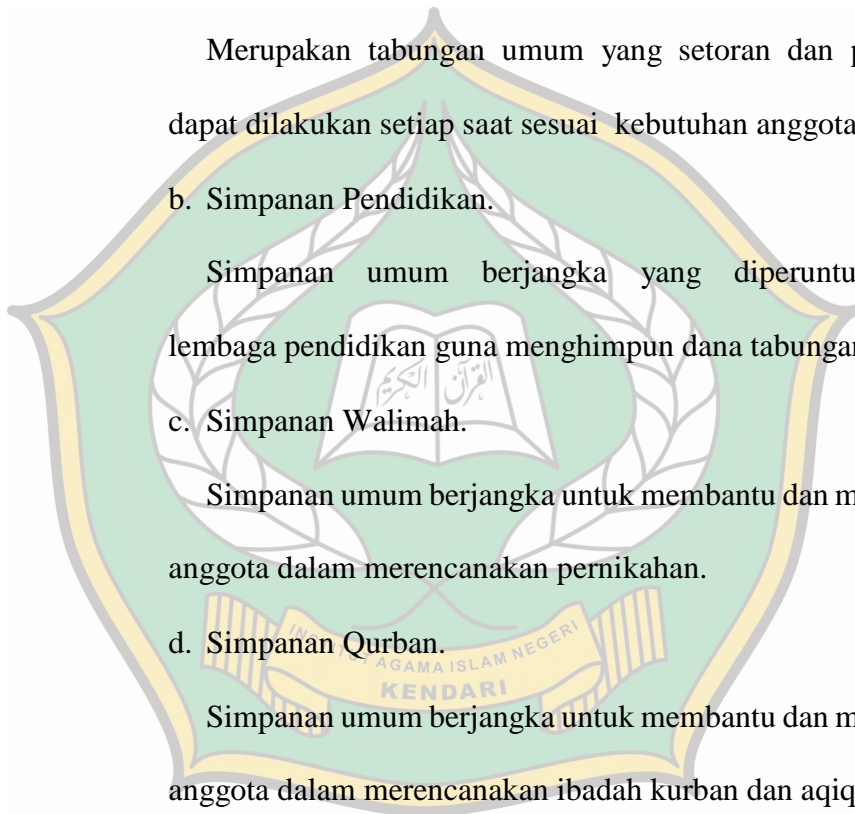
Simpanan umum berjangka untuk membantu dan memudahkan anggota dalam merencanakan pernikahan.

d. Simpanan Qurban.

Simpanan umum berjangka untuk membantu dan memudahkan anggota dalam merencanakan ibadah kurban dan aqiqah.

e. Simpanan Mudharabah Berjangka (Semacam deposito).

Simpanan dari pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu menurut perjanjian antara pihak ketiga dan bank yang bersangkutan.



f. Simpanan Invesya.

Simpanan dengan jangka waktu 12 bulan dan bagi hasil diterima setiap bulan.

g. Simpanan Haji.

Simpanan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji.

h. Simpanan Umrah.

Simpanan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah umrah.

i. Simpanan Idul Fitri.

Simpanan umum berjangka untuk membantu anggota memenuhi kebutuhan hari raya idul fitri.

j. Simpanan Perumahan (Pembangunan dan perbaikan).

k. Simpanan Kunjungan Wisata.¹²

Berdasarkan jenis-jenis simpanan mudharabah tersebut, disimpulkan bahwa BMT Amanah mempunyai banyak jenis-jenis simpanan yang dapat mempermudah nasabah dalam mewujudkan keinginannya.

¹² Andri Soemitro, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009, h. 459

2. Produk Penyaluran Dana(*Lending*)

BMT adalah lembaga keuangan nonbank yang bersifat sosial dan memperbaiki perekonomian umat. Oleh karena itu, maka dana yang dikumpulkan dari anggota disalurkan kembali kedalam bentuk pembiayaan. Adapun jenis- jenis pembiayaan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

a. Pembiayaan Mudharabah.

Pembiayaan Produk mudharabah yaitu akad kerjasama antara bmt selaku pemilik modal (*shahibul maal*) dengan mitra selaku pengelola usaha (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha sesuai akad dan mengelola usaha yang produktif dan halal, dan hasil keuntungan dibagi sesuai dengan nisba yang disepakati kedua belah pihak dan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal sepanjang bukan merupakan kelalaian penerima pembiayaan.

b. Pembiayaan Musyarakah.

Pembiayaan musyarakah adalah akad kerjasama usaha produktif dan halal antara bmt dan mitra usaha, dimana sumber modalnya dari kedua belah pihak, keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati kedua belah pihak. Sedangkan kerugian ditanggung kedua belah pihak sesuai dengan porsi modal masing-masing.

c. Pembiayaan Murabahah.

Akad jual beli barang antara mitra dengan bmt amanah dengan menyatakan harga perolehan atau harga beli atau harga pokok ditambah keuntungan/margin yang disepakati kedua belah pihak. Bmt membelikan barang-barang yang yang dibutuhkan mitra atau atau bmt memberi kuasa kepada mitra untuk membeli barang-barang atas nama BMT. Lalu barang tersebut dijual kepada mitra dengan harga pokok ditambah dengan keuntungan yang diketahui dan disepakati bersama dan diangsur selama jangka waktu tertentu.

d. Pembiayaan Bai' Bithsaman Ajil.

Akad jual beli seperti murabahah tetapi pembayarannya dilakukan dengan mengangsur sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan.

e. Pembiayaan Qard al Hasan.¹³

Qordhul Hasan adalah kegiatan transaksi dengan akad pinjaman dana non komersial, dimana si peminjam mempunyai kewajiban untuk membayar pokok dana yang dipinjam kepada koperasi yang meminjamkan tanpa imbalan. Pembiayaan qordhul hasan merupakan pembiayaan lunak yang diberikan kepada nasabah hanya diwajibkan menegemblikan pokok pada saat jatuh tempo.

¹³ *Ibid*, h. 460

Baitul Maal wat Tamwil harus dapat mengelola dana yang dipercayakan kepadanya dengan hati-hati dan memperoleh penghasilan yang maksimal.

6. Fungsi dan Tujuan BMT

Fungsi utama BMT yaitu sebagai lembaga yang mengelola dana dari masyarakat dengan memberikan pelayanan tabungan dan pembiayaan disamping itu BMT juga berfungsi mengelola dana sosial, menerima titipan BASIZ dana dari zakat, infaq dan shadaqah serta wakaf yang semua dilakukan sesuai dengan ketentuan syariah.¹⁴

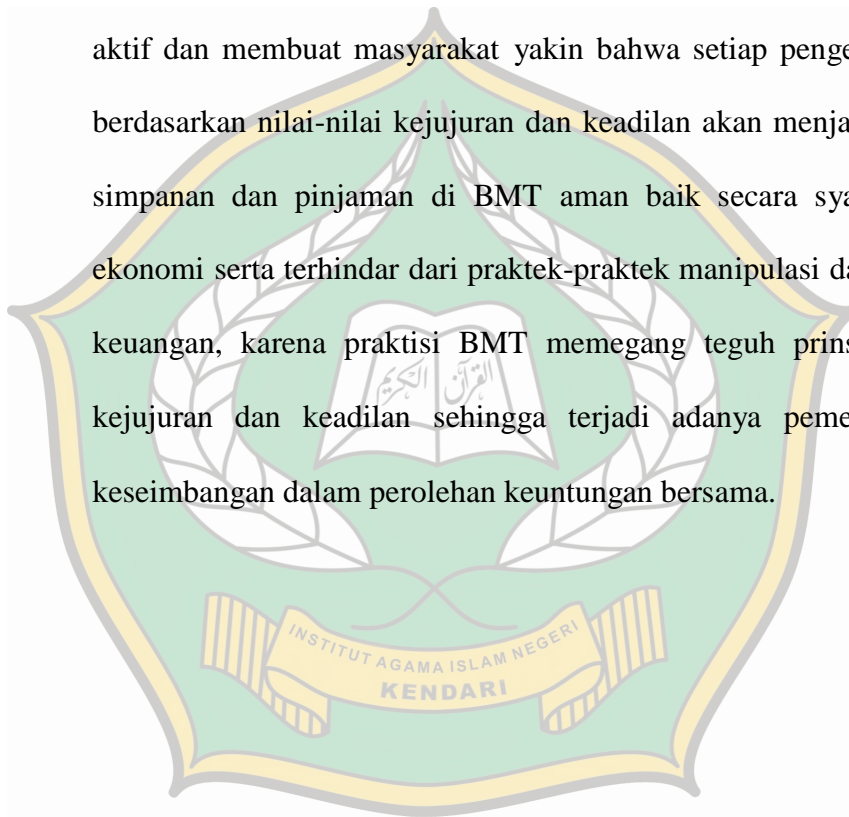
Adapun tujuan BMT Amanah adalah sebagai berikut :

1. Mendidik masyarakat untuk mengelola keuangannya dengan baik.
2. Mendidik *stakeholder* untuk memahami dan tunduk kepada prinsip-prinsip syariah.
3. Menyebarluaskan kegiatan bmt amanah dalam jaringan pembiayaan untuk mengambil inisiatif pada kegiatan-kegiatan dan program nyata untuk mereduksi kemiskinan dan kepedulian terhadap masyarakat miskin.
4. Memberikan manfaat bagi *stakeholder* BMT amanah berupa :
 - a) Memberikan kemudahan memperoleh modal dan pendanaan serta keuntungan-keuntungan lainnya sehingga dapat berkembang penuh barokah.

¹⁴ Alfian Toar, *BMT & Bank Syariah*, Kendari, 2012, h.20

- b) Memberikan keuntungan atau bagi hasil yang kompetitif bagi investor.
- c) Membuka lapangan kerja dan turut dalam usaha perbaikan kondisi sosial masyarakat.¹⁵

Dengan demikian peran kelembagaan BMT hanya dapat dibangun apabila BMT dan masyarakat dapat bekerja sama secara aktif dan membuat masyarakat yakin bahwa setiap pengelolaan dana berdasarkan nilai-nilai kejujuran dan keadilan akan menjadikan setiap simpanan dan pinjaman di BMT aman baik secara syar'i maupun ekonomi serta terhindar dari praktek-praktek manipulasi dan monopoli keuangan, karena praktisi BMT memegang teguh prinsip amanah, kejujuran dan keadilan sehingga terjadi adanya pemerataan dan keseimbangan dalam perolehan keuntungan bersama.



¹⁵ Wawancara dengan Mbak Kholifa, Karyawan BMT Amanah Cabang Kendari, tanggal 24 Agustus 2015.

C. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas

Kualitas adalah sebuah totalitas dari karakteristik suatu produk (barang atau jasa) yang menunjang kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan. Kualitas sering kali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan konsumen atau sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan.¹⁶ Sedangkan pelayanan umumnya lebih bersifat *intangibles*, tidak dapat dilihat dan diraba, sehingga penggunaanya hanya bisa merasakan melalui pengalaman langsung.¹⁷

Menurut Goetsh dan Davis kualitas adalah kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, layanan manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.¹⁸ Sedangkan menurut *American Society For Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat latin.¹⁹

Menurut berbagai pengertian tersebut diatas kualitas merupakan elemen-elemen yang sama, yakni usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kondisi yang selalu berubah tergantung dari penilaian tiap orang, dan kualitas mencakup segala

¹⁶ <https://tesisdisertasi.blogspot.co.id/2010/09/pengertian-kualitas-produk.html>. Diakses 23 Februari 2016

¹⁷ James R. Evans William M. Lindsay, *An Introduction to Six Sigma & Process Improvement*, Wilayah Grand Center Blok D-7 Jl. Wilayah 2 Jakarta: Salemba Empat, 2007, h.355

¹⁸ <http://www.pengertianpakar.com/2015/05/pengertian-kualitas-menurut-pakar.html>.diakses 19 februari 2016

¹⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategi*, Yogyakarta: Andi, 2008, h.67

hal, mulai dari produk, jasa, manusia dan lingkungannya. Meski kualitas merupakan konsep yang cukup sulit untuk dipahami dan disepakati bersama, kenyataannya beberapa pengertian diatas bisa ditarik secara garis besar. Hal ini menandakan bahwa perbedaan uraian pengertian tersebut masih bisa dipandang dari sudut yang sama dan bisa menghasilkan pemahaman yang sama pula.

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa, hendaknya memberikan sesuatu yang berkualitas baik, jangan memberikan kualitas yang buruk kepada orang lain. Seperti yang telah dijelaskan dalam surah al-baqarah 267:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ يَبَيْتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
أَخْرَجْنَاكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ
وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تَغْمُضُوا فِيهِ أَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بَرِيءٌ

حَمِيدٌ

Terjemahannya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu, dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji”.(QS. Albaqarah : 267).²⁰

²⁰ Al-Baqarah : 267

2. Pelayanan dalam Islam

Dalam berbisnis dilandasi oleh dua hal pokok yaitu kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan keterampilan yang bagus. Dua hal ini amanah dan ilmu.²¹ Kedua hal tersebut merupakan pesan moral yang bersifat universal.

Adapun prinsip-prinsip pelayanan dalam Islam yaitu:

- a. Shidiq artinya benar. Bukan hanya perkataan yang benar, tetapi juga perbuatan. Beda sekali dengan pemimpin sekarang yang kebanyakan hanya kata-katanya yang manis, namun perbuatannya berbeda dengan ucapannya.²²
- b. Kreatif yaitu berani dan percaya diri. Menurut kamus bahasa Indonesia, kreatif diartikan memiliki daya cipta atau memiliki kemampuan untuk menciptakan. Dalam perspektif Islam, kreatif dapat diartikan sebagai kesadaran keimanan seseorang, untuk menggunakan kesesluruhan daya dan kemampuan diri yang dimiliki sebagai wujud syukur akan nikmat Allah, guna menghasilkan sesuatu yang terbaik dan bermanfaat bagi kehidupan sebagai wujud pengabdian yang tulus kehadirat Allah SWT.²³

²¹ Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2003, h.56

²² <http://agusnizami.com/2011/10/24/4-sifat-nabi-shiddiq-amanah-fathonah-dan-tabligh>.diakses 25 februari 2016

²³ <http://materiakidah.blogspot.co.id/2013/06/sikap-kreatif.html>. Diakses 25 februari 2016

- c. Amanah artinya benar-benar bisa dipercaya. Pengertian amanah dalam Islam cukup luas dan berat pertanggungjawabannya.²⁴
- d. Tabliq artinya menyampaikan. Dimana kita mampu untuk berkomunikasi dengan baik.
- e. Istiqomah adalah menempuh jalan (agama) yang lurus (benar) dengan tidak berpaling ke kiri dan ke kanan. Dimana dalam hidup ini kita pasti sering mendapatkan godaan dan tantangan dalam menjalani kehidupan kita sehari-hari, baik disaat bekerja ataupun aktivitas lainnya.

Dalam rangka menciptakan kualitas produk. Produk yang kita tawarkan kepada seseorang haruslah berkualitas ditambah dengan adanya suatu pelayanan yang baik dan ramah kepada para pelanggan.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan

²⁴ Nur Aisyah Albantany, *Dosa Besar Kecil yang Terabaikan Penyebab Siksa Azab Kubur yang Maha Pedih*, Jakarta: Kunci Iman, 2014, h. 93

pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan.²⁵

Pelanggan yang merasa senang dengan pelayanan yang diberikan akan terus loyal terhadap perusahaan, yang menandakan bahwa ia puas dengan apa yang telah kita berikan.

Kepuasan konsumen merupakan syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar mampu sukses menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Karena apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali menggunakan jasa yang sama.²⁶

Pelanggan memilih penyedia jasa berdasarkan hal tersebut, dan setelah menerima jasa itu, mereka membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Terdapat 3 indikator dalam menentukan kualitas jasa, yaitu:

- a. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Hal ini menunjukkan kemampuan lembaga untuk memberikan pelayanan secara akurat, handal dan bertanggung jawab sesuai yang dijanjikan dan terpercaya. Kualitas pelayanan ini umumnya terlihat dalam

²⁵ Semiaji Santoso, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Kelas III Pada RS. Roemani Muhammadiyah Semarang*, Skripsi Universitas Diponegoro Semarang, 2012, h.1

²⁶ Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Jakarta: Salemba Emban Patria, 2001, hal. 158

kerja sehari-hari. Misalnya pada kurun waktu tertentu frekuensi kesalahan semakin tinggi, maka hal ini akan memberikan indikasi pelayanan yang semakin menurun. Contohnya: ketepatan waktu dalam melayani nasabah.

b. *Responsiveness* (ketanggapan), hal ini mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. Tingkat kepekaan yang tinggi kepada nasabah perlu diikuti dengan tindakan yang tepat sesuai dengan kebutuhan tersebut.

c. *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Dimana suatu lembaga memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah. Memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian bagi nasabah. Bentuk perhatian terhadap nasabah bermacam-macam, sesuai kondisi dan situasi keadaan yang ada.²⁷

²⁷ Ratmino dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005, h. 180

D. Loyalitas Pelanggan atau Nasabah

1. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Pemahaman loyalitas pelanggan sebenarnya tidak hanya dilihat dari transaksinya saja atau pembelian berulang (*repeat costumer*). Ada beberapa ciri pelanggan bisa dianggap loyal yaitu:

- a) Akan membeli berkali-kali.
- b) Mengajak orang lain membeli.
- c) Memberitahukan hal-hal yang baik mengenai produk.²⁸

Menurut Oliver loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk barang/jasa yang disukai secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menimbulkan perilaku untuk berpindah.²⁹

Loyalitas nasabah akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hal ini karena loyalitas nasabah memiliki nilai strategis bagi perusahaan.³⁰

Mempertahankan pelanggan lama jauh lebih sulit daripada mendapatkan pelanggan baru. Kita pasti akan berusaha mati-

²⁸ J. Supranto, Statistik untuk Pemimpin Berwawasan Global Edisi 2: Salemba Empat, 2007, h.2

²⁹ <https://nayaakyasazilvi.wordpress.com/2014/07/11/loyalitas-pelanggan>. diakses 02 Maret 2016

³⁰ <http://ariplie.blogspot.co.id/2015/04/pengertian-loyalitas-menurut-ahli.html>. diakses 02 Maret 2016

matian agar pelanggan kita tidak pindah ketempat lain. Kita tentunya harus memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada nasabah.

Pelayanan yang baik akan membuat mereka membela produk kita dan secara sukarela akan selalu berusaha merekomendasikan kepada orang lain. Contoh : Seorang ibu yang merasa puas dengan produk susu bayi tertentu. Maka suatu saat meskipun dia sudah tidak menyusui, dia dengan semangatnya akan menganjurkan susu yang dia pakai tersebut.³¹

2. Perspektif Loyalitas Pelanggan

Selama ini loyalitas pelanggan kerap sekali dikaitkan dengan perilaku pembelian ulang. Akan tetapi ada perbedaan diantara keduanya. Bila loyalitas merek mencerminkan komitmen psikologi terhadap merek tertentu, maka perilaku pembelian ulang semata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa karena hanya satu-satunya merek yang tersedia, merek termurah dan sebagainya).

Pembelian ulang dapat merupakan hasil dominasi pasar oleh suatu perusahaan yang berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya *alternative* yang tersedia. Konsekuensinya pelanggan tidak memiliki peluang untuk memilih. Selain itu, pembelian ulang dapat pula merupakan hasil dari upaya promosi yang terus-menerus dalam rangka

³¹ <https://ymanajemen.wordpress.com/2008/01/18/definisi-loyalitas-pelanggan>. diakses 02 Maret 2016

memikat dan membujuk pelanggan untuk membeli kembali merek yang sama.

Pelanggan sangat mudah beralih merek, kecuali pelanggan yang terikat pada suatu merek tertentu akan setia dan akan membeli produk yang sama lagi sekalipun tersedia banyak *alternative* lainnya.³²

Loyalitas nasabah merupakan kesetiaan nasabah terhadap penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya. Loyalitas disini dapat diukur dengan 2 indikator, yaitu:

- a. *Repeat*, yaitu apabila nasabah membutuhkan barang atau jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan.
- b. *Refferal*, apabila jasa yang diterima memuaskan, maka nasabah akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima ia tidak akan bicara pada pihak lain, tapi justru memberitahukan layanan yang kurang memuaskan tersebut pada pihak penyedia dana.³³

Berdasarkan kedua hal di atas, maka pihak perusahaan harus berusaha memberikan jasa pelayanan yang akan membuat nasabah akan tetap loyal dan tidak akan berpaling ke perusahaan lain.

³²<http://ejurnal.stiedharmaputrasmg.ac.id/index.php/DE/article/download/181/153>.diakses 02 Maret 2016

³³ Tutu Supriyatmini, *Pengaruh Kualitas Terhadap Loyalitas Nasabah pada Baitu Maal Wattamwil Kaffah Semarang*, Semarang: Unnes, 2005, h.41

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan karena pengamatan langsung ke obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan, penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dimana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari obyek yang diteliti kemudian dapat membuat instrumen untuk mengukurnya.¹

Apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda gerak atau proses sesuatu. Apabila peneliti menggunakan dokumentasi, maka dokumen atau catatan yang menjadi sumber data, sedangkan isi catatan subjek penelitian atau variabel penelitian.²

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti yaitu seluruh elemen jumlah keseluruhan para nasabah pada bulan maret tahun 2016 yang bertransaksi di BMT Amanah Cabang Kendari. Populasi adalah “keseluruhan objek penelitian baik terdiri dari benda yang nyata, abstrak, peristiwa ataupun gejala yang merupakan sumber data dan memiliki karakter tertentu dan sama”.³ Sedangkan menurut William W. Hines “populasi adalah jumlah pengamatan atau elemen-elemen yang ada

¹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana, 2005, h.119

² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Yogyakarta: Rineka Cipta, 2004, h.129

³ Sukandarrumidi, *Metode Penelitian (Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula)*, Cet 1, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2002, h. 47