KATA PENGANTAR



Syukur *Alhamdulillah* penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan jasmani dan rohani, sehingga penulis dapat menyelesaiakan Tugas akhir ini yang berjudul **"Strategi Penigkatan Kualitas Pelayanan BMT El Ummu Rahimah Palangki"**. *Allahumma Shalli'ala Sayyidina Muhammad* kepada sang pembawa rislalah doktrin kebenaran, penyejuk hati, penentram jiwa, dalam menata alur kehidupan, kemuliaan dan keselamatan bagi manusia yang mengikuti ajaran-Nya. Penulis tTugas Akhir ini dimaksuskan untuk memenuhi persyaratan untuk pencapaian gelar Ahli Madya (A.Md) dalam program DIII Perbankan Syariah IAIN Bukittinggi. Dengan usaha dsan motivasi dari berbagai pihak akhirnya Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam menyelesaiakan Tugas Akhir ini penulis banyak mengalami kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, bimbingan dan petunjuk semua pihak penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini pada kesempatan ini izinkanlah penulis mengucapakan terimaksih yang tak terhingga kepda ibunda tercinta **Andri Yani**, ayah **Muhktar** yang telah memberikan dukungan moril dan materil serta nasehat-nasehat yang telah memberikan kekuatan bagi penulis untuk melewati semuanya dan juga telah memberikan kasih sayang dan kehangatan yang tak ternilai dengan apapun, serta adik penulis **Rogi Hendra Saputra**

Ucapan terimaksih juga penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini

1. Ibu **Dra. HJ. Ridha Ahida, M.Hum** selaku ketua IAIN Bukittinggi beserta Bapak Ibu pembantu ketua
2. Bapak **H. Harfandi, SE, M., ME** selaku ketua Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam pada IAIN Bukittinggi
3. Ibu **Novera Martilova** selaku ketua jurusan program studi DIII Perbankan Syariah pada IAIN Bukittinggi
4. Ibu **Rahmi** selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan arahan dan dorongan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di IAIN Bukittinggi
5. Bapak **Yefri Joni, M.A** selaku pembimbing dalam menyelesaikan penulis Tugas Akhir ini atas bimbingan, arahan, saran, motivasi,dan kesabrannya penulis sampaikan *Jazakumullah Ahsanal Jaza'*
6. Seluruh dosen IAIN Bukittinggi yang telah mendidik, membimbing, mengajarakan dan mencurahkan ilmu-ilmunya kepada mereka Amin.
7. Kepada Pimpinan serta karyawan BMT El Ummu Rahimah Palangki yang memberikan bantuan dan informasi yang kami butuhkan
8. Ucapan terimaksih kepada teman seperjuangan Rahma Yenni, yang selalu ada disaat penulis butuh, terimakasih kepada komandan Ridwan, Danlat Tika, Ops Septi, Dandema Rahma, Keput Anggi, Kaprov Iqbal, Kaurmind Fina, dan seluruh staf, anggota, dan camen Sat- 116 Mahabraja IAIN Bukittinggi

9. Terimah kasih kepada komandan Ramlan, yang telah memberi support, motivasi dan semangat kepada penulis

Semoga Allah SWT melimpahkan anugerah-Nya pada kita semua sehingga kita memiliki hati yang senantiasa bersih lapang dan dipenuhi oleh cinta-Nya yang murni, penulis sangat mmengaharapakan saran dan kritik konstruktif demi penyempurnaan Tugas Akhir ini.

Penulis berhaparap Tugas Akhir ini menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi penulis khususnya, dan bagi masyarakat luas secara umum dengan izin-Nya

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI ii

ABSTRAK iii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang masalah 1

B. Identifikasi Masalah 10

C. Batasan Masalah 10

D. Rumusan Masalah 10

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian 11

F. Penjelasan Judul 12

G. Kajian Terdahulu 13

H. Metode Penelitian 14

I. Sitematika Penulisan 16

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pelayanan 18

1. Pengertian Manajemen 18

2. Pengertian Pelayanan 20

3. Kualitas Pelayanan 22

4. Bentuk Pelayanan 25

5. Sarana Pelayanan 28

6. Fasilitas Pelyanan 29

7. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan 31

8. Manajemen Kualitas Pelayanan 33

BAB III HASIL PENELITIAN

A. Monografi BMT El Ummu Rahimah Palangki 38

1. Sejarah BMT El Ummu Rahimah Palangki 38

2. Pelayanan-pelayanan BMT El Ummu Rahimah Palangkli 41

3. Standar Operasional dan Prosedur BMT El Ummu Rahimah Palangki 43

4. Struktur Organisasi BMT El Ummu Ramiah Palangki 48

5. Peramasalahan dan Solusi 49

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan 53

B. Saran 54

DAFATAR KEPUSTAKAAN

DAFATAR RIWAYAT HIDUP

ABSTRAK

Tugas Akhir ini berjudul **"Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada BMT El Ummu Rahimah Palangki"** yang menjadi pokok permasalahn dalam pernelitian ini adalah bagaimana strategi atau usaha, rencana BMT El Ummu Rahimah Palangki dalam menoingkatkan kualiatas pelayanan, meningkatkan minat nasabah, meningkatkan loyalitas nasabah, dan bagaimana usa atau cara untuk membuat nasabah betah melakukan transaksi di BMT El Ummu Rahimah Palangki dan tidak lari ke Bank lain.

Adapun motivasi penulis dalam membahas judul ini adalah pelayanan karyawan BMT terhadap melayani nasabah dan karena kurang tanggapnya karyawan dalam menanggapi permasalahan naabah sehingga beralih ke bank lain, yang menawarkan pelayanan yang sama untuk nasabah. Dan untuk BMT harus mempunyai strategi pelayanan untuk menarik minat nasabah supaya kembali melakukan transaksi di BMT dan naabah kembakli loyal dan nyaman melakukan transaksi di BMT El Ummu Rahimah Palangki

Untuk membahas masalah ini digunakan data melalui kegiatan penelitian lapangan, yaitu melakukan penelitian yang lansung ke lapangan dengan melaksanakan praktek magang di BMT El Ummu Rahimah Palangki, melalui studi kepustakaan, yaitu membaca buku-buku yang berkaitan dengan Tugas Akhir ini

Hasil penelitian ini menunjukan strategi pelayanan yang dilakukan oleh BMT El Ummu Rahimah Palangki dalam meningkatkan kualitas pelayanan, selalu tanggap dalam menanggapi permasalahan nasabah dan untuk selalu konsentrasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah dan melakukan pelatihan-pelatihan untuk para karyawan atau pengelolah BMT yang berhubungan dengan pelyanan dan operaional .

ABSTRAK

Tugas Akhir ini berjudul **"Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada BMT El Ummu Rahimah Palangki"** yang menjadi pokok permasalahn dalam pernelitian ini adalah bagaimana strategi atau usaha, rencana BMT El Ummu Rahimah Palangki dalam menoingkatkan kualiatas pelayanan, meningkatkan minat nasabah, meningkatkan loyalitas nasabah, dan bagaimana usa atau cara untuk membuat nasabah betah melakukan transaksi di BMT El Ummu Rahimah Palangki dan tidak lari ke Bank lain.

Adapun motivasi penulis dalam membahas judul ini adalah pelayanan karyawan BMT terhadap melayani nasabah dan karena kurang tanggapnya karyawan dalam menanggapi permasalahan naabah sehingga beralih ke bank lain, yang menawarkan pelayanan yang sama untuk nasabah. Dan untuk BMT harus mempunyai strategi pelayanan untuk menarik minat nasabah supaya kembali melakukan transaksi di BMT dan naabah kembakli loyal dan nyaman melakukan transaksi di BMT El Ummu Rahimah Palangki

Untuk membahas masalah ini digunakan data melalui kegiatan penelitian lapangan, yaitu melakukan penelitian yang lansung ke lapangan dengan melaksanakan praktek magang di BMT El Ummu Rahimah Palangki, melalui studi kepustakaan, yaitu membaca buku-buku yang berkaitan dengan Tugas Akhir ini

Hasil penelitian ini menunjukan strategi pelayanan yang dilakukan oleh BMT El Ummu Rahimah Palangki dalam meningkatkan kualitas pelayanan, selalu tanggap dalam menanggapi permasalahan nasabah dan untuk selalu konsentrasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah dan melakukan pelatihan-pelatihan untuk para karyawan atau pengelolah BMT yang berhubungan dengan pelyanan dan operaional

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Mayoritas penduduk yang beragama Islam menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial dalam pengembangan keuangan syariah. Perbankan Syariah merupakan lembaga keuangan yang menggunakan sisem bagi hasil dalam operasional kegiatan. Lembaga keuangan adalah suatu institusi atau badan usaha yang bergerak dibidang jasa keuangan yang menghimpun asset dalam bentuk dana tersebut untuk pendanaan kegiatan ekonomi dan proyek pembangunan dengan mendapatkan keuntungna dalam bentuk bunga dengan presentase tertentu dari dana yang disalurkan tersebut.

Menurut kasmir dalam bukunya yang berjudul Dasar Dasar Perbankan Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan uasahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut ke masyarakat. Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan dimana kegiatannya menhimpun dana dan menyalurkan dana.[1]

Hadirnya lembaga keuangan syariah saat ini, khususnya di Indonesia merupakan fenomena baru dalam dunia keuangan modern. Eksisensinya

[1] Kasmir, *Dasar Dasar Perbankan.* (Jakarta:Raja Wali Pers , 2015)hal 2

merupakan *condotio dsine qua non* atas kebutuhan umat Muslim akan jasa keuangan yang Islami. Namuan demikian, sering kali keberadaannya masih menjadi persoalan yang *debatable*, bahkan dikalangan kaum Muslim itu sendiri. Pada realitasnya, sering kali lembaga keuangan syariah yang ada sekarang tidak disiplin menjalankan nilai-nilai syariah yang telah digariskan[2].

Sekarang ini perhatian terhadap kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting. Persaingan yang sangat ketat dimana banyaknya organisasi atau lembaga penyadia jasa yang terlibat dalam upaya pememnuhan kebutuhan dan keinginan para konsumen serta menempatkan hal ini pada tujuan utama.

Dapat disimpulkan ini merupakan kunci utama untuk memenangkan persaingan bisnis ini dalah memberikan nilai dan kepuasan kepada para konsumen melalui produk-produk yang mereka inginkan dan yang mereka butuhkan.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat menjadikan hubungan antara penyedia jasa dengan pelanggannya menjadi harmonis yang selanjutnya menciptakan loyalitas pelanggan dan akhirnya menguntungkan perusahaan atau organisasi tersebut. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya pelanggan atau bahkan hilang karena ke jasa layanan yang lain.

Hal ini merupakan tantangan yang besar bagi perusahaan dalam membangun citra perusahaan dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengetahui perilaku pelanggan dalam membeli,

[2]Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hal 1

menggunakan dan mengevaluasi jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan[3]

Perusahan jasa harus berusaha mewujudkan kepuasan pelanggannya, sebab jika kepuasan tidak dicapai maka pelanggan akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan untuk perusahaan yang lainnya.

Hal ini akan berakibatkan pada penurunan laba atau keuntungan dan bahkan dapat menyebabkan kerugian. Tingkat kepuasan pelanggan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa begitu juga sebaliknya.

Harapan nasabah diperoleh dari pengalaman perusahaan, komentar teman atau rekan kerja, serta informasi dari pemasar dan nasabah yang loyal terhadap perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan jasa karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik dimata masyarakat. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanan yang baik mencankuplima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati

[3] Arep, I dan H, Tanjung, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Universitas Trisakti, 2002), hal. 17

(*empathy*).[4] Dengan pelayanan yang berkualitas, maka nasabah atau konsumen akan merasa puas sehingga akan mempertahankan dan meningkatkan loyalitas terhadap perusahaan. Agar barang atau jasa yang ditawarkan dipilih oleh pelanggan maka perusahaan harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan pelanggan dan bagaimana layanan yang paling baaik bagi pelanggan.

Disisi lain lain faktor pertama dalam sistem pelayanan yang dapat mempengaruhi nasabah terhadap loyalitasnya adalah fasilitas. Faktor ini sangat mendukung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, faktor sarana prasarana seperti misalnya kenyamanan dalam ruangan, peralatan yang tersedia untuk membantu nasabah dalam bertransaksi. Dengan fasilitas dan memadai nasabah akan puas dengan pelayanan yang diberikan. Faktor yang kedua adalah keandalan, merupakan kemampuan dari karyawan BMT untuk dapat melaksanakan sistem pelayanan yang semestinya. Faktor yang ketiga adalah kepastiannya, merupakan pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuannya untuk memberikan kesan yang dapat dipercaya dan penuh keyakinan, hal inilah yang juga dapat mempengaruhi kualitas pelayanan.

Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) merupakan lembaga ekonomi atau keuangan syariah nonperbankan yang sifatnya informal karena lembaga ini didirikan oleh kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya.[5]

---

[4]Dessler, G. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2001) , hal 24

[5]Nurul Huda, *Baitul Mal Wa Tamwil,* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hal 35

Saat ini lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting. Semua kegiatan ekonomi hampir tidak mungkin terhindar dari lembaga keuangan. Lembaga keuangan merupakan salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Salah satunya adalah Bait Mal Wat Tanwil (BMT).[6] BMT merupakan salah satu lembaga ekonomi dan keuangan yang dikenal luas pada masa-awal. Bait al Maal yang berkembang pada masa-masa awal kejayaan Islam berfungsi sebagai institusi keuanagan public, yang oleh sebagaian pengamat ekonomi disejajarkan dengan lembaga yang menjalankan fungsi perekonomian modern, bank sentral.[7]

Kebradan BMT inilah yang diinginkan oleh masyarakat yang kebanyakan berpenghasilan rendah dan menengah kebawah untuk menyimpan dana yang mereka miliki. Sehingga, masyarakat tidak perlu khawatir dengan adanya keterbatasan dana yang mereka miliki untuk tetap mengembangakan usahanya.

Lahirnya BMT sesungguhnya dilatar belakangi oleh pelanggaran riba secara tegas yang terdapat dalam firman Allah surat Al- Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ
ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ

فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ
مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ

"Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah

[6]Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal 404
[7]Muhammad, *Lem baga Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007)hal. 55

menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya."(QS: Al-Baqarah ayat 275)

Maka langkah untuk memuaskan konsumen dengan strategimembangun kepercayaan dalam benak konsumen. Untuk membangun kepercayaan nasabah, BMT perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan selalu meningkatkan kualitas pelayanan dan selalu meningkatkan kualitas produk demi kepercayaan nasabah.[8]

Dalam firman Allah surat Ali-Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ لَانْ فَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ لَهُمْوَاسْتَغْفِرْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ عَزَمْتَفَإِذَا فَتَوَ عَلَىكَّلْكَّلْ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.(QS: Ali-Imran 159)

Maksud dari ayat diatas adalah seorang karyawan Bank harus memandang bahwa nasabahnya bukan saja sebagai nasabah tetapi sebagai manusia yang butuh kerahmatan ini akan memudahkan karyawan mengingat mereka sehingga mereka menjadi nasabah yang setia.

[8]Sentot Imam Wahjono,*Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal 178

Melihat fenomena diatas maka BMT El Ummu Rahimah Palangki perlu melakukan strategi dalam rangka memuaskan nasabah secara terencana dan terpadu. Karena nasabah yang puas terhadap produk tertentu cendrung untuk membeli produk tersebut pada saat kebutuhan sama muncul dikemudian harinya.

Hal ini menunjukan bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Selanjutnya konsumen yang puas tersebut memungkinkan untuk mempengaruhi lingkungan sekitarnya untuk membeli produk produk tersebut. Keadan ini sangat membantu perusahaan tersebut dalam hal memasarkan produk mereka.[9]

Dari data yang didapatkan di BMT EL Ummu Rahimah Palangki tercatat bahwa jumlah nasabah ini mengalami urun naik seperti tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 jumlah nasabah BMT El Ummu Rahimah Palangki dari tahun 2009 sampai 2018

NO	TAHUN	JUMLAH NASABAH
1	2009	139
2	2010	259
3	2011	310

[9]Moenir, H.A.S, *Manajemen Pelayanan Umum,* (Jakarta: PT . Bumi Aksara, 2002), hal 118

4	2012	355
5	2013	432
6	2014	560
7	2015	780
8	2016	860
9	2017	976
10	2018	112

Dapat dilihat dari data tabel diatas pada tahun 2017 dan 2018 mengalami penurunan jumlah nasabah sebanyak 864 orang nasabah, penurunan jumlah nasabah tersebut disebab karena kurangnya kualitas pelayanan dari karyawan BMT El Ummu Rahimah Palangki. Ini disebabkan kurang tanggapnya karyawan dalam menanggapi permasalahan nasabah, yang mengakibatkan nasabah berpindah ke Bank lain.[10]

Tabel 1.2 Data tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan di BMT El Ummu Rahimah Palangki

no	Nama Nasabah	Kurang puas	Cukup puas	Puas	Sangat puas
1	Yenismar			√	
2	Asni Murni		√		
3	Gindo			√	
4	Zalaludin			√	

[10] Nelvi Adlin, Hasil Wawancara, (Palangki: 10 september 2018)

5	Windarso	√			
6	Dewi Puspita		√		
7	Reni Marlina	√			
8	Epi Suryani	√			
9	Sarial		√		
10	Nani Sri wahyuni	√			

Dari data tabel hasil wawancara yang penulis dapatkan diatas, dapat kita lihat bahwa ada 10 orang nasabah yang berhasil diwawancarai, diantaranya 4 nasabah merasa kurang puas dari pelayanan karyawan BMT El ummu Rahimah Palangki, 3 orang nasabah merasa cukup puas, dan 3 orang nasabah merasa sangat puas dengan pelayanan dari karyawan BMT El Ummu Rahimah Palangki[11]

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa setiap tahunnya jumlah nasabah BMT El Ummu Rahimah Palangki mengalami peningkatan. Namun, pada tahun 2014 sampai tahun 2016 mengalami peningkatan jumlah nasabah dan pada tahun 2017 mengalami penurunan jumlah nasabah. Berdasarkan data diatas beserta dengan banyaknya BMT dan lembaga keuangan lainnya yang bermuculan serta menawarkan pelayanan yang serupa. Maka upaya apa yang dilakukan BMT El Ummu Rahimah Palangki dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Sehingga masyarakat dapat tertarik malakukan transaksi keuangan kerpada BMT El Ummu Rahimah Palangki. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan

[11] Hasil Wawancara Dengan Nasabah, (Palangki: 10 September 2018)

membahas dengan judul: “ **Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada BMT El Ummu Rahimah Palangki”.**

Identifikasi Masalah

Berdasarakan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. BMT EL Ummu Rahimah Palangki melakukan strategi perluasan pangsa pasar salah satunya dengan dengan cara promosi.
2. BMT EL Ummu Rahimah Palangki melakukan strategi peningkatan kualitas pelayanan pada nasabah
3. Minimnya penegetahuan masyarakat tentang apa itu BMT

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tepat pada sasaran maka penulis membatasi permasalahannya yang terfokus pada analisis peningkatan kualitas pelayanan pada pada Tabungan Masyarakat Sejahtera di BMT El Ummu Rahimah Palangki.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana bentuk pelayanan BMT El Ummu Rahimah Palangki terhadap nasabah?

2. Bagaimana usaha BMT El Ummu Rahimah Palangki dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui usaha BMT El Ummu Rahimah Palangki dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.
2. Untuk mengetahui bentuk pelayanan pada BMT El Ummu Rahimah Palangki terhadap nasabah

b. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penulisan ini diharapkan berguna sebagai:

1. Bagi perusahaan, sebagai sumbangan pemikiran yang bermanfaat untuk dapat menerapkan kualitas pelayanan secara memadai sesuai prinsip yang berlaku umum.
2. Bagi mahasiswa, sebagai bahan referensi untuk mengkaji dan meneliti masalah peningkatan kualitas pelayanan.
3. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan tentang masalah kualitas pelayanan baik dalam kerangka teoritis maupun dalam penerapannya diperusahaan dan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md)di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi

E. Penjelasan Judul

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami judul ini, maka penulis perlu untuk menjelaskan pengertian dari beberapa kata yang penting, yang terdapat dalam judul:

Strategi	suatub perencanaan yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus[12]
Peningkatan	proses, pembuatan dan cara meningkatkan usaha, dan sebagainya.
Kualitas	tingkat baik buruknya atau ataraf atau derajat sesuatu[13]
Pelayanan	perihal atau cara melayanani kebutuhan orang lain, kemudahan yang diberikan sehubung dengan jual beli barang atau jasa.[14]

Strategi peningkatan kualitas pelayanan merupakan suatu upaya perencanaan atau proses dalam meningkatkan baik buruknya cara melayani kebutuhan orang lain yang berhubungan dengan jual beli barang atau jasa.

[12]Deperarteman Pendidikin Nasional, *kamus besar bahasa indonesia*.....hal. 571
[13]Deperarteman Pendidikin Nasional, *kamus besar bahasa indonesia*.....hal. 571
[14]Deperarteman Pendidikin Nasional, *kamus besar bahasa indonesia*.....hal. 571

F. **Kajian Terdahulu**

Penelitian pertama merupakan Tugas Akhir dari **Efriyanti, Bp. 1406.015** dengan judul **" kepuasan nasabah terhadap pelayanan pada PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI) tbk cabang pembantu Bukittinggi"** pembahasan ini berfokus pada kepuasan nasabah terhadap pelayanan pada PT.Bank Muamalat Indonesia (BMI) tbk cabang pembantu Bukittinggi. Hasil dari penelitian ini adalah penilaian pelayanan menurut seseorang dalam pengalaman yang diterima oleh nasabah sangat tinggi tuntutannya, yang berarti nasabah sangat optimis bahwa pelayanan yang diberikan Bank Muamalat Indonesia (BMI) Cabang Pembantu Bukittinggi akan sangat baik karena citra Islam yang memberikan rasa aman dan nyaman. [15]

Penelitian kedua merupakan Tugas Akhir dari **Rini Syukri, Bp. 3107019,** dengan judul **" strategi pelayanan dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah pada BMT LAN Tabur Payakumbuh."** Penelitian ini berfokus pada " bagaiaman strategi pelayanan dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah pada BMT LAN Tabur Payakumbuh." Hasil penelitian " srategi pelayanan dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah pada BMT Lan Tabur Payakumbuh yaitu dengan melakukan, selalu meningkakan petugas fronliner untuk selau konsisten dalam rangka

[15]Efriyanti, *Tugas Akhir Judul Kkepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Pembantu Bukittinggi*, (IAIN Bukittinggi 2014), hal. 8

meningkatkan pelayanan kepada nasabah, adanya pelatihan-pelatihan untuk para pengelola BMT Lan Tabur Payakumbuh yang berhubungan dengan operasional sebuah BMT, adanya pelyanan pick up (jemput bola), berkomitmen terhadap mutu pelyanan, tanggap terhadap komplain/keluhan nasabah".[16]

Mahasiswa DIII Perbankan Syariah, **Lidia Martin, Bp 1404049,** yang berjudul **" strategi pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah funding Bank Bukopin Syriah Bukittinggi."** Dengan kesimpulan, beliau lebih berfokus kepada bagamana strategi pelyanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah funding dan dampak pelayanan terhadap loyalitas nasabah funding pada Bank Bukopin Syriah Bukittinggi.[17]

Sedangkan dalam penelitian ini lebih berfokus kepada analisis peningkatan kualitas pelayanan pada BMT EL Ummu Rahimah Palangki.

G. Metode Penelitian

1. Jenis penelitan

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif yaitu pendekatan yang dilakukan dengan cara menggambarkan kejadian yang terjadi dilapangan atau penelitian yang mencoba menggambarkan,

[16]Rini Syukri, *Tugas Akhir Judul Strategi Pelayanan Dalam Rangka Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BMT LAN Tabur Payakumbuh,* (IAIN Bukittinggi, 2007) hal. 9

[17]Lidia Martin, *Tugas Akhir Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Funding Bank Bukopin Syariah Bukittinggi,* (IAIN Bukittinggi, 2014) hal. 9

menunjukan, menafsirkan suatu fenomena yang berkembang pada masa sekarang.[18]

2. Lokasi penelitian dan waktu penelitian

Adapun yang menjadi lokasi dari penelitian adalah BMT El Ummu Rahimah Palangki yang beralamat di Jln. Lintas Sumatera KM. 105 Gontom Jr. Lintas Harapan Nagari Palangki Kec, IV Nagari Kab. Sijunjung, pada saat peneliti melakukan kegiatan magang yang dimulai dari tanggal senin, 08 Januari 2018 sampai dengan tanggal kamis 08 Februari 2018.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan dan pegawai BMT El Ummu Rahimah Palangki. Sedangkan yang menjadi objeknya adalah peningkatan kualitas pelayanan pada BMT El Ummu Rahimah Palangk.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pimpinan, karyawan maupun nasabah dan yang dapat memberikan data yang penulis butuhkan.

b. Data Sekunder

[18]Sanafiah, faisal, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Grafindo, 2004), hal 22

Yaitu data yang diperoleh dari data-data perusahaan serta literatur atau buku-buku bacaan yang lain-lain yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.[19]

5. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Teknik pengumpulan data dimana penulis melakukan pengamatan lansung dengan turun kelapangan untuk mengamati subjek dan objek penelitian.[20]

b. Wawancara

Wawancara yaitu pengumpulan data berbentuk pertanyaan secara lisan dan pernyataan yang diajukan dalam wawancara telah dipersiapkan dan dilengkapi dengan instrumennya.[21]

c. Studi Pustaka

Yaitu dengan membaca buku-buku yang berkaitan dengan judul penelitian.

H. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dibagi menjadi bab yaitu sebagai.

BAB I PENDAHULUAN

[19]Nur asnawi, Masyhuri, manajemen pemasaran, (malang: UIN Maliki Press, 2011), hal 153
[20]Muhammad Teguh, *Manajemen Penelitian Ekonomi Dan Aplikasi*, (Jakarta. PT Raja Grafindo Persada, 1999), hal 112
[21]Anas Sudjono, Pengantar Statistik Pendidikan, (Jakarta. PT Raja Grafindo Persada, 2000), hal 27

terdiri dari: latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika prenulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai acuan sebagai lanadasan dalam penelitian ini yaitu pengertian layanan, kualitas layanan, strategi meningkatkan kualitas pelayanan, dan manajemen kualitas pelayanan.

BAB III HASIL PENELITIAN

Yang memuat tentang pengenalan BMT EL Ummu Rahimah Palangki, struktur organisasi, produk-produk BMT EL Ummu Rahimah Palangki dan usaha BMT EL Ummu Rahimah Palangki dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah dan pelayanan pada BMT EL Ummu Rahimah Palangki terhadap nasabah.

BAB IV PENUTUPAN

Bab penutup yabg terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Manajemen

Perusahaan merupakan suatu system perserikatan formal dari dua orang atau lebih yang bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Agar tujuan tersebut tercapai, maka diperlukan alat yang dapat mengkoordinasikan perilaku dan tujuan tersebut. Alat untuk mengaturnya adalah manajemen

Dalam melaksanakan kegiatan pelayanan diperlukan manajemenyang berguna untuk menerapkan keputusan-keputusan dalam upaya mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber-sumber daya dalam proses pelayanan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan, pegawai dan masyarakat.

Menurut Irmayanti Hasan, suatu kegiatan yang dilakukan oleh beberapa orang untuk mencapai tujuan bersama. Kegiatan tersebut

meliputi, fungsi manajemen terdiri dari merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengawasi.[22]Manajemen merupakan bagian penting dari kehidupan yang sekaligus membedakan manusia dengan makhluk hidup lainnya dan juga salah satu kajian yang dikembangkan berkaitn dengan dunia bisnis dan sosial ke masyarakat.[23]

Sadili Samsudin menyebutkan, bahwa manajemen adalah proses untuk menciptakan, memelihara, dan mengoperasikan organisasi perusahaan dengan tujuan tertentu melalui upaya manusia yang sistematis, terkoordinasi dan koorperatif.[24] Sedangkan menurut Hasibuan "Manajemen merupakan ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber day manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efesian."

Manajemen merupakan bagian penting dari kehidupan yang sekaligus membedakan manusia dengan makhluk hidup lainnya

Berdasarkan pengertian-pengertian manajemen yang telah disebutkan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen adalah suatu proses bekerja untuk mencapai tujuan

yang telah ditetapkan sebelumnya secara efektif dan efesien dengan menggunakan orang-orang melalui fungsi perencanaan,

[22]Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional Perspektif Integratif,* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hal. 1
[23]Juliansyah Noor,*Penelitian ilmu Manajemen Tinjauan Filosofis Dan Praktis,*(Jakarta: Predana Media Grup, 2013), hal 21
[24]Sadili Samsudin, *Manajemen Sumber Daya Manusia,* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), hal. 18

pengorganisasian, pengarahan, dan pengadilan dengan memanfaatkan sumberdaya yang tersedia.

B. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi yang terjadi dalam interaksi lansung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelsakan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang.[25]

Memberikan pelayanan sebenernya berasal dari masing-masing keprdian seseorang, bukan perusahaan. Tanpa memeberi nilai pada diri sendiri, tidak akan mempunyai arti apa-apa. Demikian halnya pada organisasi atau perusahaan yang secera esensial merupakan kumpulan orang-orang. Oleh karena itu, harga diri yang tinggi adalah unsur yang paling mendasar bagi keberhasilan organisasi yang menyediakan jasa pelayanan yang berkualitas.

Berdasarkan pengertian pelayanan, baik yang konvensional maupun lebih strategis, menurut Fandy Tjiptono pada dasarnya pelayanan adalah sesuatu sikap atau cara karyawan dalam melayani

[25]Sutojo, Siswanto, *Membangun Citra Perusahaan,* (Jakarta: PT. Danar Mulia Pustaka, 2004), hal. 66

pelanggan secara memuaskan. Pelayanan prima pelanggan bukanlah tindakan kreatif, namun tindakan antisipatif dan proaktif, pelaku pelayanan yang unggul akan mengkolaborasikan antara kecerdasan intelektual dengan kecerdasan emosi. Pelangfgan bisa saja lupa dengan apa yang kita katakan, tetapi mereka tidak akan pernah lupa dengan apa yang kita lakukan.

Menurut Wani Sabu " ada dua faktor utama yang mempengaruhi pelayanan jasa, yaitu *expective service*" (pelayanan yang diharapkan) dan *perciefed service* (pelayanan yang diterima). Karena pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan diri keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Dalam perkembangan selanjutnya, James Gwee mengatakan bahwa konsumen dalam melakukan penilaianterhadap pelayanan jasa ada lima dimensi yang perlu diperhtikan:

1. *Tangible,* yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dam sarana komunikasi.
2. *Emphaty*, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
3. *Responsiveness*, yitu keinginanpara staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. *Reliability,* yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, kehandalan, dan memuaskan.
5. *Assurance,* yaitu mencangkup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf.[26]

C. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan konsep yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak terwujud, bervariasi, tidak tahan lama, serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan. Menurut Fandy Tjiptono kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kegiatan pelanggan. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelaynan, dalam hal ini kualitas pelayanan terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas

[26]Sutojo, Siswanto, *Membangun Citra Perusahaan*....hal .51

pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, makakualitas pelayanan dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan dalam memuaskan pelanggan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan penilain menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Sedangkan harapan terhadap kualitas pelayanan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan, acuan atau standar dalam menilai produk tersebut. Persepsi kualitas yang baik/positif diperoleh bila kualitas yang dialami memnuhi harapan pelanggan.

Bila harapan pelanggan tidak terealisasi, maka persepsi kualitas total akan rendah. Sekalipun kualitas yang dialami memang baik.

Berdasarkan riset yang telah dilakukan, menurut gronross dalam buku Fandy Tjiptono, mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik, yakni sebagai berikut:

a. *Professianalisme dan skill*. Pelanggan mendapati bahwa penyediaan jasa, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara professional.
b. *Attitudes and Behavior*. Pelanggan merasa bahwa karyanwan jasa (*customer contact per4sonnel*) menaruh perhatian besar

pada mereka dan berusa membantu memecahkan masalah mereka secara spontan dan ramah.

c. *Accessibility dan Flexibility*. Pelanggan merasa bahwa penyediaan jasa, lokasi, jam operasi, kariyawan, dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah. Selain itu, juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara luwes.

d. *Reliability and Trustworthiness.* Pelanggan merasa bahwa apa pun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam mengetahui janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamankan kepentingan pelanggan.

e. *Recovery*. Pelanggan menyadari bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak dapat diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat.

f. *Reputation and Credibility.* Pelanggan menyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilain tambahan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.

D. Bentuk Layanan

Layanan umum yang dilakukan oleh siapapun, bentuknya tidak terlepas dri 3 macam layanan yaitu:[27] Layanan dengan lisan, layanan melalui tulisan, dan layanan melalui perbuatan. Ketiga layanan itu memang tidak selamanya berdiri secara murni, melainkan sering berkombinasi.

1. Layanan Dengan Lisan

   Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang Hubungan Masyarakat (HUMAS), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lainyang tugasnya memberikan penjelasan kepada siapapun yang memerlukan. Supaya layanan lisa berhasil sesuai dengan yang diharapkan, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan yaitu:

   a. Memahami benar masalah-masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya
   b. Mampu memberikan penjelasan apa yang perlu denga lancar, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan bagi mereka yang ingin memperoleh kejelasan mengenai sesuatu.

[27]AS Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesi.* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hal. 190

c. Bertingkah laku sopen dan ramah-ramah.

d. Meski dalam keadaan sepi tidak ngobrol dan bercnda denga teman, karena menimbulkan kesan tidak disiplin dan melalaikan tugas. Tamu menjadi segan untuk bertanya dengan memutuskan keasikan ngobrol.

e. Tidak melayani orang-orang yang ingin sekedar ngobrol dengan cara yang sopan.

2. Layanan Melalui Tulisan

Layanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi peranannya. Apalagi kalau diingat bahwa sistem layanan pada abad informasi ini menggunakan sistem layanan jarak jauh dalam bentuk tulisan.pada dasarnya layanan melalui tulisan cukup efesien terutama bagi layanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, suatu hal yang harus diperhatikan ialah faktor kecepatan, baik dalam penelahaan masalah maupun dalam proses

penyelesaiannya (pengetikan, penandatanganan dan pengiriman kepada yang bersangkutan).[28]

Layanan tulisan terdiri atas dua golongan, pertama, layanan berupa petunjuk, informasi dan yang sejenis ditunjukan pada orang-orang yang berkepentingan, agar memudahkan mereka dalam berurusan dengan instansi atau lembaga: kedua. Layanan berupa reaksi tertulis ataupun permohonan, laporan, keluhan pemberian atau penyerahan, pemberitahuan dan lain sebagainya. Untuk mempercepat layanan tertulis, dibuat standar blangko surat, baik standar surat kepala maupun standar materi bagi keperluan yang sifatnya rutin. Dibidang pekerjaan perkantoran standarisasi surat sangat perlu, selain mempercepat pekerjaan, juga untuk keperluan efesian waktu dan biaya, kemudahan dalam pengerjaan dan memperkecil kesalahan.

3. Layanan dengan perbuatan

Pada umunya layanan dalam bentuk perbuatan 70-80% dilakukan oleh petugas-petugas tingkat menegah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan hasil terhadap perbuatan atau pekerjaan.

[28]AS Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesi*.....hal.191

Tujuan utama orang yang berkepentingan ialah mendapatkan pelayanan dalam bentuk perbuatan atau hasil perbuatan, bukan sekedar penjelasn daan kesanggupan secara lisan.

Selanjutnya sehubungan dengan faktor kualits hsil pekerjaan, perlu diperhtikan tiga hal penting seperti berikut:

a. Adanya kesangguapan dalam melakukan pekeerjaan dengan motif mulia, yaitu ikhlas karena Allah semata-mata .
b. Adanya keterampilan khusus untuk menangani pekerjaan. Untuk itu pekerjaan harus memiliki keteraampilan yang disyaratkan, atau jika belum memiliki harus terlebih dahulu mendapatkan pendidikan/latihan yang sepadan.
c. Disiplin dalam waktu, prosedur dan metode yang telah ditentukan.

E. Sarana Pelayanan

Sarana pelayanan yang dimaksud disini adalah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama atau pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan sosial dan juga berfungsi sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang

sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu. Fungsi sarana pelayanan adalah:

1. Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan, sehingga dapat menghemat waktu.
2. Meningkatkan produktifitas, baik barang ataupun jasa.
3. Kualitas produk yang lebih baik atau terjamin.
4. Ketepatan susunan dan stabilitas ukuran terjamin.
5. Lebih mudah atau sederhana dalam gerak pelakunya.
6. Menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang-orang yang berkepentingan sehingga mengurangi sifat emosional mereka.
7. Menimbulkan rasa puas pada orang-orang yang berkepentingan sehinggan mengurangi sifat emosional mereka.

F. Fasilitas Layanan

Disamping sarana kerja ada jenis sarana lain yang juga pegang peranan dalam pelaksanaan fungsi pelayanan menghadapi orang-orang, yang disebut dengan fasilitas pelayanan. Ada beberapa fasilitas layanan antara lain adalah[29]

[29]AS Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesi*.....hal. 123

1. Fasilitas ruangan, yang terdiri dari ruangan-ruangan:
    a. Ruang pelayanan yang cukup aman dan tertib
    b. Ruang informasi, dilengkapi dengan bahan-bahan yang penting secara umum ingin diketahui oleh orang-orang yang berkepentingan.
    c. Ruang tunggu, dilengkapi dengan penerangan yang cukup untuk dapat membaca, tempat duduk, meja kecil seperlunya asbak dan bak sampah.
    d. Ruang ibadah, terutama baagi mereka yang beragama Islam, agar sambil menunggu selesaiurusannya, mereka bisa menunaikan shalat.
    e. Kamar kecil, dilengkapi dengan sistem pengairan yang baik, agar tidak menimbulkan bau tidak sedap dan terjaga kebersihannya.
    f. Kantin yang murah selain untuk keperluan karyawan juga melayani orang-orang yang menunggu. Setidaknya diruangan diruangan disediakan minum air putih.
    g. Telepon umum, fasilitas perlengkapan umum dikota-kota besar sudah menjdi perlengkapan fasilitas umum dan sangat membantu orang-orang yang sedang dalam keperluan mendesak melakukan komunikasi dengan dengan keluarga atau teman.

h. Alat panggil, digunakan untuk ruangaan tunggu yang luas dan banyak loket atau pintu sangat perlu fasilitas atu alat penggil yang mudah didengar oleh orang-orang yang sedang menunggu.

G. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Ada bebrapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam upaya untuk meningkatkan kualitaas pelayanan. Faktor-faktor tersebut meliputi:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan.
2. Mengelola haarapan pelanggan
3. Mengelola bukti kualitas pelayanan
4. Mendidik konsumen tentang jasaa
5. Mengembangkan budaya kuaalitas
6. Menciptakan *automting quality*
7. Menindak lanjutkan jasa
8. Menembangkan sistem informasi kualitas jasa.[30]

Model kualitas jasa yang populer dan hingga kini banyaakdijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model servqual (*service quality*). Menurut Fandy Tjiptono model ini menegaskan bila kinerja pada suatu atribut (*attribute performance*)

[30]Anton Adi Wayoto, *Strategi Untuk Memberikan Pelayanan Yang Bermutu*, (Jakarta: Bina Rupa Aksara , 1997), hal. 59

meningkat lebih besar dari pada harapan (*expection*) atas atribut yang bersangkutan,maka kualitas pelayanan juga akan meningkat. Begitu pula sebaliknya.[31]

Servqual adalah suatu kuisioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa, servqual dibangunatas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima dengan laynan yang diharapkan/ diinginkan.

Pelayanan kualitas pelayanan menggunakan model servqual mencangkup perhitungan perbedaan diantara nilai yang diberikan oleh para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan resepsi. Skor servqual untuk setiap pasang pernyataan, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung rumus berikut

Skor servqual= skor persepsi- skor harapan

Sedangkan menurut Giokni jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang duharapkan, maka layanan dikatan memuaskan. Dengan demikian *service quality* dapat didefinisikan

[31]Dorote Wahyu Ariani, *Manajemen Kualitas.* (Jakarta: Ghalia Indonesi, 2003), hal. 68

sebagai beberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang merekla terima/peroleh.[32]

Model servqual meliputi analisa lima gap yang berpengaruh terhadap kualits layanan. Gap tersebut yaitu:

1. Kesenjangan anatara harapan konsumen dan presepsi manajemen terhadap pelanggan.
2. Perbedan antara presepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualits jasa.
3. Perbedaan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.
4. Perbedaan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
5. Kesenjangan antara jasa yang dipresepsikan dan jasa yang diharapakan.[33]

H. Manajemenn Kualitas Pelayanan

Ketika pelanggan mempunyai suatu urusan tatu keperluan pada sebuah perusahaan, ia akan merasa senang atatu tidak saat dilayani oleh petugas. Jika pelanggan merasa senang dilayani petugas, maka pelayanan tugas sangat memuaskan atatu

[32]Nuryani E, *Hubungan Anatara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasn Pelanggan*, (Bandung: PT Permata Bank Tbk, 2006), hal 101
[33]Nuryani E, *Hubungan Anatara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasn Pelanggan*.....hal 89

pelayanannya berkualitas , sebaliknya, ketika pelanggan merasa dirugikan akibat pelayanan yang berbelit-belit, tidak terbuka/transparan tentang apap yang diinginkan oleh pelanggan, maka dapat dikatan pelayanannya tidak berkualitas.

Suatu pertanyaan yang perlu mendaptkan jawaban adalah mengapa pelanggan tidak mendaptkan pelayanan seperti yng siharapakan? Apakah semua persyartan yang perlu telah dilengkapi? Jika semua persyaratan telah dilengkapi tetapi pelanggan tidak mendaptakan pelayann yang memuaskan, maka dapat disimpulakan bahwa mungkin terdapat sesuatu yang belum terbaca atau belum terdapat dalam proses pelyanan. Untuk mendapatkan jawaban kepastian kualitas pelayanan, diperlukan kesepahaman tentang aturan main pelayanan yang diberikan, baik dari sisi pelayan maupun pelanggan.[34]

Gaspersz menyatakan bahwa kualitaspelayananadalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan. Sedangkan kualitas seperti dijelaskan dalam kamus besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu atau pribadi yang baik dalam bentuk tingkah laku seseorang yang baik yang dapat dijadikan teladan dalam hidup bermasyarakat dan bernegara.[35]

[34] Syafuddin Chan, *Relationship Marketing* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal.33
[35] Philip Kotler, *manajemen pemasaran di indonesia: analisa, perencanaan, implementasi dan pengadilan*. (Jakarta: Selemba Empat, 2002), hal. 69.

Kualitas juga dapat diartikan sebagai kesesuaian dengan persyartan, kesesuaian dengan pihak memakai atau bebas dari kerusakan/cacat. Untuk itu kualitaspelayananadalah suatu kegiatan pelayanan yang diberikan kepada pelangga sesuai dengan prinsip: lebih mudah, lebih baik, cepat, tepat, akurat, raamah, sesuai dengan harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai kegiatan pelayananyang diberikan kepada seseorang atau orang lain. Kuaalitaas pelayanansektor publik adalah pelayanandan azaz-azaz pelayanan/publik.

Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam pemberian layanan. Standar pelayanan aadalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik.

Kulitas pelayananmerupakan konsep yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak terwujud, bervariasi, tidak tahan lama, serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secra bersamaan, kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Ada dua faktor yang mempengaruhi kualiat pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sdalam hal ini

kualitas pelayanan terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati[36]

Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapakan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima malampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapakan maka kuliataspelayanan dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan,. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan dalam memuaskan pelanggan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.[37]

Persepsi terhadapa kualitas pelayanan merupakan penilain menyeluru atas keunggualan suatu jasa. Sedangkan, harapan terhadap kualitas pelayanan merupakan kenyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang diajadiakan acuan atau standar dalam menilai suatu produk tersebut. Persepsi kualitas yang baik/positif dipercaya bila kualitas yang dialami memenuhi harapan pelanggan. Bila harapan pelanggan terealisasi,

[36]Suharto Abdul Majid, *Costomer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: PT. Rja Grafindo Persada, 2009), hal. 19
[37]Jay dan Barry Render, *Manajemen Operasi*, (Jakarta: PT selemba Empat, 2009), hal. 51

maka persepsi kualiatas total akan rendah. Sekalipun kualitas yang dialami memang (diukur dengan berbagai ukuran objektif).[38]

Kualitas yang diharapkan dipenuhi oleh sejumlah faktor, yakni: komunikasi pasar, komunikasi gethik tular, citra korporasi, dan keburuhan pelanggan. Komunikasi pasar meliputi, periklanan, dan promosi penjualan, yang secara lansung berada dalam kendali perushaan. Sementara itu faktor gethok tular dan citra hanya dapat dikendalikan tidak lansung oleh perusahaan. Dampak eksternal bisa berpengaruh terhadap kedua faktor ini. Akan pada dasaranya, keduanya merupaan fungsi dari masa perusahaan jasa, yang didukung oleh faktor lain seperti iklan. Selin itu, kebutuhan pelanggan juga mempengaruhi harapannya

[38]Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 81

BAB III

HASIL PENELITIAN

A. Histori BMT EI-UMMU RAHIMAH

Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) merupakan lembaga ekonomi atau keuangan syariah nonperbankan yang sifatnya informal karena lembaga ini didirikan oleh kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya. Dalam undang undang tentang LKM No 1 tahun 2013, BMT merupakan lembaga keuanagan mikro yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan. Dalam SE OJK No 29 tahun 2015 Lembaga Keuangan Mikro Yang Melakukan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah (LKMS) merupakan lembaga yang fokus melayani masyarakat berpenghasilan rendah melalui penyediaan jasa simpanan dan pembiayaan berskala mikro, berdasarkan Prinsip Syariah. LKMS juga dapat menjalankan fungsi sosial dengan menerima dana sosial yang berasal dari zakat, infak, dan sodaqoh. Dana sosial berupa zakat hanya dapat disalurkan kepada lembaga amil zakat atau badan amil zakat sesuai peraturan perundangan yang berlaku. Sedangkan infak dan sodaqoh dapat disalurkan langsung kepada mustahiq maupun lembaga amil.

BMT EI- Ummu Rahimah adalah suatu lembaga keuanggan syariah yang diinisiasi pendirianya oleh bank Muamalat Indonesia, PINBUK,ICMI,MUI dan Masyarakat yang bertujuan untuk pemberdayaan usaha Mikro serta sosialisasi ddan implementasi Ekonomi Syariah. BMT El ummuRahimahberlokasikan di Jln,.Lintas Sumatera KM.105 GontomJln. LintasHarapanNagariPalangkikec, IV NagariKab, sijunjung

BMT EI- UMMU RAHIMAH Palangki berdiri sesuai dengan ini managemen program oleh Bank Muamalat Indonesia(BMI), pusat inkubasi bisnis usaha kecil(PINBUK), ICMI dan MUI. Melalui koordinasi dari pusat – Propinsi – Kabupaten/ Kota. Pase pertama dengan penyaringan tes oleh bank Muamalat dan PINBUK kepada dua orang calon pengurus dan tiga orang calon pengelola pada tanggal 23 Agustus 2008. Bertempat dikantor PINBUK (Kampus UNAN Jati : Jl, perintis kemerdekaan No. 77 Padang 25128) oleh Buk Neli dan Bapak Azhari (Bank Muamalat) serta bapak Nadirman (PINBUK), dilanjutkan dengan pelantikan selama satu minggu di asramah haji Padang, tanggal 24 Agustus -28 Agustus 2008, yang diikiti sekitar tiga ratus (300) orang peserta dari empat puluh calaon BMT EI sesumatra barat – Indonesia

Perampungan organisasi dimulai dengan mensosialisasikan serta perumusan bersama tokoh-tokoh masyarakat dikantor wali nagari Palangki dilanjutkan dengan rapat pembentukan koperasi “ BMT EI- Ummu Rahimah Palanki “ sebagai wadah ekonomi islam yang diselengarakan pada hari selasa tanggal 21 Oktober 2008 dilantai dua masjit syuhada’ Palanki menyangkut :

a. Sarana kantor

b. Anggota pendiri

c. Modal dasar

d. AD/ART

e. Pengesahan bersama dinas Kopperindag Kab.Sijunjung

f. Notaris

Dan akhirnya memiliki badan hukum KSU BMT EI- Ummu Rahimah No. 507/05/BH/III.6/XII-208 pada tanggal 30 Desember 2008. Dengan segala keterbatasan pada tanggal 1 januari 2009. BMT EI- Ummu Rahimah mulai beroperasi sesuai dengan fungsi menjadi jasa keuanggan syariah, sebagai perpanjangan tangan Bank Muamalat Indonesia yang merupakan bendahara dan penasehat umum, PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil) sebagai pendamping dalam management, ICMI, Dan MUI sebagai penasehat syariah. Secarah struktur managemen program BMT EI-Ummu Rahimah dalam menumbuh kembangkan perekonomian dan ahklak anggota khususnya, msyarakat pada umunya.

1. Masa pra- operasional
   a. Managemen

Dalam menjalankan usaha KSUS BMT EI- Ummu Rahimah berpedoman pada SOP/SOM dari PINBUK dan AD/ ART telah disakan oleh dinas kopprerindag dilanjutkan dengan pelatihan- pelatihan oleh:

1.) Bank Muamalat Indonesia (BMI)

2.) Dinas Kopperindag Provinsi Sumatra Barat atas rekomendasi dinas Kopperindag kabupaten Sijunjung

bersama BRI Syariah dan BPD Syariah juga bersama BNI Syariah.

3.) Bank Indonesia (BI) melalui rekomendasi PINBUK.

b. Pengelola

Dalam perjalanan sebagai pengelola sangata memprihatinkan, dari empat orang menjadi dua orang dan akhirnya tinggal manager sendiri(ARBEN MARDE) dalam masa yang memang BMT saat itu tidak bisa menjanjikan harapan baik secara finansial maupun kelangsungan serta masadepan yang tidak jelas, Alhamdulillah

1.) pada tanggal 12 November 2014 BMT MEMBELI TANAH untuk kantor.

2.) Pembangunan kantor dari maret 2015- april 2016 sampai rampung.

3.) Tanggal 5 januari 2015 pindak kantor dari komplek masjid Syuhada' Ke kantor sendiri di gontom palangki.

4.) Per 30 april 2016 BMT EL Ummu Rahimah telah mempunyai anggota 16 orang dan kantor sendiri, semua adalah berkat dari allah yang maha kuasa pengasih dan penyayang dan serta kerja iklas, kerja cerdas, kerja keras dan kerja tuntas dari pengurus,pengelolaan serta semua unsur yang ikut andil hingga bisa sampai pada hari ini..

B. Pelayanan BMT EI –Ummu Rahimah

Pelayanan dari BMT El-Ummu Rahimah Palangki adalah:

1. Tabungan masyarakat sejahtera
2. Tabungan anak

3. Tabungan qurban
4. Tabungan haji
5. Investasi mudharabah
6. Pembiayaan(pinjaman)
7. Talangan haji
8. Talangan umrah

a. Tabungan masyarakat sejahtera (TAMARA)

Adalah tabungan yang diperuntukan untuk masyarakat pada umumnya, dimana tabungan jenis ini dapat di tarik kapan saja selama penarikanya dilakukan pada jam kerja, dan tabungan ini merupakan tabungan yang bersifat umum.

b. Tabungan Anak

Merupakan tabungan yang diperuntukan untuk keperluan anak-anak. Dimana tabungan ini digunakan bagi anak-anak untuk keperluan pendidikan pada umumnya. Dimana digunakan untuk membiayaai biaya pendidikan baik sd,smp, sma, maupun bagi mahasiswa.

c. Tabungan qurban

Adalah tabungan yan difasilitasi bagi masyarakat yang inggin untuk berqurban pada hari raya haji nanti, dimana nasabah penabung qurban ini bisa menabung seberapapun dan jika sudah memenuhi nominal yang ditentukan untuk berqurban maka ia bisa mengambil uangnya tersebut untuk membayar biaya qurban, namun pihak dari BMT juga bisa menyalurkan dana tersebut jika pihak nasaban memberikan wewenang untuk menyalurkan dana qurban tersebut, sesuai dengan kesepakatan para pihak.

d. Tabungan haji

Tabungan haji dalam mata uang rupiah yang dikhususkan bagi anda masyarakat muslim Indonesia yang berencana menunaikan ibadah Haji. Dan Nasabah bebas menentukan setoran sesuai dengan keinginan.

e. Investasi Mudharabah(TAJAKA)

Adalah investasi atau deposito berjakangka yang marjin dan keuntunganya disepakati eleh kedua belah pihak yang berakad.

f. Pembiayaan(Pinjaman)

Adalah pemberian dana pada anggota BMT maupu nasabah yang inggin mendirikan usaha dan dilakukan dengan akad yang telah ditentukan dan disepakati oleh kedua pihak yang berakat.

g. Talangan haji

Tabungan haji dalam mata uang rupiah yang dikhususkan bagi Anda masyarakat muslim Indonesia yang berencana menunaikan ibadah Haji secara regular maupun plus.

h. Talanagan umrah

Tabungan berencana dalam mata uang rupiah yang aka nmembantu Anda mewujudkan impian untuk berangkat beribadah Umroh

C. Standar Operasional dan Prosedur (SOP)

1. Bidang*Marketing*
    1) Sebagai langkah awal bidang *marketing* membuat rencana target. baik untuk produk *funding* maupun produk *financing.* Dalam membuat target tersebut haruslah disesuaikan dengan Rencana Kerja Operasional Bank Syari'ah yang dibuatole hDireksi.
    2) Kegiatan operasionalnya
       Pemasaran produk dengan melalui bermacam-macam media pemasaran, baik media elektronik, cetak, pertemuan-pertemuan, pengajian-pengajian, khutbahjum'ah dan sebagainya.

Kegiatan *Funding Officer* dan Anggotanya terutama dalam mobilisasi dana, hasilnya :*Funding*: Saham, Deposito *Mudharabah*, Tabungan *Mudharabah*, Titipan (*Wadi'ahyadDhomanah*)

Setelah diadministrasikan oleh FO, *Funding* yang baru diserahkan kepada SA dan Bagian Jasa Nasabah (Janas), sedangkan *Funding* kelanjutan langsung diserahkan kepada *Teller*/Kasir.

Hasil pembiayaan diserahkan kepada A/O untuk diproses selanjutnya.

3) Operasionalisasi Account officer (A/O) atau Pembina Pembiayaan

   MembuatStruktur Dana dan Alokasi Dana dari dana mobilisasi tersebut untu kmemenuhi permohonan Pembiayaan yang masuk. Memproses CalonDebitur yang masuk. Membina Debitur agar lancer pengembalian pembiayaannya serta mengurangi risiko (menekanrisiko) atas pembiayaan yang diberikan.

4) Operasionalisasi Bagian *Support* Pembiayaan (BSP)

   Memproses Calon Debitur dari segi keabsahan (legal), Transaksi jaminan, mengatasi permasalahan Debitur yang mungkin terjadi,

5) Operasionalisasi Bagian Administrasi Pembiayaan, menyiapkan Surat Persetujuan Pembiayaan (SPP), menyiapkan *Aqad* Pembiayaan serta Pengikatan Jaminan. Menyiapkan slip-slip pencairan Pembiayaan, menyiapkan Kartu Angsuran untuk Debitur, menyiapkan Kartu Pembiayaan (untuk Bank), menyiapkan slip-slip pembayaran kembali, angsuran atau pelunasan, menyelenggarakan *File* Debitur, Pengamanan Jaminan, Khusus untuk *Mudharabah* atau *Musyarakah*, Membuat

Tabel Rencana Pembayaran , Membuata ktualisasi Pembayaran

6) Operasionalisasi Bagian Pengawasan Pembiayaan

Membuat *Register* Calon Debitur,, Membuat *Register* Debitur, Membuat Daftar Rencana Angsuran/Pembayaran Debitur dan Aktualisasinya, Membuat surat-surat Peringatan, Pemecahan permasalahan Debitur, *Execusi* jaminan.

2. Bidang Operasional

1) Service Operasional

Informasi Kegiatan Bank Syari'ah terutama Bidang Marketing dan Bidang Operasional, Pencacatan Nasabah *Funding* yang baru,

2) *Teller*/Kasir

Transaksi Keuangan tunai: setoran dan Pembayaran,,Laporan Kas Harian

3) Jasa Nasabah

Penyelenggaraan *Funding*: Deposito *Mudharabah*, Tabungan *Mudharabah, Wadi'ahyad Dhomanah*, Zakat, Infaq (ZIS), Pembuatan Kartu Tabungan, Pembuatan *Register* Deposito, Jurnal *Fundin*, Penghitungan Bagi Hasil Deposito dan Tabungan *Mudharabah*, Bonus *Wadi'ahyad Dhomanah*

4) Bagian Tata Buku

Pembukuan transaksi fisik pada Kasir/*Teller*, Pembukuan transaksi Rekening Bank, Pembuatan Neraca dan Daftar Rugi/Laba Harian, Pembuatan Neraca dan Daftar Rugi/Laba Bulanan.

5) BidangUmum

a) Sekretariat

Surat-menyurat, Arsip dan dokumen

b) Perbekalan

Inventarisasi Kebutuhan sesuai dengan anggaran, Belanja barang investasi dan biaya, Urusan inventaris dan penyusutannya (cadangan penyusutan)

6) Personalia

a) Daftar Hadir Karyawan, Surat-surat Ijin dan Surat-surat Tugas

b) Urusan Gaji Karyawan dan Jaminan social

c) Penyelenggaraan kartu pegawai dan data pegawai

d) Kenaikan gaji dan pangkat

e) Pendidikan dan pembinaan karyawan

7) Urusan Rumah Tangga Kantor

a) Keamanandan Tata Tertib Kantor

b) Pemeliharaan Kantor dan Pemeliharaan Inventarisasi Kantor serta perlengkapan/ perbekalan kantor.

8) Bidang Pengawasan

a) Pengawasan *Marketing*

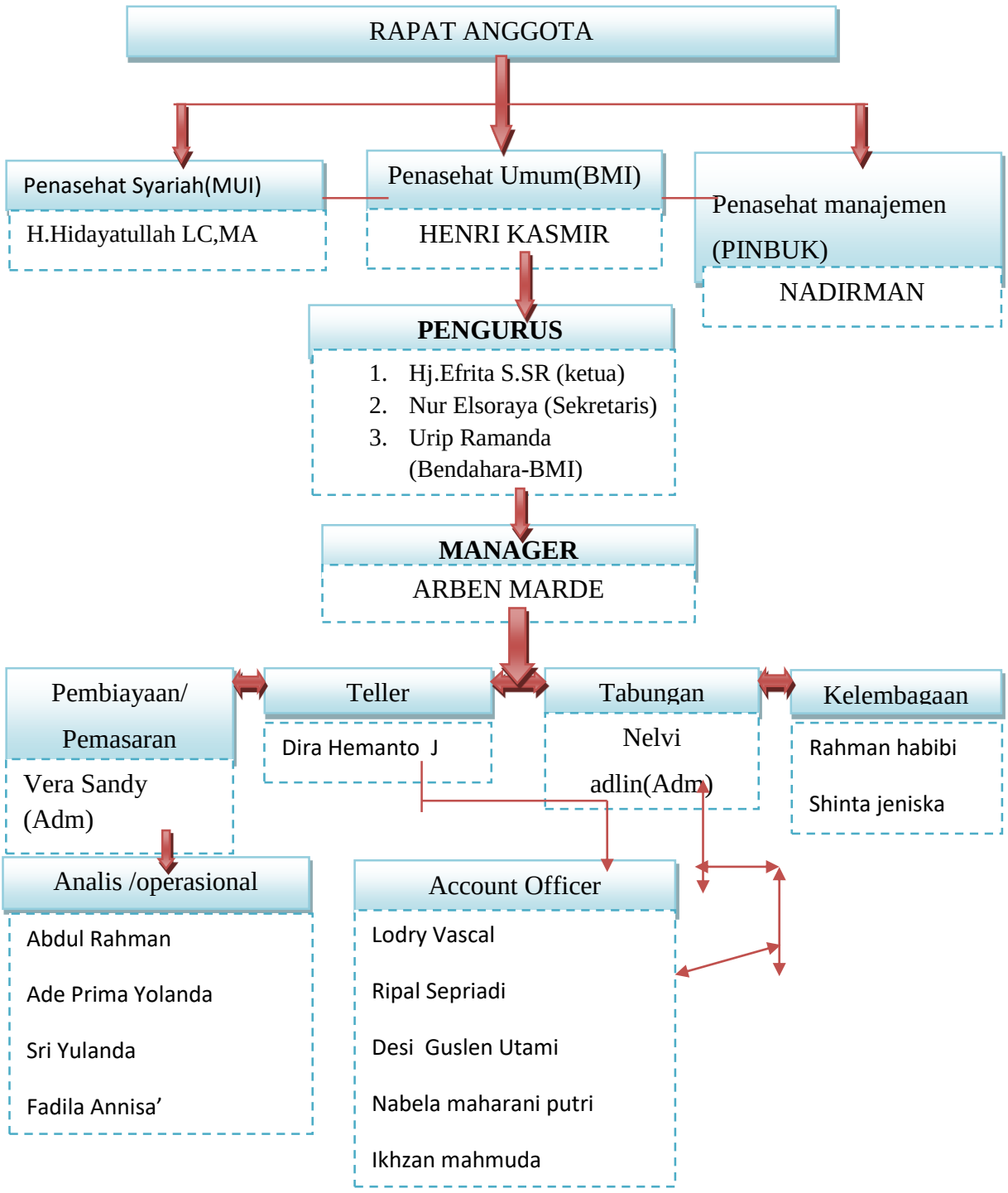
Pengawasan sesuai dengan Syari'ah, Pengawasan Prosedural, Publikopini, masukan untuk pemecahan masalah

b) Pengawasan personil

Pengawasan dalam Dinas dan Pengawasan di luar dinas, Pengamalan Islam, Kedisiplinan, Keterampilan kerja, Kreaktivitasnya, Kerjasama[39]

[39] Dokumen BMT El Ummu Rahimah Palangki

D. TRUKTUR ORGANISASI BMT EI-UMMU RAHIMAH



E. PERMASALAHAN DAN SOLUSI

Dalam penelitian ini penulis menemukan suatu masalah, yang telah dibuktikan dengan data, survai lapangan dan wawancara yaitu penurunan jumlah nasabah secara drastis pada akhir 2018. Permasalahan ini terjadi karena

1. Kurang pelatihan-pelatihan untuk karyawan, sehingga kurang pengetahuan karyawan dalam hal yang berhubungan dengan cara pelayanan
2. Karyawan kurang tanggap dalam menanggapi permasalahan yang datang dari nasabah, ini merupakan permasalahan terbesar dalam pelayanan. Karena kesalahan ini sehingga nasabah akan bicara mulut ke mulut dan dapat menghilangkan rasa kepercayaan dan loyalitas nasabah, sehingga berpindah ke bank lain.

Pada BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki, jumlah nasabah secra keseluruhan yaitu sekitar 112 orang nasabah, daerah pemasaran BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki ini meliputi pasar pasar, ibuk ibuk sekitarnya dan seluruh bagian daerah , dengan hadirnya lembaga lembaga keuangan lainnya yang menawarkan produk produk yang lebih menarik maupun pelayanan pelayanan yang menarik hati nasabah. Karena itu BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki sangat perlu untuk memperhatikan setiap nasabah yang sudah didapatkan dengan susah payah supaya dia loyal dan tidak lari dari BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki. Apabila nasabah sudah terpenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan pelayanan

yang disajikan oleh pihak BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki secara spontan nasabah akan loyal terhadap lembaga keuangan dimana merek melakukan trnsaksi.

Dalam menjalankan usaha bisnis BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki selain menawarkan produk-produk yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah juga lebih fokus kepada pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah. Dalam meningkatkan jumlah nasabah maka perlu dibutuhkan strategi pelayanan sebagai berikut:

1. Selalu mengingatkan kepada petugas front liner untuk selalu konsentrasi dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Karena tugas front liner mempunyai peran yang sangat besar dalam kemajuan BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki selain itu pihak manajemen selalu memberikan pengarahan kepada petugas front liner ketika wajah mereka cemberut, maka nasabah akan mengatakan pelayanan BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki tidak baik, kelihatannya memang tidak begitu penting, namun hal ini akan berkembanag menjadi ciri-ciri negatif dari BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki secara keseluruhan.
2. Adanya latihan-latihan untuk para pengelola BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki yang berhubungan dengan cara pelayanan dan hal-hal lain yang berhubungan dengan operasional sebuah BMT.
3. Pendekatan nasabah. Tujuan dari pendekatan nasabah ini dilkukan untuk memberikan kenyamanan terhadap nasabah karena dengan adanya pendekatan ini maka nasabah akan merasa dirinya lebih dekat dengan karyawan BMT, pendekatan ini biayasanya dilakukan oleh setiap karyawan,

misalnya teller yang pada umumnya bertransaksi lansung dengan nasabah, tidak hanya menanyakan kepentingan nasabah datang ke BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki tersebut, tetapi juga menanyakan bagaimana dengan kabarnya nasabah tersebut, dengan begitu nasabah akan merasa bahwa tidak ad jurang pemish antara petugas BMT dengan nasabah itu sendiri. Begitu juga dengan petugas lainnya tentu harus melakukan hal yang sama untuk menciptakan kenyamanan dilingkungan BMT.

4. Pelayanan pick-up. Pelayanan sudah dijalani BMT sejak dimulai beroprerasinya lembaga keuangan syariah BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki pelayanan yang digunakan untuk menjemput dana yang disetorkan oleh nasabah. Sekarangt karyawan BMT tidak hanya duduk sambil menunggu nasabah datang, tetapi mereka lansung mencari nasabah yang disebut dengan sistem jemput bola. Sistem ini merupakan salah satu cara untuk memberikan pelayanan kepada nasabah, karena nasabah tidak perlu repot lagi untuk mengntarkian dananya ke BMT, seperti contoh BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki pergi ke pasar-pasar, sekolah- sekolah, dan kerumah warga untuk menjemput tabungan nasabah ini dilakukan oleh petgas marketing.
5. Tanggapan daan komplain/ keluhan nasabah . ketanggapan karyawan dalam menanggapi keluhan yang datang dari nasabah merupakan strategi yang diterapkan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah. Dengan adanya kotak kritak dan saran nasabah bisa menyampaikan masalah-masalah yang mereka hadapi selama menggunakan jasa dari BMT, selain itu nasabah juga

bisa datang lansung menemui karywan BMT dan menyampaikan kendala yang dihadapi .

6. Berkomitmen terhadap mutu pelayanan. Menurut data penulis dapatkan dari hasil wawancara dan fakta yang penulis temui dilapangan menunjukan bahwa dengan komitmen dari setiap pengelola serta pengurus dan hal ini pelayanan terhadap nasabah.
7. Adanya tim penilaian pelayanan. Tim ini bisa dari BMT dan juga dari orang luar hal ini bertujuan untuk melihat sejauh mana kemampuan dari petugas front liner dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, dan dari hasil yang diberikan oleh tim penilai pihak manajemen BMT EL UMMU RAHIMAH Palangki dan berusaha memberikan untuk peningkatan kualitas pelyanan.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penilitian pada BMT El Ummu Rahimah Palangki, maka dapat ditemukan kesimpulan bahwastrategi pelayanan dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah pada BMT El Ummu Rahimah Palangki dengan melakukan

1. Melakukan pendekatan terhadap nasabah
2. Adanya pelayanan pick-up (jemput bola)
3. Selalu mengingatkan kepada front liner untuk selalu konsen dalam meningkatkan pelayanan terhadap nasabah
4. Adanya pelatihan-pelatihan untuk para pengelola BMT El Ummu Rahimah Palangki yang berhubungan dengan cara pelayanan dan hal-hal lain yang berhubungan dengan operasional dalam sebuah BMT
5. Tanggap terhadap komplain/keluhan nasabah

B. SARAN

1. Supaya BMT El Ummu Rahimah Palangki lebih meningkatkan pelayanan lagi terhadap nasabah, agar nasabah tidak berpaling ke Bank yang lain, melihat telah banyaknya lembaga keuangan bank syariah maupun konfensional yang melakukan pelayanan yang sama seperti pick-up (jemput bola)
2. Supaya BMT memberikan BMT inovasi-inovasi baru terhadap pelayanan yang diberikan kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman bertransaksi di BMT El Ummu Rahimah Palangki
3. Penulis menyarankan kepada BMT untuk sering melakukan sosialisasi kepada masyarakat dalam memperkenalkan produk-produk dan layanan di BMT El Ummu Rahimah Palangki
4. Penulis menyarankan kepada BMT agar dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha sampingan membuka kesempatan kerja dan meningkatkan penghasilkan umat Islam serta menumbuhkan minat masyarakat