MUSYARAKAH
JURNAL EKONOMI SYARIAH

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PENGURUS BAITUL MAL WAT TAMWIL TERHADAP KEPUASAN ANGGOTANYA DI KEPENGHULUAN LENGGADAI HULU KECAMATAN RIMBA MELINTANG KABUPATEN ROKAN HILIR.

Raja Jeldi
Ekonomi Syariah, STAI Ar-Ridho
email: rajajeldi@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengurus Baitul Mal Wat Tamwil Terhadap Kepuasan Anggotanya di Kepenghuluan Lenggadai Hulu Kecamatan Rimba Melintang Kabupaten Rokan Hilir. Populasi dari penelitian ini berjumlah 568 orang, Sampel dalam penelitian ini sebanyak 85 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Non-probability Sampling. Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan teknik angket/kuisioner. Uji validitas menggunakan teknik korelasi Product Moment dari Pearson. Uji reliabilitas menggunakan teknik Alpha Cronbach dengan bantuan dari SPSS v.16 for Windows. Uji asumsi yang dilakukan adalah uji normalitas, homogenitas dan linieritas. Uji Hipotesis menggunakan analisis regres sederhana. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengurus Baitul Mal Wat Tamwil Terhadap Kepuasan Anggotanya di Kepenghuluan Lenggadai Hulu Kecamatan Rimba Melintang Kabupaten Rokan Hilir. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai korelasi variabel X dan Y sebesar 0,952 dengan taraf signifikansi 5%. Diperoleh pula R Square sebesar 0,907. Adapun besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengurus Baitul Mal Wat Tamwil Terhadap Kepuasan Anggotanya di Kepenghuluan Lenggadai Hulu Kecamatan Rimba Melintang Kabupaten Rokan Hilir sebesar 90,7% dan sisanya disebabkan oleh faktor-faktor lain yang bukan fokus pembahasan dalam penelitian ini.
Kata kunci: Kualitas Pelayanan Pengurus, Kepuasan Anggotanya
Abstrac:*This study aims to examine the effect of the service quality of Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) management on member satisfaction in Lenggadai Hulu Village, Rimba Melintang District, Rokan Hilir Regency. The population of 568 members, with sample of 85 respondents. The sampling technique used was non-probability sampling. To test the research hypothesis, data were collected using a questionnaire technique. The validity test employed the Pearson Product Moment correlation method, while the reliability test used Cronbach's Alpha with the assistance of SPSS version 16 for Windows. The assumption tests conducted included normality, homogeneity, and linearity tests. Hypothesis testing was carried out using simple regression analysis. Based on the results and discussion, it can be concluded that there is a significant*

effect of the service quality of Baitul Mal Wat Tamwil management on member satisfaction in Lenggadai Hulu Village, Rimba Melintang District, Rokan Hilir Regency. This is indicated by the correlation value between variables X and Y of 0.952 at a 5% significance level. The R Square value obtained was 0.907, indicating that the service quality of Baitul Mal Wat Tamwil management contributes 90.7% to member satisfaction, while the remaining percentage is influenced by other factors not examined in this study.

I. PENDAHULUAN

Pembangunan nasional merupakan upaya pembangunan yang berkesinambungan dalam rangka mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah melakukan pembangunan diberbagai bidang, salah satunya adalah pembangunan dibidang ekonomi dan keuangan. Dalam bidang ekonomi dan keuangan ini, salah satu sektor yang berperan penting dan memiliki posisi strategis dalam rangka mewujudkan tujuan nasional adalah sektor perbankan. Perkembangan baru dalam dunia perbankan di Indonesia menunjukkan prospek yang lebih baik sejak ditetapkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Penyempurnaan landasan hukum beroperasinya perbankan syari'ah nasional merupakan suatu proses yang berkelanjutan. Hal ini ditandai dengan penyempurnaan peraturan perbankan syari'ah dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1998 tentang perbankan dinyatakan dengan jelas mengenai penggolongan kegiatan usaha bank menjadi dua jenis, yakni bank yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional dan bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah.

Lembaga keuangan syariah hadir sebagai wujud perkembangan aspirasi masyarakat yang menginginkan kegiatan perekonomian dengan berdasarkan prinsip syariah, selain lembaga keuangan konvensional yang telah berdiri selama ini. Lembaga keuangan syariah tersebut diantaranya adalah bank syariah dan *Baitul Maal wat Tamwil* atau lembaga keuangan mikro syariah. Bila pada perbankan konvensional hanya terdapat satu prinsip yaitu bunga, maka pada lembaga keuangan syariah terdapat pilihan prinsip yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, yaitu prinsip bagi hasil, prinsip jual beli, prinsip sewa, dan prinsip jasa.Akad yang paling banyak digunakan dalam praktik lembaga keuangan syariah seperti baitul maal wat tamwil adalah akad *mudharabah* dan *musyarakah*. Pembiayaan dengan akad *mudharabah* dan *musyarakah* pada dasarnya merupakan pembiayaan yang sempurna, hal ini dikarenakan pada pembiayaan tersebut digunakan prinsip bagi hasil keuntungan (*profit sharing*).[1] Selain menggunakan prinsip bagi hasil keuntungan (*profit sharing*), hal lain yang membuat ideal adalah adanya pembagian kerugian (*loss sharing*). Kerugian pada pembiayaan dengan akad *mudharabah* akan ditanggung sepenuhnya oleh bank, kecuali bila nasabah melakukan kelalaian dan kesengajaan yang menyebabkan dialaminya kerugian.

Hal ini mendorong berbagai lembaga keuangan syari'ah yang sejenis, seperti banyak berdirnya Baitul Mal Wat Tamwil diseluruh Indonesia. Kehadiran Baitul Mal Wat Tamwil untuk menyerap aspirasi masyarakat muslim di tengah kegelisahan kegiatan ekonomi dengan prinsip riba, sekaligus sebagai *supporting funding* untuk mengembangkan kegiatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah. Mengingat bahwa Baitul Mal Wat Tamwil tergolong baru berkembang, maka dengan adanya persaiangan bisnis yang semakin ketat mengharuskan pihak manajemen Baitul Mal Wat Tamwil untuk selalu berorientasi pada konsep pemasaran *(market oriented)* dan strategi pemasaran yang tepat agar dapat merebut pasar atau anggota sebanyak mungkin. Untuk

[1] Burhanuddin, *Hukum Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2001), h. 125

memenangkan persaingan yang semakin ketat dan tajam maka diperlukan usaha, salah satu usahanya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan guna memberikan kepuasan terhadap anggota.

Selanjutnya kualitas pelayanan merupakan faktor kunci yang menjadi keunggulan daya saing di dunia perbankan, karena Baitul Mal Wat Tamwil merupakan suatu lembaga yang memberikan jasa. Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan anggota. Dalam pelayanannya Baitul Mal Wat Tamwil dituntut harus mengedepankan kualitas dan kuantitas serta kepuasan para anggotanya, Sehingga akan terjadi kemajuan dalam kualitas pelayanan terhadap anggota dan akan memberikan dampak yang positif terhadap kelangsungan Baitul Mal Wat Tamwil. Dwi Aryani menjelaskan Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan anggota. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada anggota untuk menjalin hubungan yang kuat dengan pihak Baitul Mal Wat Tamwil. Semakin tinggi kualitas yang diberikan kepada anggota semakin tinggi pula kepuasan anggota yang akan diterima. Hal ini memaksa pihak Baitul Mal Wat Tamwil untuk lebih berorientasi eksternal dengan cara memberikan pelayanan kualitas terbaik dan meningkatkan kinerjanya yang menarik kepada anggota dengan menumbuhkan sikap loyalitas kepada anggota. Kepuasan sendiri menurut para akademisi, kepuasan pelaggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan [2] Karena dengan terciptanya kualitas yang bagus serta ditunjang dengan kuantitas yang baik maka Baitul Mal Wat Tamwil akan dapat di perhitungkan di level nasional sebagai lembaga keuangan yang mandiri dan dapat mengangkat perekonomian masyarakat. merupakan sebagai salah satu faktor yang membuat kemajuan lembaga keuangan ini atau Baitul Mal Wat Tamwil dapat bersaing ditengah kompetisi dari lembaga keuangan lain.

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan Pengurus

a. Pengertian Kualitas

Kata "kualitas" mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan. Kualitas adalah sutau proses meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikan atau ditetapkan. Sedangkan menurut KBBI "istilah, kata kualitas berarti mutu, yaitu tingkat baik buruknya sesuatu".[3] Sedangkan menurut beberapa pakar dan organisasi yang mencoba mendefinisikan kualitas (mutu) berdasarkan sudut pandangnya masing-masing. Feigenbaum menyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full costumer satisfaction*). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk/jasa.[4] Menurut Joseph Juran, kualitas adalah kesesuaian untuk penggunaan (*fitness for use*), ini berarti bahwa suatu produk atau jasa hendaklah sesuai dengan apa yang diperlukan atau diharapkan oleh pengguna. Menurut Edward Deming, suatu tingkat yang dapat diprediksi dari keseragaman dan kebergantungan pada biaya

[2] Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan* (.2010. Vol. 17. No. 2),h. 114-126

[3] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 603

[4] M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu,* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 41

rendah dan sesuai dengan pasar[5] Menurut Phillip Kotler kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau jasa yang dinyatakan atau yang tersirat.[6]

Dari beberapa pendapat tokoh di atas, terdapat beberapa kesamaan yaitu dalam elemen-elemen yaitu (1) kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. (2) Kualitas menyangkut produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan. (3) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap kualitas saat ini, mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

b. Pengertian Pelayanan

Dalam Kamus lengkap Bahasa Indonesia disebutkan bahwa arti kata layan adalah membantu mengurus atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang, meladeni. Sedangkan Pelayanan adalah cara melayani.[7] Menurut Kotler, pelayanan merupakan setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terkarikat pada suatu produk atau fisik.[8] Sedangkan Atep Adya Barata mengemukakan bahwa pelayanan adalah daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga korporat bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat pelanggannya.[9] Menurut Suparlan (dalam Moenir) pelayanan adalah usaha pemberian bantuan atau pertolongan kepada orang lain, baik berupa materi maupun non materi agar orang itu dapat mengatasi masalahnya sendiri. Lanjut Moenir menjelaskan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.[10]

Jadi Pelayanan dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok dan atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.

c. Pengertian Pengurus

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan pengurus berasal dari kata urus. Pengurus adalah seseorang yang mengurus dan memimpin perkumpulan (partai); pemimpin; redaksi. Menunjuk beberapa orang menjadi lembaga social yang terdiri atas seorang ketua, seorang sekretaris seorang bendahara, dan beberapa anggota.[11]

Penjelasan di atas dapat dimengerti pengurus adalah segenap manusia untuk mengelola suatu lembaga atau organisai yang telah disepakati bersama agar berjalan dengan maksimal dan baik serta dapat mencapai tujuan yang telah di tetapkan.

d. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

---

[5] Uhar Suharsaputra, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung: Refika Aditama, 2010), h. 227

[6] Zuanita Amalia Sulistiyani, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Dengan Dimensi Carter* **(**Skripsi SI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), h. 13

[7] EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Edisi Revisi* (Semarang: Difa Publisher, 2008), cet. Ke-3, h. 520

[8] Ismanto Setyobudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, (Malang: Gava Media, 2014), h. 135

[9] Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), h. 23

[10] Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta Bumi Aksara,. 2005),h.47

[11] Glosarium.orng/arti-pengurus/ di akses pada tanggal 25 Maret 2020

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kuaitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan.[12] Menurut Aref kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan memuaskan.[13] Wyckof mengungkapkan bahwa pengertian kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengandalian akan kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.[14]

Islam mengajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas kepada orang lain jangan memberikan yang tidak berkualitas. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 267: Artinya: "*Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Jangnlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji*". (Q.S. Al-Baqarah ayat 267).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. dengan menggunakan uji statistik korelasi (korelasi product momento sederhana) dan analisis regresi sederhana.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan penemuan secara logis, mengaitkan dengan sumber rujukan yang relevan.

Setiap tabel atau gambar diberi nomor urut, judul, yang sesuai dengan isi tabel dan gambar, dan sumber kutipan jika ada. Sumber kutipan ditulis di bawah gambar atau tabel, jenis huruf Times New Roman ukuran 10. Judul tabel ditulis di atas tabel dan judul gambar ditulis di bawah gambar. Tabel atau gambar harus diletakkan di dalam *body text* dan memenuhi standar untuk dicetak.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Terdapat pengaruh pengaruh positif antara kualitas pelayanan pengurus terhadap kepuasan anggota di Baitul Mal Wat Tanwil Anggro Madani Kepenghuluan Lenggadai Hulu Kecamatan Rimba Melintang Kabupaten Rokan Hilir. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi variabel X dan Variabel Y sebesar 0,952, kemudian nilai koefisien 0,907 dikonsultasikan pada rtabel dengan N= 85 dan taraf signifikansi 5%. Harga rtabel diperoleh sebesar 0,217, sehingga nilai r hitung lebih besar dari rtabel yaitu 0,952> 0,217. Sehingga dapat disimpulkan bahwa "Terdapat pengaruh kualitas pelayanan pengurus terhadap Kepuasan anggota" diterima

DAFTAR PUSTAKA

Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan* .2010.

Andi Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2010.

[12] J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 228
[13] Arief, *Pemasaran Jasa & Kualitas Layanan,* (Malang: Bayumedia Publishing 2007), h. 118
[14] *Ibid*, h. 118

Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004.
Arief, *Pemasaran Jasa & Kualitas Layanan,* Malang: Bayumedia Publishing 2007.
Burhanuddin, *Hukum Bisnis Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2001.
Bambang Hartono, *Manajemen Pemasaran Untuk Rumah Sakit*, Jakarta: Rineka Cipta 2010.
Christopher lovelock dkk, *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi) Perspektif Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2010.
Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2010.
Ismanto Setyobudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, Malang: Gava Media, 2014.
Ivonne Wood, *Layanan Pelanggan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2004.
Kolter Philip, A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat 2000.
Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran : Penekatan Praktis. (Edisi Pertama)*. Yogyakarta: Graha Ilmu 2008.
M Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwi,* Yogyakarta: UII Press; 2004.
Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu,* Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.
Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta Bumi Aksara,. 2005.
Nurul Huda dan Muhammad Heykal, *Lembaga keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
Rambat Lupiyodi, *Manajemen Perusahaan Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
Rifqi Muhammad, *Akutansi Keuangan Syariah* Jakarta: P3EI press, 2008.
Rangkuti,Freddy. *Measuring Customer Satisfaction (cetakan kedua)*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama 2003.
Sutopo. *Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Lembaga Administrasi Negara-RI 2002.
Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta 2012.