

STRATEGI DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN ANGGOTA PENABUNG DENGAN AKAD WADI'AH DI KANTOR PUSAT BAITUL MAL WATTAMWIL (BMT) SUNAN DRAJAT

Muhammad Syaichul Fatoni¹, Siswadi², Risma Damayanti³

¹ Institut Pesantren Sunan Drajat, Lamongan

² Institut Pesantren Sunan Drajat, Lamongan

³ Institut Pesantren Sunan Drajat, Lamongan

syaichulfatoni@gmail.com¹, Siswadi2, risma.parfum80@gmail.com³

Abstract:

Achieving overall customer satisfaction is not easy because today's customers are increasingly educated and aware of their rights. In addition, each customer has a different level of satisfaction even though they need the same product. The process of fulfilling customer satisfaction does not only require quality products or services but also requires efforts that can increase the level of customer satisfaction. By identifying and measuring member satisfaction, several strategies can be determined to be decided next. Strategy is the steps that must be taken by a company to achieve its goals. This research was conducted at BMT Sunan Drajat Center with the aim of knowing the strategy and analyzing the supporting and inhibiting factors at BMT Sunan Drajat to increase customer satisfaction with wadi'ah contracts. BMT Sunan Drajat's strategy in increasing customer satisfaction with wadi'ah contracts is the absence of admin fees, the implementation of a ball pick-up system, the presence of SMS masking as a customer notification regarding transactions carried out by procuring bonuses or rewards for active customers with a mobile banking application to make it easier for customers to make transactions. The supporting and inhibiting factors experienced by BMT Sunan Drajat in an effort to increase customers with Wadi'ah contracts include the supporting factors, namely the Sunan Drajat Brand, which is of great interest to the public, strategic places that are easily accessible to customers. While the inhibiting factor is the number of customers who have become customers of BMT which existed before BMT Sunan Drajat.

Keywords: *Strategy, Satisfaction, Members, BMT.*

Abstrak:

Mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh bukan hal yang mudah karena pelanggan saat ini semakin terdidik dan menyadari hak-haknya. Selain itu, setiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda meski membutuhkan produk yang sama. Proses pemenuhan kepuasan pelanggan tidak hanya membutuhkan produk atau jasa yang berkualitas saja namun juga membutuhkan upaya yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan mengidentifikasi dan mengukur kepuasan anggota dapat menentukan beberapa strategi yang akan diputuskan selanjutnya. Strategi merupakan langkah-langkah yang harus dijalani oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Penelitian ini dilakukan di BMT Pusat Sunan Drajat dengan tujuan untuk mengetahui strategi dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat pada BMT Sunan Drajat untuk meningkatkan kepuasan nasabah dengan akad wadi'ah. Strategi BMT Sunan Drajat dalam meningkatkan kepuasan Nasabah dengan akad wadi'ah ialah tidak adanya biaya admin ditrapkannya sistem jemput bola adanya SMS masking sebagai pemberitahu nasabah terkait transaksi yang dilakukan pengadaan bonus atau reward untuk nasabah yang aktif adanya aplikasi mobile banking untuk mempermudah nasabah bertransaksi. Faktor pendukung dan penghambat yang dialami BMT Sunan Drajat dalam upaya peningkatan nasabah dengan akad Wadi'ah diantaranya faktor pendukung ialah Brand

Sunan Drajat yang banyak di minati masyarakat Tempat yang strategis yang mudah dijangkau nasabah. Sedangkan faktor penghambatnya ialah banyaknya nasabah yang sudah menjadi nasabah dari BMT yang lebih dulu ada sebelum BMT Sunan Drajat.

Kata Kunci: Strategi, Kepuasan, Anggota, BMT.

PENDAHULUAN

Mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh bukan hal yang mudah karena pelanggan saat ini semakin terdidik dan menyadari hak-haknya. Selain itu, setiap pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda meski membutuhkan produk yang sama. Proses pemenuhan kepuasan pelanggan tidak hanya membutuhkan produk atau jasa yang berkualitas saja namun juga membutuhkan upaya yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Banyak rencana dan upaya yang dapat diaplikasikan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai. Pelanggan yang tidak sekedar puas, namun juga senang, loyal dan bersedia menjalin relasi jangka panjang dengan perusahaan menjadi kunci keberhasilan setiap organisasi.¹ Dengan mengidentifikasi dan mengukur kepuasan anggota dapat menentukan beberapa strategi yang akan diputuskan selanjutnya. Strategi merupakan langkah-langkah yang harus dijalani oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Ada beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan menurut Fandy diantaranya: strategi pemasaran yang berfokus pada hubungan relasi, strategi pelayanan dan penanganan keluhan yang efisien, serta strategi peningkatan kinerja perusahaan. Masalah strategi juga merupakan unsur kepuasan yang sangat penting, karena strategi menentukan pelatihan, perilaku, dan penyampaian layanan spesifik yang tepat.

Kunci membentuk fokus kepuasan pada pelanggan adalah menempatkan karyawan untuk berhubungan langsung dengan pelanggan dan memberdayakan karyawan untuk mengambil tindakan yang diperlukan untuk memuaskan para pelanggan.² Pelayanan yang diberikan oleh karyawan sangat menentukan kepuasan pelanggan dengan kinerja para karyawan, karyawan harus memperhatikan faktor-faktor strategis yang mendukung kinerja agar sesuai harapan pelanggan. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta, interaksi antara karyawan dan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting dalam pembentukan fokus pada pelanggan. Salah satu lembaga keuangan syariah di Lamongan adalah BMT Sunan Drajat yang tepatnya terletak di Tunngul paciran Lamongan. BMT Sunan Drajat ini berbentuk Koperasi Serba Usaha (KSU) Dengan memiliki karyawan aktif sekitar 50 orang, 6 dewan pengawas dan 5 dewan pengurus yang menjalankan fungsi BMT sama layaknya perbankan seperti yang terkait menghimpun dan menyalurkan dana yang telah dijelaskan dalam UU No. 7 sebagaimana diubah menjadi UU No. 10 tahun 1998 Dalam rangka menghimpun dana BMT Sunan Drajat telah mengalami pertumbuhan serta peningkatan yang baik, hal tersebut dibuktikan berdasarkan perkembangan jaringan kantor dan BMT Sunan Drajat yang sudah tersebar di dalam wilayah Lamongan maupun di luar wilayah.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku

¹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, 356.

² Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002), 44-47.

yang dapat diamati dari subyek itu sendiri.³ Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.⁴ Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran mendalam tentang Strategi Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Penabung dengan Akad Wadi'ah di kantor pusat Baitul Mal Wattamwil (BMT) Sunan Drajat.

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

Pengertian Strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, penyusunan rencana dan eksekusi sebuah aktivitas untuk mencapai sasaran dan tujuan-tujuan sesuai dengan peluang-peluang serta ancaman-ancaman dalam kurun waktu tertentu yang berfokus pada tujuan jangka panjang. Selain itu, dapat juga disimpulkan sebagai rencana kerja yang memaksimalkan kekuatan dengan mengaitkan secara efektif sasaran dan sumber daya organisasi untuk mencapai suatu sasaran tujuan organisasi.

Pengertian Kepuasan

Kata kepuasan atau *Satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*”(artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai”. Berikut merupakan beberapa definisi kepuasan menurut para ahli diantaranya Wilkie dalam buku Fandy Tjiptono yang mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.⁵ Kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima dan kerap kali juga dituntut investasi besar pada serangkaian aktivitas yang ditujukan untuk membahagiakan pelanggan saat ini dan masa depan.

Pengertian Anggota

Anggota adalah orang-orang/ badan hukum koperasi yang mempunyai kepentingan ekonomi yang sama sebagai pemilik dan sekaligus pengguna jasa, berpartisipasi aktif untuk mengembangkan usaha lembaga (koperasi) dan syarat-syarat lain yang ditentukan dalam anggaran dasar serta terdaftar dalam buku daftar anggota.⁶

Pengertian Baitul Maal wat Tamwil

Baitul Maal wat Tamwil .(BMT) terdiri dari dua istilah, yaitu baitul maal dan baitul tamwil. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, sedangkan *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana. BMT merupakan sebuah sarana pengelolaan dana *masalah amanah* yang bebas riba. BMT adalah

³ Arif Furchan, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1992), 21.

⁴ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif, Teori Dan Praktik*, (Jakarta: BumiAksara 2013), 80.

⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 354.

⁶ Andriani Septika, *Mengenal Uang dan Lembaga Keuangan*(Depok: PT. Media Cerdas Nasional, 2012),61.

lembaga keuangan yang bersifat komersial berdasarkan akad/ perjanjian simpan pinjam, *wadi'ah*, *mudharabah*, dan penyertaan (*syirkah*) kepada masyarakat untuk kegiatan usaha yang bersifat produktif dengan sistem bagi hasil.

BMT Sunan Drajat menjamin kepuasan menggunakan 2 metode pengukuran kepuasan berdasarkan Kotler yaitu sistem keluhan dan saran serta analisis *lost customers*. Dengan sistem keluhan dan saran BMT Sunan Drajat menangani secara langsung dengan bertatap muka baik diselesaikan atau ditampung terlebih dahulu. BMT Sunan Drajat juga menerima keluhan saran melalui via telepon. Sedangkan analisis *lost customer* yang diterapkan oleh BMT Sunan Drajat adalah dengan melakukan pendekatan kepada anggota dengan mencari tahu sebab dan alasan mengapa anggota kurang aktif dalam menabung serta memperdalam setiap permasalahan yang dialami anggota terkait hal menabung.⁷

BMT Sunan Drajat menjamin kepuasan anggotanya dengan berbagai macam upaya. Sebagaimana dengan teori yang dipopulerkan oleh Kotler, pengukuran kepuasan dapat menggunakan empat metode diantaranya yaitu sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan.⁸ BMT Sunan Drajat hanya menggunakan dua metode pengukuran karena dari hal ini, membuat lembaga keuangan baik dari manajer beserta keorganisasian akan mampu mempelajari dan memahami cara anggota menginterpretasikan pengalamannya dari apa yang didapatkannya. Sedangkan dua strategi lainnya kurang tepat digunakan karena *ghost shopping* hanya menilai kinerja karyawan berdasarkan pengamatan manajer, tentu saja perilakunya akan “sangat manis”. Penggunaan survei kepuasan pelanggan juga kurang tepat, karena sebagian Nasabah BMT Sunan Drajat berasal dari masyarakat “sederhana”, selain itu metode seperti ini akan memakan waktu yang cukup lama. Kepuasan Nasabah di BMT Sunan Drajat memberikan beberapa manfaat yang dirasakan lembaga diantaranya anggota loyal, adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif (*gethok tular*) dan adanya retensi pelanggan (Nasabah).⁹ Hal ini juga sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Fandy terkait manfaat kepuasan.

Ada beberapa strategi yang telah dilakukan BMT Sunan Drajat dalam meningkatkan kepuasan Nasabah dengan akad *wadi'ah* yaitu dengan meningkatkan pelayanan, menjalin hubungan kemitraan (*relationship marketing*) serta peningkatan kinerja perusahaan (terkait sumber daya manusia), sebagaimana penjelasan berikut: 1) Strategi pelayanan (*customer service*) yang diberikan adalah pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memberikan rasa puas kepada anggota penabung. Strategi ini cukup efektif karena rasa puas muncul tergantung dari bagaimana sebuah layanan jasa yang diberikan. Ketika sebuah layanan yang diberikan selalu baik maka anggota akan terus mempercayai apa yang menjadi pilihannya. 2) Strategi *relationship marketing* yang dimaksudkan merupakan sebuah hubungan yang dijalin oleh

⁷ Dirangkum dari hasil wawancara dengan Manager Umum Kantor Pusat BMT Sunan Drajat tanggal 31agustus 2021 pukul 13.30

⁸ Philip K. Dan Kevin L. K., *Manajemen....*, 179.

⁹ Dirangkum dari hasil wawancara dengan Manager Umum Kantor Pusat BMT Sunan Drajat tanggal 31agustus 2021 pukul 13.30

lembaga BMT Pahlawan atas dasar kemitraan untuk jangka waktu yang panjang. Dengan hubungan yang berasaskan kekeluargaan, hubungan yang dijalin hingga saat ini mampu mempertahankan jumlah anggota. 3) Strategi peningkatan kinerja perusahaan adalah upaya guna meningkatkan kemampuan dan keterampilan karyawan dalam menyalurkan jasa saat memberikan pelayanan pada anggota penabung dengan menerapkan unsur yang dapat memuaskan anggota.

Selain di atas BMT Sunan Drajat juga melakukan strategi sebagai berikut: 1) Tidak adanya biaya admin untuk para nasabah. 2) Diterapkannya sistem jemput bola, untuk mempermudah para nasabah menabung ataupun tarik tunai. 3) Adanya layanan SMS Masking untuk memberitahu para nasabah terkait transaksi yang telah dilakukan. 4) Pengadaan bonus pada even-even tertentu untuk nasabah-nasabah yang aktif menabung. 5) Adanya penerapan loyalitas para marketing dalam melaksanakan sistem jemput bola. 6) Inisiatif yang dilakukan oleh para masing-masing marketing berupaya untuk memuaskan para nasabah. 7) Membuat aplikasi Mobile Banking seperti halnya yang dimiliki oleh Bank-bank umum untuk mempermudah nasabah melakukan transaksi.

Faktor-faktor pendukung dan penghambat Strategi yang digunakan BMT untuk meningkatkan kepuasan nasabah dengan akad *wadiah* di kantor pusat Baitul Mal Wattamwil Sunan Drajat

1. Faktor Pendukung

Brand Sunan Drajat yang banyak di minati masyarakat dan tempat yang strategis.

2. Faktor Penghambat

Banyak yang menjadi nasabah di BMT yang lebih dulu ada yang mungkin strategi yang dilakukan upaya memberikan kepuasan nasabah hampir sama dengan yang dilakukan BMT Sunan Drajat.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Strategi BMT Sunan Drajat dalam meningkatkan kepuasan Nasabah dengan akad *wadiah* ialah tidak adanya biaya admin diterapkannya sistem jemput bola adanya SMS masking sebagai pemberitahu nasabah terkait transaksi yang dilakukan pengadaan bonus atau reward untuk nasabah yang aktif adanya aplikasi mobile banking untuk mempermudah nasabah bertransaksi. Faktor pendukung dan penghambat yang dialami BMT Sunan Drajat dalam upaya peningkatan nasabah dengan akad *Wadi'ah* diantaranya faktor pendukung ialah Brand Sunan Drajat yang banyak di minati masyarakat Tempat yang strategis yang mudah dijangkau nasabah. Sedangkan faktor penghambatnya ialah banyaknya nasabah yang sudah menjadi nasabah dari BMT yang lebih dulu ada sebelum BMT Sunan Drajat.

DAFTAR PUSTAKA

Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif, Teori Dan Praktik*. Jakarta: BumiAksara. 2013.

K, Philip dan Kevin L. K. *Manajemen....* 179

Nasution, Nur. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia. 2002.

Septika, Andriani. *Mengenal Uang dan Lembaga Keuangan*. Depok: PT. Media Cerdas Nasional. 2012.

Furchan, Arif. *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional. 1992.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*, 356.

Dirangkum dari hasil wawancara dengan Manager Umum Kantor Pusat BMT Sunan Drajat tanggal 31agustus 2021 pukul 13.30