

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Efektivitas

a. Pengertian Efektivitas

Konsep efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil, atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Efektivitas berasal dari kata efektif yang mempunyai makna dicapainya keberhasilan dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu berkaitan dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang telah dicapai.⁹

Menurut Muhammad Sawir, efektivitas merupakan suatu konsep yang sangat penting karena mampu memberikan gambaran mengenai keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai sasaran atau tujuan yang diharapkan. Sedangkan menurut Drucker dalam Rosian Budiman, efektivitas adalah melaksanakan yang benar (*doing the right*), merupakan pencapaian sasaran. Dengan kata lain, efektivitas sering dilukiskan sebagai melakukan sesuatu yang tepat, yang berarti kegiatan atau kerja untuk membantu mencapai sasaran organisasi.

⁹ Muhammad Sawir, *Birokrasi Pelayanan Publik Konsep Teori Dan Aplikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2020). Hlm. 126.

Efektivitas berkenaan dengan hasil akhir atau pencapaian sasaran-sasaran organisasi.¹⁰

James A P Stoner dan Charles Wankel mengatakan bahwa efektivitas hakikatnya merujuk pada kemampuan untuk mencapai tujuan secara memadai dengan melaksanakan pekerjaan secara benar. Dalam hal itu, efektivitas diartikan pula sebagai suatu ukuran yang menyatakan tingkat penetapan sasaran atau tujuan (kuantitas, kualitas dan waktu).¹¹

Menurut Siswanto, efektivitas berarti menjalankan pekerjaan yang benar. Efektivitas berarti kemampuan untuk memilih sasaran yang tepat. Manajer yang efektif adalah yang memilih pekerjaan yang benar untuk dijalankan. Lalu menurut Robbins, mendefinisikan efektivitas sebagai tingkat pencapaian organisasi jangka pendek dan jangka panjang.¹²

Berdasarkan pengertian efektivitas menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan suatu konsep kerja yang dilaksanakan secara benar dan merupakan gambaran dari keberhasilan suatu organisasi dengan dicapainya sasaran-sasaran yang telah ditetapkan.

¹⁰ Sudaryono, *Pengantar Manajemen Teori Dan Kasus* (Yogyakarta: Penerbit CAPS, 2017), hlm. 147.

¹¹ *Ibid.*

¹² Moh Pabundu Tika, *Budaya Organisasi Dan Peningkatan Kinerja Perusahaan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm. 129.

b. Unsur-unsur Efektivitas

Unsur-unsur efektivitas menurut Makmur yaitu sebagai berikut:¹³

1. Ketetapan penentuan waktu

Waktu merupakan faktor yang sangat penting dalam suatu organisasi dan dapat menentukan keberhasilan suatu organisasi. Melibatkan peluang yang sempurna akan membuat kecukupan dalam mencapai tujuan organisasi.

2. Ketetapan perhitungan biaya

Ketepatan dalam menghitung bagaimana biaya digunakan dalam suatu aktivitas, yang berarti tidak akan ada sisa setelah aktivitas selesai.

3. Ketetapan dalam pengukuran keberhasilan

Ketepatan ukuran yang digunakan dalam melakukan suatu gerakan atau usaha.

4. Ketetapan dalam menentukan pilihan

Tindakan yang efektif diantaranya adalah memilih suatu kebutuhan atau keinginan dengan sangat tepat.

¹³ Ibid., hlm. 127.

5. Ketepatan berpikir

Merujuk pada seberapa baik seseorang berpikir tentang berbagai aspek kehidupan seseorang yang berhubungan dengan diri sendiri atau alam semesta dan memiliki dampak positif atau negatif.

6. Ketepatan dalam melakukan perintah

Keberhasilan kegiatan suatu organisasi dipengaruhi oleh perintah seorang pemimpin yang jelas dan mudah di pahami.

7. Ketepatan dalam menentukan tujuan

Suatu organisasi akan berusaha menggapai tujuan yang telah dituliskan dalam suatu dokumen dan lebih bersifat strategis, maka dengan itu dapat menjadi pedoman bagaimana suatu kegiatan dilakukan.

8. Ketetapan sasaran

Memutuskan tujuan yang tepat benar-benar menentukan hasil dengan cara apakah ditetapkan secara eksklusif atau ditetapkan oleh asosiasi.

c. Pendekatan Efektivitas

Menurut Robbins mengungkapkan beberapa pendekatan dalam menentukan efektivitas organisasi, yaitu sebagai berikut:¹⁴

¹⁴ Abd. Rohman, *Dasar-Dasar Manajemen Publik* (Malang: Empatdua Kelompok Intrans Publishing, 2018), hlm. 113-115.

1) Pendekatan Pencapaian Tujuan

Pendekatan ini memandang bahwa keefektivan organisasi dapat dilihat dari pencapaian tujuan dari pada caranya. Kriteria pendekatan yang populer digunakan adalah memaksimalkan laba, memenangkan persaingan dan sebagainya. Metode manajemen yang berkaitan dengan pendekatan ini dikenal dengan *Manajemen By Objectives* (MBO), yaitu falsafah manajemen yang menilai keefektivan organisasi dan anggotanya dengan cara menilai seberapa jauh mereka mencapai tujuan-tujuan yang telah dicapai.

2) Pendekatan Sistem

Pendekatan ini menekankan bahwa untuk meningkatkan kelangsungan hidup organisasi, perlu diperhatikan sumber daya manusia. menahankan diri secara internal, memperbaiki struktur organisasi, dan pemanfaatan teknologi agar dapat berintegrasi dengan lingkungan yang memerlukan dukungan terus-menerus bagi keberlangsungan hidupnya.

3) Pendekatan Konstituensi-Strategis

Pendekatan ini menekankan pada pemenuhan tuntutan konstituensi dilingkungan yang memerlukan dukungan yang terus-menerus bagi keberhasilan hidup.

4) Pendektan Nilai Bersaing

Pendekatan ini mencoba mempersatukan pendekatan tujuan, sistem, dan konstituensi-strategis, yang didasarkan atas kelompok

nilai, masing-masing nilai tersebut selanjutnya lebih dipilih berdasarkan daur hidup ditempat organisasi itu berada.¹⁵

Pendekatan tersebut digunakan untuk menentukan cara mencapai tujuan dari sebuah organisasi agar rencana yang disusun dapat dikatakan efektif sesuai dengan strategi yang digunakan oleh organisasi tersebut. Sehingga beberapa pendekatan tersebut sangat berpengaruh untuk pencapaian efektivitas dari strategi yang ditargetkan disetiap organisasi.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tercapainya sebuah efektivitas, diantaranya sebagai berikut:

1) Karakteristik Organisasi

Karakteristik organisasi memiliki hubungan yang sifatnya relative seperti susunan sumber daya manusia yang terdapat dalam organisasi. Struktur merupakan cara yang unik menempatkan manusia dalam rangka menciptakan sebuah organisasi. Dalam struktur, manusia ditempatkan sebagai bagian dari hubungan yang relative tetap yang akan menentukan pola interaksi dan tingkah laku yang berorientasi pada tugas.

¹⁵ Sonny Suntani, *Manajemen dan Supervisi Pendidikan* (Bandung: CV Pustaka Setia 2018), 55–57.

2) Karakteristik Lingkungan

Karakteristik ini mencakup dua aspek. Aspek pertama adalah lingkungan eksternal, yaitu lingkungan yang berada diluar batas organisasi, terutama dalam perbuatan keputusan dan pengambilan tindakan. Aspek kedua adalah lingkungan internal yang dikenal sebagai iklim organisasi, yaitu lingkungan yang secara keseluruhan ada di dalam lingkungan organisasi.

3) Karakteristik Pegawai

Karakteristik pegawai merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap efektivitas. Di dalam diri setiap individu akan ditemukan banyak perbedaan, tetapi kesadaran individu terhadap perbedaan itu sangat penting dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian apabila menginginkan keberhasilan suatu organisasi, harus dapat mengintegrasikan tujuan individu dengan tujuan organisasi.

4) Karakteristik Manajemen

Karakteristik Manajemen ini merupakan strategi dan mekanisme kerja dirancang untuk mengondisikan semua hal yang ada didalam organisasi sehingga efektivitas bisa tercapai.¹⁶

¹⁶ Donni Juni Priansa, *Manajemen Sekretaris dan Perkantoran* (Bandung: CV Pustaka Setia 2017), 105–6.

e. Ukuran Efektivitas

Efektivitas dapat timbul menjadi suatu tolak ukur yang menyatakan seberapa jauh pencapaian target seperti kuantitas, kualitas, dan waktu tempuh yang telah terlampaui atau yang mampu dilewati. Pengukuran efektivitas dapat dilakukan dengan melihat hasil kerja yang dicapai oleh suatu organisasi, diukur melalui berhasil tidaknya organisasi mencapai tujuannya, apabila organisasi berhasil mencapai tujuannya maka dapat dikatakan efektif karena efektivitas hanya melihat apakah proses program atau kegiatan tersebut mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.¹⁷

Selain itu, efektivitas juga dapat diukur dari hasil usaha suatu perusahaan yang tercermin dari kemampuannya menghasilkan hasil yang berwujud barang dan jasa yang sangat menguntungkan, kemudian efektivitas diberlakukan pada hasil dan umpan balik, adapun umpan balik dari masyarakat hendaknya diperhatikan untuk memperbaiki kualitas produksi.

Adapun kriteria pengukuran efektivitas menurut *Gibson et al*, mengatakan mencapai standar efektif sebagai berikut:

- 1) Kejelasan tujuan yang hendak dicapai
- 2) Kejelasan strategi pencapaian tujuan.

¹⁷Suhendri Dani, "Efektivitas Kinerja Dinas PU Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Dalam Mengelola Taman Kenanga Dusun Gemulo Kota Batu," *Universitas Muhammadiyah Malang*, 2017, dalam laman <https://scholar.google.com/>,

- 3) Proses analisis dan perumusan dan kebijaksanaan yang mantap.
- 4) Perencanaan yang matang.
- 5) Penyusunan program yang tepat.
- 6) Tersedianya sarana dan prasarana.
- 7) Sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik.¹⁸

Kriteria diatas dapat digunakan sebagai indikator penilaian guna mengukur efektivitas dari sebuah strategi atau cara yang digunakan dalam mencapai sebuah tujuan oleh suatu organisasi. Ketika kriteria tersebut dapat dipenuhi oleh suatu perusahaan atau organisasi dengan baik, dan dapat mencapai tujuan dari sebuah organisasi, maka strategi yang digunakan dapat dikatakan efektif, begitupun sebaliknya.

2. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain. Pada dasarnya, fitrah manusia membutuhkan pelayanan. Dan manusia tidak akan bisa hidup di dunia ini tanpa ada bantuan atau pelayanan dari orang lain sebagai salah satu ciri makhluk sosialis. Pelayanan pada dasarnya adalah serangkain kegiatan, karena itu merupakan proses.¹⁹ Pelayanan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain harus seoptimal mungkin. Pelayanan yang dimaksud dalam penelitian

¹⁸ Hassel Nogi S, *Manajemen Publik* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005), 141–42.

¹⁹ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Bumi Aksara, Jakarta, 2000, hlm.27

ini pelayanan yang dilakukan oleh petugas jemput bola terhadap para pengguna atau nasabah yang menggunakan layanan pada *baitull maal wa tamwil*.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan

Jika ditelisik dan diamati dengan lebih dalam, kita akan menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan, diantaranya;

1) Adanya rasa cinta dan kasih sayang

Hal ini erat kaitannya antara hubungan kita dengan Allah dan antar sesama manusia. Jika kita mencintai seorang manusia kita akan melakukan segala hal untuk membahagiakannya, dan begitupun seharusnya kita kepada Allah.

2) Tolong-menolong sesamanya

Karena adanya naluri dalam diri manusia untuk saling tolong menolong, maka si A tidak akan mengerjakan sesuatu bagi si B, karena si B tidak bisa mengerjakannya sendiri. Hal ini hakikatnya adalah pelayanan.

3) Berbuat baik

Berbuat baik muncul dari orang yang bukan berkepentingan.²⁰

Bahkan agama Islam pun sangat menganjurkan untuk saling berbuat baik antar sesama, rasulullah banyak mencontohkan tentang bagaimana berbuat baik sesama manusia.

²⁰ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Bumi Aksara, Jakarta, 2000, hlm.27

c. Indikator Mengukur Pelayanan

Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry mengatakan bahwa terdapat beberapa indikator untuk mengukur kinerja pelayanan yang dinyatakan dengan Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry mengatakan bahwa terdapat beberapa indikator untuk mengukur kinerja pelayanan yang dinyatakan dengan metode Servqual.²¹

a. Bukti Fisik

Bukti fisik erat kaitannya dengan fasilitas yang dimiliki oleh *baitu maal wa tamwil*, berupa fasilitas fisik perlengkapan, pegawai yang memadai, dan sarana komunikasi yang lengkap yang digunakan sebagai sarana pelayanan.

b. Keandalan (*Reliabilitas*)

Hal ini erat kaitannya dengan kemampuannya dalam hal pelayanannya yang terpercaya. Artinya pelayanan yang diberikan dalam menjelaskan produk-produk yang dimiliki oleh *baitul maal wa tamwil* baik produk penghimpunan dana maupun penyaluran dana.

c. Ketanggapan

Kemampuan yang harus dimiliki oleh *marketing* pelayanan jemput bola, dalam memberikan bantuan kepada konsumen, dan

²¹ Nogi, S Hassel. *Manajemen Publik*. (Jakarta : Grasindo), 2005 hal. 219

mampu bertanggung jawab terhadap pelayanan yang mereka berikan baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran.

d. Jaminan (*Assurance*)

Merupakan kemampuan yang dimiliki oleh *marketing* dalam hal meyakinkan konsumen dalam hal sopan santun dan keramahan. Hal ini erat kaitannya dengan jaminan dalam hal tepat waktu dan biaya dalam hal pelayanan yang diberikan.

e. Empati (*Emphaty*)

Empati di identikkan dengan sikap peduli yang harus dimiliki oleh *marketing* pelayanan jempot bola sebagai ujung tombak. Maka dari itu pelayanan yang diberikan harus tulus dan ikhlas dalam melaksanakan tugasnya memberikan penjelasan terkait seluruh program yang dimiliki baitul maal wa tamwil dalam hal penghimpunan dana dan penyalurannya.

3. Promosi

a. Definisi

Menurut Rangkuti, promosi merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memberikan informasi, meyakinkan, serta mengingatkan konsumen terkait produk yang ditawarkan.²²

²² Rangkuti, Freddy., 2009., Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integranted *Marketing Communication*., PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Menurut Kotler dan Armstrong, promosi merupakan serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai keunggulan suatu produk sekaligus meyakinkan pelanggan agar melakukan pembelian.²³

Berdasarkan pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa promosi adalah bentuk komunikasi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk memperkenalkan produk perusahaan melalui penyampaian informasi, interaksi, serta upaya meyakinkan terkait suatu barang.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Promosi

Dalam promosi tentunya ada hal-hal yang mempengaruhi keberlangsungan promosi. Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi tersebut menurut Kotler sebagai berikut:²⁴

1) Pemasaran

Dalam konteks ini, strategi yang dapat diterapkan meliputi *push strategy* dan *pull strategy*. *Push Strategy* melibatkan upaya mendorong penjualan melalui rangkaian tahapan, di mana produsen terlebih dahulu mendorong pedagang besar, yang kemudian mengarahkan dorongan tersebut kepada konsumen agar bersedia membeli produk. Pada strategi ini, produsen juga dapat langsung mengarahkan aktivitas promosi kepada konsumen akhir.

²³ Kotler, Philip & Garry Armstrong., 2012., Prinsip-Prinsip Pemasaran., Edisi ke 13., Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

²⁴ *Ibid.*

2) Target pasar

Penentuan target pasar yang mencakup aspek lokasi, usia, jenis kelamin, status ekonomi, tingkat pendidikan, serta lokasi pasar merupakan langkah strategis yang penting, karena faktor-faktor tersebut memengaruhi pemilihan bauran pemasaran yang tepat. Dengan demikian, bauran pemasaran dapat diimplementasikan secara efektif dan efisien.

3) Produk

Dalam konteks siklus hidup produk, ada tahap pengenalan (introduksi), promosi difokuskan pada upaya memperkenalkan produk kepada konsumen, salah satunya melalui pemberian sampel gratis. Sementara itu, pada tahap pertumbuhan (growth), promosi bertujuan untuk memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap produk.

4) Situasi

Hal ini bergantung pada berbagai faktor lingkungan perusahaan, termasuk aspek persaingan, kondisi ekonomi, dinamika politik, dan faktor-faktor lainnya.

4. Sistem Jemput Bola

Menurut Mulyadi, sistem adalah sekelompok unsur yang erat berhubungan satu dengan yang lainnya, yang berfungsi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dan suatu kumpulan untuk berbagi unsur yang

terkoordinasi untuk mencapai sebuah sasaran.²⁵ Sistem pelayanan jemput bola adalah sistem dimana petugas BMT langsung mendatangi anggota atau nasabah secara langsung ketempat usaha, rumah atau kantor nasabah dan ke pasar. Strategi jemput bola dilakukan oleh hampir seluruh BMT maupun KSPPS di Tasikmalaya dikarenakan dengan sistem ini dianggap efektif dilakukan oleh BMT untuk mencapai target pemasaran, karena *baitull maal wa tamwil*, tidak dapat mengandalkan nasabah untuk datang ke kantor dikarenakan waktunya dihabiskan untuk mencari rezeki.²⁶

Penggunaan sistem jemput bola tidak hanya untuk memasarkan produk produk yang dimiliki oleh BMT itu sendiri, namun juga menjual nilai BMT itu sendiri kepada masyarakat. Ujung tombak pada sistem pelayanan jemput bola yaitu terdapat pada petugas itu sendiri, maka dari itu petugas selayaknya dapat dipercaya dan membuat nasabah nyaman dalam berinteraksi. Dalam sistem jemput bola komunikasi yang dilakukan harus berjalan dua arah, yaitu antara petugas dengan anggota, pada pemasaran ini petugas BMT dapat dengan mudah menjelaskan konsep keuangan syariah, sistem dan prosedur operasional *baitul maal wat-tamwil* dan secara berlangsungnya waktu anggota akan memahi tentang konsep syariah.

Teori "jemput bola" dalam dunia bisnis, terutama di pasar induk, merujuk pada strategi pemasaran yang menuntut penjual untuk lebih proaktif dalam menjangkau pelanggan potensial, dari pada sekadar

²⁵ Mulyadi, *Sistem Akutansi*, 3 ed., 2 (Jakarta: Salemba Empat), 1.

²⁶ Peneliti melakukan obeservasi wawancara pada tanggal 29 April 2024

menunggu pelanggan datang dengan sendirinya. Implementasi efektif dari teori ini di pasar induk dapat melibatkan beragam pendekatan, yang disesuaikan dengan karakteristik pasar dan produk yang dijual, berikut Unsur-Unsur utama dari teori sistem jemput bola.²⁷

1. Pendekatan Proaktif kepada Pelanggan.

Penjual secara aktif mendatangi pelanggan potensial, seperti pemilik toko grosir, untuk menawarkan produk mereka. Di pasar induk, hal ini dapat berarti langsung mengunjungi bisnis yang membutuhkan pasokan produk segar dalam jumlah besar.

2. Penawaran Diskon dan Promosi Khusus.

Menyediakan diskon khusus atau paket bundling untuk pembelian dalam jumlah besar dapat menarik minat pembeli grosir. Penawaran ini bisa diberikan secara langsung saat penjual mendatangi pelanggan, atau melalui kampanye komunikasi langsung seperti telepon atau pesan singkat.

3. Layanan Pengiriman Cepat.

Layanan pengiriman cepat atau pengantaran pada hari yang sama untuk pesanan besar dapat menarik minat pelanggan yang mengutamakan kecepatan dan ketepatan waktu dalam menerima barang.

²⁷ Kotler, Philip, et al. *Marketing Management*, Pearson Education, 2016

4. Penggunaan Teknologi dan Digitalisasi.

Pemanfaatan teknologi seperti aplikasi mobile atau platform e-commerce yang terintegrasi dengan layanan pengantaran bisa menjadi komponen penting dalam strategi jemput bola. Ini memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan dan menerima produk tanpa harus datang ke pasar induk.

5. Kemitraan dengan Pihak Ketiga

Membangun kerjasama dengan penyedia transportasi lokal, platform digital, atau penyedia logistik dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi pengiriman produk kepada pelanggan.

6. Promosi di Tempat Strategis.

Menempatkan iklan atau melakukan promosi di lokasi yang sering dikunjungi pelanggan potensial, seperti hotel, restoran, atau pasar tradisional, dapat meningkatkan visibilitas produk dan mempermudah penjual dalam mendekati pelanggan.²⁸

BMT Beringharjo adalah lembaga keuangan mikro syariah yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui layanan pembiayaan dan tabungan. Dalam hal ini, penerapan teori "jemput bola" dapat menjadi strategi yang sangat efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat hubungan dengan nasabah. Berikut adalah elemen-elemen

²⁸ Lovelock, Christopher, and Jochen Wirtz. *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, Pearson Education, 2011.

kunci dalam penerapan teori jemput bola yang efektif untuk BMT Beringharjo.²⁹

1. Pendekatan Proaktif kepada Nasabah Potensial.

Kunjungan ke Tempat Usaha dan Komunitas, Petugas BMT Beringharjo secara aktif mengunjungi pasar, komunitas bisnis, atau wilayah pedesaan untuk menawarkan produk keuangan seperti pembiayaan mikro, tabungan, atau deposito. Kunjungan ini bertujuan untuk memberikan edukasi keuangan sekaligus memperkenalkan produk-produk BMT secara langsung.

2. Penawaran Produk Khusus.

Paket Pembiayaan dan Tabungan yang Disesuaikan, BMT dapat menawarkan produk-produk yang dirancang sesuai dengan kebutuhan khusus komunitas atau sektor usaha tertentu, seperti pembiayaan untuk pedagang pasar atau tabungan haji yang terjangkau. Penawaran ini dapat disampaikan langsung oleh petugas saat mereka menemui nasabah potensial

3. Layanan Keuangan Mobile.

Layanan Jemput Tabungan, BMT Beringharjo bisa menyediakan layanan jemput tabungan, di mana petugas secara rutin mendatangi nasabah untuk mengumpulkan setoran. Layanan ini sangat membantu bagi nasabah yang sibuk atau yang lokasinya jauh dari kantor BMT.

²⁹ Hamid, Mohamad. *Pemberdayaan Ekonomi Umat melalui Baitul Maal wat Tamwil (BMT): Studi Kasus BMT Beringharjo Yogyakarta*, Universitas Gadjah Mada, 2019.

Aplikasi Mobile BMT, Mengembangkan aplikasi mobile yang memudahkan nasabah untuk mengakses layanan keuangan, melakukan transaksi, atau berkonsultasi dengan petugas BMT, sehingga mempermudah interaksi antara nasabah dan lembaga.

4. Program Edukasi dan Pelatihan.

Edukasi Keuangan di Komunitas, Mengadakan program edukasi keuangan di berbagai komunitas lokal untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Edukasi ini dapat mencakup pengelolaan keuangan, manfaat produk syariah, dan cara menggunakan layanan BMT secara optimal.

5. Kemitraan dengan Komunitas dan Lembaga Lokal.

Kerjasama dengan Koperasi atau Lembaga Sosial, BMT Beringharjo dapat bermitra dengan koperasi atau lembaga sosial yang memiliki basis komunitas untuk menawarkan produk keuangan syariah yang lebih mudah diakses dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal.

6. Promosi di Lokasi Strategis.

Iklan di Pasar dan Tempat Keramaian, Menempatkan spanduk, brosur, atau iklan di lokasi-lokasi strategis seperti pasar tradisional, pusat komunitas, dan tempat ibadah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai produk dan layanan yang ditawarkan oleh BMT Beringharjo.³⁰

³⁰ Ascarya, et al. *Strategi Pengembangan BMT dalam Menunjang Keberlanjutan Ekonomi Umat: Perspektif Syariah*, Bank Indonesia, 2014.

Menurut perspektif Islam, beberapa ayat yang berbicara tentang pentingnya pemenuhan perjanjian, yang bisa diterapkan dalam konteks akad koperasi syariah, dianjurkan oleh Allah dan diajarkan tata caranya oleh Rasulullah SAW Allah SWT berfirman dalam kitab-nya;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ

وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿٩١﴾

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji. Dihalalkan bagimu hewan ternak, kecuali yang akan disebutkan kepadamu (keharamannya) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki”*

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلَهُ اللَّهُ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ

مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩٢﴾

Artinya : *“Tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji. Janganlah kamu melanggar sumpah(-mu) setelah meneguhkannya, sedangkan kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.”*

Firman Allah diatas mengajarkan kita menegaskan betapa pentingnya mematuhi dan menepati setiap perjanjian yang telah dibuat, yang merupakan bagian fundamental dari etika dan moral dalam Islam. Dalam konteks koperasi syariah, prinsip ini sangat krusial karena akad yang dilaksanakan bukan hanya mencakup hubungan antar manusia, tetapi juga merupakan kesepakatan yang disaksikan oleh Allah SWT.

5. Baitul Maal Wa Tamwil BMT

a. Pengertian BMT

Nama Baitul Mal berasal dari Bahasa Arab, yaitu dari kata bait artinya rumah, dan Mal yang berarti harta. Baitul Mal berarti rumah untuk mengumpulkan atau menyimpan harta. Baitul Mal pada awalnya merupakan satu lembaga yang mempunyai tugas khusus menangani segala harta umat berupa pendapatan maupun pengeluaran negara.³¹

Baitul Mal yang merupakan bagian dan rangkain kata dari Baitul Mal (BMT) dengan tambahan kata at-tamwil yang berarti pengolahan dan pendayagunaan harta untuk usaha lebih diartikan sebagai lembaga sosial untuk menyalurkan zakat, infak, dan shadaqah.³²

Adapun Baitul Tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariat Islam. Lembaga ini di dirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank Islam

³¹ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indoneia*, (Jakarta:PT Raja Grafindo, 2015) hlm. 315

³² Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada 2010), hlm. 132-133

atau BPR Islam. Prinsip operasinya didasarkan atas prinsip bagi hasil, jual beli, (ijarah) dan titipan (wadi'ah).³³

b. Dasar Hukum BMT

Secara kelembagaan BMT mengalami evolusi dari lembaga keuangan informasi (LKM/PHBK/LSM/Perkumpulan), lalu menjadi lembaga keuangan semi formal Koperasi Jasa Keuangan Syariah, lalu saat ini BMT dapat memilih menggunakan dasar hukum Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS), dibawah pembinaan kementrian koperasi dan usaha kecil dan menengah atau memilih menggunakan dasar hukum Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) dibawah pembinaan kementrian koperasi dan usaha kecil dan menengah atau memilih berbadan hukum LKM (Lembaga Keuangan Mikro) dibawah UU No 1 Tahun 2013 sehingga BMT masuk menjadi struktur lembaga keuangan formal didalam sistem keuangan nasional.³⁴

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) yang telah memperoleh izin usaha sebagai koperasi sebelum lahirnya undang-undang tentang LKM tunduk pada UU yang mengatur mengenai perkoperasian.

- 1) LKM wajib melakukan analisis atas kelayakan penyaluran pembiayaan.

³³ Nurul Huda dan Mohamad Haykal, *Lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta: Prenadamedia, 2010) hlm. 364

³⁴ Andri Soemitra, *Bank Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009) hlm. 478

- 2) LKM menetapkan imbal hasil maksimum pembiayaan yang akan diterapkan.
- 3) LKM wajib melaporkan imbal hasil maksimum pembiayaan kepada OJK setiap 4 bulan (paling lambat minggu terakhir bulan April, Agustus, dan Desember).
- 4) LKM wajib melaporkan kepada OJK, dalam hal menaikkan imbal hasil maksimum pembiayaan.
- 5) LKM dilarang menerapkan imbal hasil pembiayaan melebihi imbal hasil pembiayaan yang telah dilaporkan kepada OJK.
- 6) LKM wajib mengumumkan imbal hasil maksimum pembiayaan kepada masyarakat.
- 7) LKM setiap saat wajib memenuhi batas maksimum pembiayaan kepada setiap nasabah.
- 8) LKM wajib melakukan penilaian kualitas pembiayaan yang disalurkan.
- 9) LKM wajib membentuk penyisihan penghapusan pembiayaan.³⁵

c. Fungsi BMT

- 1) Mengidentifikasi, Memobilisasi, Mengorganisir, Mendorong dan Mengembangkan potensi serta kemampuan ekonomi anggota dan kelompok usaha anggotanya.

³⁵ Ibid...hlm.478-480

- 2) Mempertinggi kualitas SDM anggota dan Pokusma menjadi lebih profesional dan islami sehingga semakin utuh dan tangguh menghadapi tantangan global.
- 3) Menggalang dan mengorganisir potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.³⁶

d. Prinsip-Prinsip Utama BMT

- 1) Keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT dengan mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dan muamalah islam kedalam kehidupan nyata.
- 2) Keterpaduan (kaffah) dimana nilai-nilai spiritual berfungsi mengarahkan dan menggerakkan etika dan moral yang dinamis, proaktif, progresif, adil dan berakhlak mulia.
- 3) Kekeluargaan
- 4) Kebersamaan
- 5) Kemandirian
- 6) Profesional
- 7) Istiqomah.³⁷

e. Ciri-Ciri Utama BMT

- 1) Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi paling banyak untuk anggota dan lingkungannya.

³⁶ Ibid...hlm.475

³⁷ Ibid...hlm.475

- 2) Bukan lembaga sosial tetapi dapat dimanfaatkan untuk mengefektifkan penggunaan zakat, infak, dan sedekah bagi kesejahteraan orang banyak.
- 3) Ditumbuhkan dari bawah berlandaskan peran serta masyarakat disekitarnya.
- 4) Milik bersama masyarakat kecil dan bawah dari lingkungan BMT itu sendiri, bukan milik orang seorang atau orang dari luar masyarakat itu.³⁸

f. Tujuan BMT

Yaitu meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Sifat BMT, yaitu memiliki usaha bisnis yang bersifat mandiri dan tumbuh untuk dikembangkan dengan swadanya dan dikelola secara profesional, serta berorientasi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat lingkungannya.³⁹

g. Operasional BMT

Prinsip operasional BMT berdasarkan prinsip syariah, yang dimaksud dengan prinsip syariah yaitu terhindar dari maisyir (perjudian), terhindar dari gharar (penipuan), terhindar dari risywah (suapp) dan terhindar dari riba (bunga).⁴⁰ Berdasarkan fungsi dan jenis

³⁸ Ibid...hlm.475

³⁹ Djoko Mulyono, *Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Andi, 2015) hlm.472.

⁴⁰ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2015) hlm.321

dana yang dikelola oleh BMT, terdapat dua tugas penting BMT, yakni;

1) Pengumpulan Dana BMT

Pengumpulan dan BMT dilakukan melalui bentuk simpanan tabungan dan deposito. Pada sistem operasional BMT, pemilik dana menanamkan uangnya di BMT tidak dengan motif mendapatkan bunga, tetapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil.⁴¹

Adapun akad yang mendasari berlaunya simpanan terikat atas jangka waktu dan syarat-syarat tertentu dalam penyertaan dan penarikannya yakni:⁴²

- a) Giro Wadiah, adalah produk simpanan yang bisa di tarik kapan saja. Dana nasabah dititipkan di BMT dan boleh dikelola. Setiap saat nasabah berhak mengambilnya dan berhak mendapatkan bonus dari keuntungan pemanfaatan dana giro oleh BMT. Besarnya bonus tidak ditetapkan dimuka tetapi benar-benar merupakan kebijaksanaan rupa untuk senantiasa kompetitif.
- b) Tabungan *Mudharabah*, dana yang disimpan nasabah akan dikelola BMT, untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan akan diberikan kepada nasabah berdasarkan kesepakatan

⁴¹ Nurul Huda dan Mohamad Haykal, *Lembaga Keuangan Islam*,(Jakarta:Prenadamedia,2010)hlm.366-367

⁴² Buchari Alma, Donni Juni Priansa,*Manajemen Bisnis Syariah*,(Bandung: Alfabeta,2014)hlm.25-26

nasabah. Nasabah bertindak sebagai *sahibul mal* dan lembaga keuangan islam bertindak sebagai *mudharib*.

c) Deposito *mudharabah*, BMT bebas melakukan berbagai usaha yang tidak bertentangan dengan Islam dan mengembangkannya. BMT bebas mengelola dana (*mudharabah mutlaqah*). BMT berfungsi sebagai *mudharib* sedangkan nasabah juga *shahibul maal*. Ada juga dana nasabah yang dititipkan untuk usaha tertentu. Nasabah memberikan batasan pengguna dana untuk jenis dan tempat tertentu. Jenis ini disebut *mudharabah muqayadah*.

2) Penyaluran Dana BMT

Dana yang dikumpulkan dari anggota harus disalurkan dalam bentuk pinjaman kepada anggotanya. Pinjaman dana kepada anggota disebut juga pembiayaan, yaitu suatu fasilitas yang diberikan BMT kepada anggota yang membutuhkan untuk menggunakan dana yang telah dikumpulkan BMT dari anggota yang surplus dana.⁴³

Terdapat berbagai jenis pembiayaan yang dikembangkan oleh BMT, yang semuanya itu mengacu pada dua jenis akad, yakni akad *tijarah* dan akad *syirkah*.⁴⁴

⁴³ Ibid...hlm.26

⁴⁴ Ibid...hlm.26

a) Akad Tijarah (Jual Beli)

Merupakan suatu perjanjian pembiayaan yang disepakati antara BMT dengan anggota dimana BMT menyediakan modal dan usaha anggotanya yang kemudian proses pembayarannya.

b) Akad Syirkah (Penyertaan dan Bagi Hasil)

Beberapa pembiayaan dalam syirkah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana setiap pihak memberikan kontribusi dana/modal usaha.

c) Musyarakah

Penyertaan BMT sebagai pemilik modal dalam suatu usaha yang mana antara resiko dan keuntungan di tanggung bersama secara seimbang dan porsi penyertaan.

d) Mudharabah

Seatu perjanjian antara BMT dengan anggota dimana BMT menyediakan dana untuk penyediaan modal kerja sedangkan peminjaman berupaya mengelola dan tersebut untuk mengembangkan usahanya.⁴⁵

Penyaluran dana BMT dilakukan untuk sektor perdagangan, industry rumah tangga, pertanian, peternakan, perikanan, konveksi, kontruksi, percetakan dan jasa. Sedangkan pola angsuran dapat

⁴⁵ Ibid...hlm.26

bedasarkan pada angsuran harian, mingguan, dua minggu, bulanan, serta pada saat jatuh tempo.⁴⁶

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan oleh peneliti untuk menghindari penelietian terhadap objek yang sama atau pengulangan terhadap seatu penelitian yang sama serta menghindari anggapan plagiasi terhadap karya tertentu, maka perlu dilakukan peninjuan terhadap kajian yang pernah ada. Penulis meninjau dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang relavan untuk dijadikan sebagai acuan dalam pembahasan masalah, diantaranya sebagai berikut;

1. Jurnal ditulis Retno Larasati, Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan (Tahun X No 1, April 2013) dengan judul "Pengaruh Kompetensi Karyawan Frontlier Terhadap Efektivitas Pelayanan Pada Bank BTN (Bank Tabungan Negara) Tbk Cabang Palembang". Kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang cukup kuat antara kompetensi karyawan frontlier terhadap efektivitas pelayanan pada PT Bank BTN Tbk Cabang Palembang. Perbedaananya dengan penulis adalah dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang kompetensi karyawan terhadap efektivitas pelayanan sedangkan penulis focus pada efektivitas pelayanan jemput bola.

⁴⁶ Ibid...hlm.27

2. Jurnal yang ditulis oleh Mulyadi, *Journal Liquidity* (Vol.5, No 2, Juli-Desember 2016, hlm.87-94) dengan judul “Konsep *Soul Share* Pada Pemasaran Syariah *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) di Banten”. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa konsep *soul share* yang dilakukan oleh BMT di kota Banten meliputi: jujur, ikhlas, profesional dan silaturahmi. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah mengangkat salah satu konsep pemasaran yaitu *soul share* sedangkan penulis mengangkat jemput bola.
3. Ulfatul hidayati dengan judul skripsi “sistem jemput bola pemberian santunan muawanah dan asuransi pembiayaan di BMT UGT Sidogiri Kantor Cabang Blitar”, objek yang digunakan adalah nasabah dan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, jenis penelitiannya menggunakan jenis deskriptif. Penelitian ini menghasilkan temuan yaitu penerapan sistim jemput bola dengan cara mendatangi nasabah atau calon nasabah dari rumah kerumah untuk lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.
4. Dedi Suprianto, pada tahun 2016 dalam bentuk skripsi yang berjudul “Efektivitas Rangkap Jabatan Pengelola Perpustakaan (Studi Kasus SMP Negeri 2 Panca Lautang Kabupaten Sindereng Rappang)”. Hasil penelitian bahwa efektivitas rangkap jabatan pengelola perpustakaan SMP Negeri 2 Panca Lautang dinilai kurang efektif. Persamaan dari penelitian yaitu bersama-sama meneliti

keefektivitasan dalam suatu lembaga dengan karyawan yang rangkap jabatan. Sedangkan perbedaanya pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, serta pada tempat penelitian juga objek penelitian yang berbeda.

C. Kerangka Pemikiran

Pada dasarnya, fitrah manusia membutuhkan pelayanan. Dan manusia tidak akan bisa hidup di dunia ini tanpa ada bantuan atau pelayanan dari orang lain sebagai salah satu ciri makhluk sosialis, pelayanan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain harus seoptimal mungkin. Pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini pelayanan yang dilakukan oleh petugas jemput bola terhadap para pengguna atau nasabah yang menggunakan layanan simpanan dan pembiayaan pada *baitull maal wa tamwil*.

Indikator untuk mengukur kinerja pelayanan yang dinyatakan dengan Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry mengatakan dengan metode Servqual. Bukti fisik yang dimiliki oleh *baitu maal wa tamwil*, berupa fasilitas fisik perlengkapan pegawai yang memadai, dan sarana komunikasi yang lengkap yang digunakan sebagai sarana pelayanan.

Dengan kehandalan pelayanan dituntut untuk memberikan dalam menjelaskan produk-produk yang dimiliki oleh *baitul maal wa tamwil* baik produk penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Dan ketanggapan seorang petugas pelayanan jemput bola, dalam memberikan bantuan kepada konsumen, dan mampu bertanggung jawab terhadap

pelayanan yang mereka berikan baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran, dengan jaminan yang meyakinkan konsumen dalam hal sopan santun dan keramahan, jaminan dalam hal tepat waktu dan biaya dalam hal pelayanan, oleh karena itu *marketing* pelayanan jemput bola sebagai ujung tombak harus mempunyai rasa empati tulus dan ikhlas dalam melaksanakan tugasnya memberikan penjelasan terkait seluruh program yang dimiliki *baitul maal wa tamwil* dalam hal penghimpunan dana dan penyalurannya.⁴⁷

Untuk mengukur efektivitasan menurut *Gibson* mengakatan yang mencapai standar efektif adalah Kejelasan tujuan yang hendak dicapai, kejelasan strategi pencapaian tujuan, proses analisis dan perumusan dan kebijaksanaan yang mantap, perencanaan yang matang, penyusunan program yang tepat, tersedianya sarana dan prasarana dan sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik. Sehingga pada kriteria dapat digunakan sebagai indikator penilaian guna mengukur efektivitas dari sebuah strategi atau cara yang digunakan dalam mencapai sebuah tujuan oleh suatu organisasi.⁴⁸

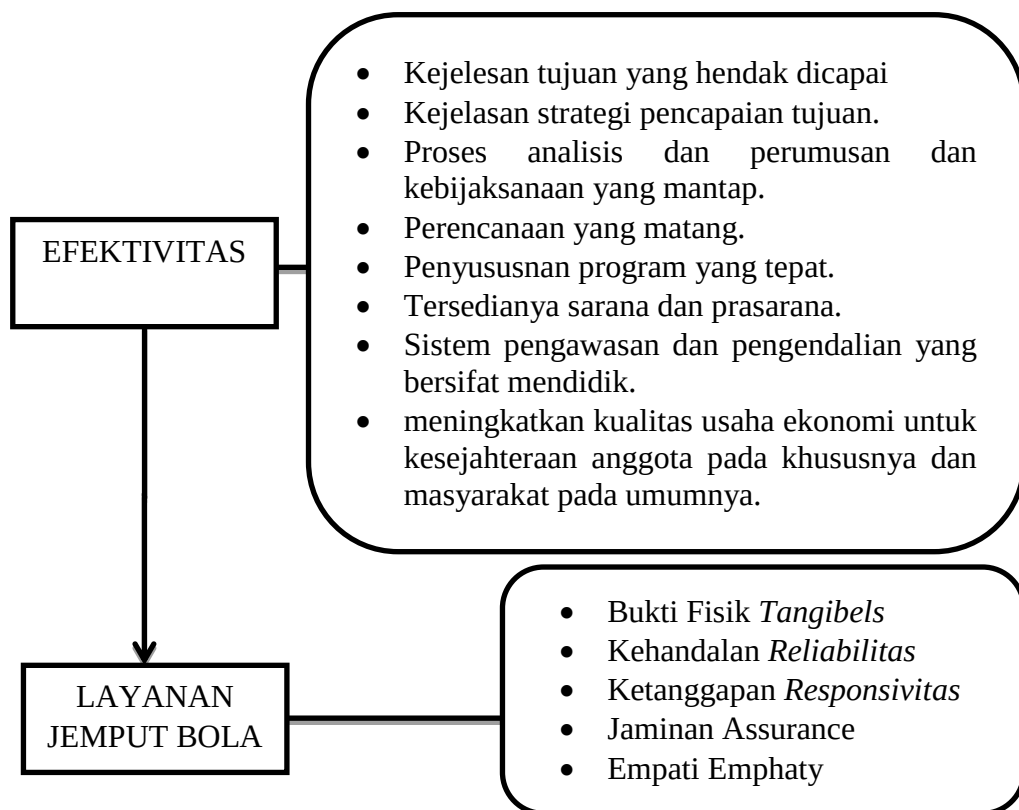
Indikator penilaian tersebut bisa di implementasikan untuk menilai efektivitas pada layanan jemput bola di suatu lembaga. Dalam penelitian ini penulis lebih menilai kepada efektif atau tidaknya setiap layanan jemput bola di BMT Beringharjo Cabang Kota Tasikmalaya.

⁴⁷ Nogi, S Hassel. *Manajemen Publik*. (Jakarta : Grasindo), 2005 hal. 219

⁴⁸ Hassel Nogi S, *Manajemen Publik* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005), 141–42.

Maka jika diperdalam untuk menilai efektivitas pada layanan jemput bola di BMT Beringharjo Cabang Kota Tasikmalaya yaitu dilihat dari indikator efektivitasnya, serta indikator pelayanan pendapat dan perencanaan sesuai dengan misi yang telah dibuat. Penilaian bisa langsung dilakukan ketika data-data yang berkaitan mengenai suatu target yang telah direncanakan tercapai maka bisa dikatakan efektif. Sebaliknya jika tidak sesuai dengan apa yang ditargetkan sesuai rencana maka bisa dikatakan tidak efektif.

Berikut adalah skema yang akan dilakukan oleh penulis dalam melakukan penilaian Efektivitas Pada Layanan Jemput Bola Di BMT Beringharjo Cabang Kota Tasikmalaya.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran