

**MANAJEMEN PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
ANGGOTA PADA BMT ASSYAFI'YAH CABANG BANYUMAS
KABUPATEN PRINGSEWU**

SKRIPSI

Lisa Sholehah Yuliana Sari

NPM : 2041030031



Program Studi : Manajemen Dakwah

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H/ 2024 M**

**MANAJEMEN PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
ANGGOTA PADA BMT ASSYAFI'YAH CABANG BANYUMAS
KABUPATEN PRINGSEWU**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Mendapatkan
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi.



Oleh :

Lisa Sholehah Yuliana Sari

NPM : 2041030031

Pembimbing Akademik I : Dr. H. Rosidi, M.A

Pembimbing Akademik II : Dr. Hj. Suslina Sanjaya, S.Ag.,M.Ag

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H/ 2024 M**

ABSTRAK

Bagus tidaknya sebuah pelayanan organisasi atau lembaga sangat di pengaruhi oleh manajemen yang baik manajemen yang terkait dengan kepuasan. Sebuah lembaga mempersiapkan pelayanan yang bagus demi kepuasan yang penting. Dan sebuah lembaga-lembaga keuangan itu mampu memberikan kepuasan terhadap anggotanya juga dipengaruhi oleh manajemen pelayanan yang bagus. Manajemen pelayanan di BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas salah satu lembaga keuangan yang menawarkan prinsip syariah dengan sistem bagi hasil sebagai strategi unggulan dalam mendapatkan nasabah. Oleh karena itu, pelayanan yang baik, tempat yang nyaman, bersih dan aman menjadi hal utama yang dibutuhkan oleh anggota. Hal ini merupakan kewajiban pihak BMT Assyafi'iyah untuk memberikan sebuah pelayanan yang begitu maksimal kepada setiap anggotanya, karena hal itulah yang akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha. Atas dasar inilah mengapa penelitian ini dianggap penting untuk dilakukan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis Manajemen Pelayanan dalam meningkatkan kepuasan anggota pada BMT Assyafi'iyah cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu dengan menggunakan prinsip-prinsip pelayanan prima dan menganalisis kepuasan anggota.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif atau penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan metode teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Lokasi penelitian ini berada di BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas, Kabupaten Pringsewu. Penelitian ini bersumber pada data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil wawancara, hasil observasi, dan dokumentasi seperti foto yang dilakukan peneliti di lapangan perihal Manajemen pelayanan dalam meningkatkan kepuasan anggota pada BMT Assyafi'iyah cabang Banyumas, Kabupaten Pringsewu. Data sekunder dalam penelitian ini berupa buku, ebook, dan jurnal mengenai manajemen pelayanan dan kepuasan yang relevan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Manajemen pelayanan dalam meningkatkan kepuasan anggota pada BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas, Kabupaten Pringsewu hal yang dilakukan BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu untuk menciptakan kepuasan anggota yaitu dengan menjaga kualitas produk, kualitas pelayanan, pertama kualitas produk, selalu memberikan kualitas yang baik kepada anggota, kedua kualitas pelayanan, pelayanan yang BMT berikan sebisa mungkin memudahkan anggota, ketiga harga dengan harga yang relative murah namun tidak melupakan nilai yang baik atau kualitas yang baik BMT Assyafi'iyah menjamin keamanan dalam layanan produk simpanan dengan prinsip "*Wadiah Yad Dhomanah*". Dan yang menjadi tolak ukur BMT Assyafi'iyah tentang kepuasan anggota yaitu anggota dapat bertahan lama bergabung di koperasi dan menjaga kerjasamanya bahkan merekomendasikan BMT kepada yang belum bergabung.

Kata Kunci : Manajemen Pelayanan, Kepuasan Anggota

ABSTRACT

Whether an organization or institution's services are good or not is greatly influenced by good management which is related to satisfaction. An institution provides good service for important satisfaction. And a financial institution that is able to provide satisfaction to its members is also influenced by good service management. Service management at BMT Assyafi'iyah Banyumas Branch is one of the financial institutions that offers sharia principles with a profit sharing system as a superior strategy in getting customers. Therefore, good service, a comfortable, clean and safe place are the main things needed by members. It is the obligation of BMT Assyafi'iyah to provide maximum service to each of its members, because that is what will determine the success or failure of a business. It is on this basis that this research is considered important to carry out. The aim of this research is to analyze Service Management in increasing member satisfaction at the BMT Assyafi'iyah Banyumas branch, Pringsewu Regency by using the principles of excellent service and analyzing member satisfaction.

This type of research is descriptive qualitative or field research (Field Research) using data collection techniques in the form of interviews, observation and documentation. The location of this research is at BMT Assyafi'iyah Banyumas Branch, Pringsewu Regency. This research is based on primary data and secondary data. Primary data in this research is in the form of interviews, observations, and documentation such as photos carried out by researchers in the field regarding service management in increasing member satisfaction at BMT Assyafi'iyah Banyumas branch, Pringsewu Regency. Secondary data in this research is in the form of books, ebooks and journals regarding relevant service management and satisfaction.

The results of the research show that service management in increasing member satisfaction at BMT Assyafi'iyah Banyumas Branch, Pringsewu Regency is what BMT Assyafi'iyah Banyumas Branch, Pringsewu Regency does to create member satisfaction, namely by maintaining product quality, service quality, first product quality, always providing good quality to members, secondly quality of service, the service that BMT provides makes it as easy as possible for members, thirdly prices are relatively cheap but don't forget about good value or good quality BMT Assyafi'iyah guarantees security in savings product services with the principle of "Wadiyah Yad Dhomanah." And the benchmark for BMT Assyafi'iyah regarding member satisfaction is that members can stay with the cooperative for a long time and maintain their cooperation and even recommend BMT to those who have not yet joined.

Keywords: Service Management, Member Satisfaction.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lisa Sholehah Yuliana sari

NPM : 2041030031

Jurusan : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Pada BMT Assyafi’iyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu.”** adalah benar-benar hasil karya penyusun sendiri, bukan hasil duplikasi ataupun salinan dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung,

2024

Penulis



Lisa Sholehah Yuliana Sari

NPM.2041030031



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Dr. Det. Kol H. Endro Suratmih Sukarame Bandar Lampung Telp: (072) 77033289

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : MANAJEMEN PELAYANAN DALAM
MENINGKATKAN KEPUASAN ANGGOTA PADA
BMT ASSYAFIYAH CABANG BANYUMAS
KABUPATEN PRINGSEWU**

**Nama : Lisa Sholehah Yuliana Sari
NPM : 2041030031
Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Rusidi, M.A.
NIP. 196503051994031005

Dr. Hj. Sushina Sanjaya, M.Ag.
NIP. 197206161997032002

**Mengetahui
Ketua Jurusan**

Dr. Yunidar Curmudha Yanti, M.Sos.I.
NIP. 197010261999032000



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jl. Det. Kol HC Endro Suratmih Sukarame Bandar Lampung Telp. (071) 703 789

PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul **Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Keuasan Anggota Pada BMT Assyafiyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu** Disusun oleh **Lisa Sholehah Yuliana Sari NPM. 2041030031** Telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal **Kamis 27 Juni 2024, Pukul 08.00-09.30 WIB** Tempat Ruang sidang FDIK

TIM MUNAQOSYAH SKRIPSI

Ketua : **Dr. Yumidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I**

Sekretaris : **Rouf Tamim, M.Pd.I**

Penguji I : **Badarudin, S.Ag., M. Ag**

Penguji II : **Dr. H. Rosidi, M.A**

Penguji Pendamping : **Dr. Hj. Suslina Sanjaya, M.Ag**

**Mengetahui,
Plt. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Dr. Faizal, S.Ag., M.Ag

NIP. 196901171996031001



MOTTO

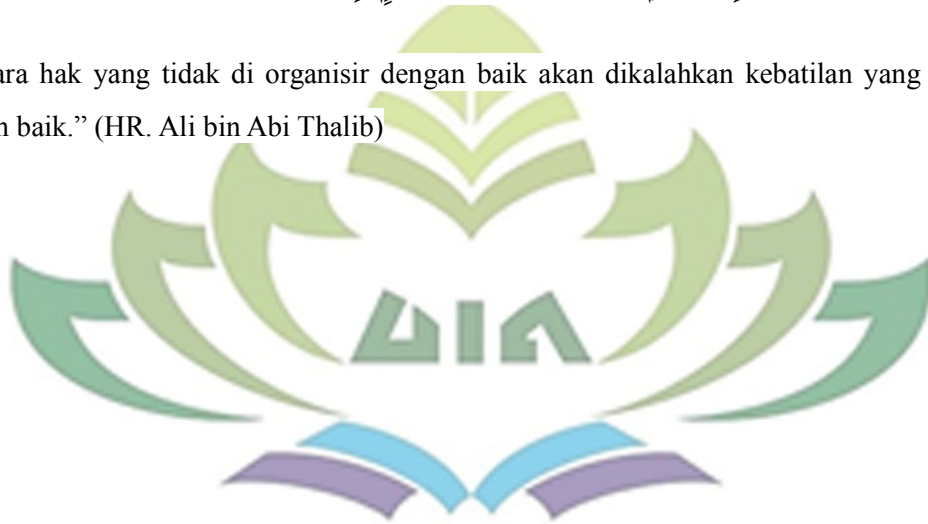
Sebenarnya tidak ada yang perlu dikhawatirkan, Allah memang tidak menjamin hidupmu selalu mudah. Tapi, dua kali Allah berjanji bahwa :

﴿يُسْرًا أَعَسِرَ مَعِ إِنَّ ۝ يُسْرًا أَعَسِرَ مَعِ فَإِنَّ﴾

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.” (QS. Al-Insyirah [96] :5-6)

بِالنِّظَامِ الْبَاطِلِ يَغْلِبُهُ نِظَامٌ بِإِلَّا الْحَقِّ

“Perkara hak yang tidak di organisir dengan baik akan dikalahkan kebatilan yang diorganisir dengan baik.” (HR. Ali bin Abi Thalib)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil 'alamin, penulis mengucapkan terima kasih serta rasa syukur tercurahkan kepada Allah SWT sang Maha Pemurah, sang Maha segalanya yang telah memberikan nikmat sehat jasmani dan Rohani, nikmat iman dan islam, dan karena ridho-nya yang telah memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beriring salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan segala kerendahan hati, penulis mempersembahkan skripsi sebagai tanda ucapan terimakasih dan rasa hormat kepada :

1. Kepada Ayah tercinta Sugiyo, Terimakasih selalu senantiasa memberikan dukungan dan kepercayaan penuh kepada penulis, baik dukungan secara moril berupa doa, motivasi, dan wejangan yang selalu penulis dengarkan, maupun secara material untuk terus melanjutkan pendidikan dan menggapai cita-cita. terimakasih ayah atas pengorbanannya selama masa kecil hingga dewasa saat ini.
2. Kepada Ibu tersayang Maymanah, terimakasih atas segala doa yang engkau langitkan, terimakasih atas segala jasa yang tidak engkau harapkan kembali, terimakasih telah memberi support, dukungan maupun kepercayaan kepada penulis, terimakasih atas semua Pelajaran yang engkau berikan, dan terimakasih juga untuk segala kecukupan yang sudah diperjuangkan, terimakasih atas segala-galanya bu.
3. Kepada Kakak dan Kakak Iparku, Septian Hadinata, S.Kom dan Siti Khomariyah, Amd.F, Terimakasih atas segala bantuan dan dukungan yang selalu menyemangati penulis untuk tidak pernah menyerah, terimakasih atas perhatiannya selama masa perkuliahan penulis, terimakasih telah mengusahakan semuanya.
4. Kepada Kakek dan Nenek, H. Iskandar dan Saripah, yang tak kalah berjasa dan senantiasa memberikan kasih sayang, perhatian, dan do'a sejak masih kecil hingga saat ini.

RIWAYAT HIDUP

Lisa Sholehah Yuliana Sari lahir di Dokter Mintarsih yang bertempat di Bandar Agung, Lampung Tengah pada tanggal 4 Juli 2001, Lisa Sholehah Yuliana Sari anak kedua dari dua bersaudara yang berasal dari pasangan Bapak Sugiyo dan Ibu Maymanah. Pendidikan dimulai dari TK Islam Terpadu Bustanul Ulum dan selesai pada tahun 2008, kemudian penulis melanjutkan ke jenjang Sekolah Dasar di SD Islam Terpadu Bustanul Ulum dan selesai pada tahun 2014, kemudian penulis melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Islam Terpadu Bustanul Ulum dan lulus pada tahun 2017. Penulis kemudian menempuh Pendidikan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di MAN 1 Lampung Tengah dan lulus pada tahun 2020.

Kemudian setelah lulus dari jenjang Sekolah Menengah Atas, penulis melanjutkan Strata 1 di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi melalui jalur SPAN PTKIN. Selama menjadi siswa penulis aktif dalam Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) dan Semasa kuliah penulis pernah melakukan pengabdian masyarakat (KKN) di Desa Negeri Katon, Kecamatan Negeri Katon, Kabupaten Pesawaran, Lampung (2023) dan melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Kantor Urusan Agama (KUA) Langkapura, Bandar Lampung pada tahun 2023.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilamin, Segala puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu Wata'ala* atas rahmat, hidayah dan inayah-Nya yang telah memberikan penjelasan serta petunjuk kepada hambanya yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Pada Baitul Maal Tanwil Assyafi'iyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu”. Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad *Shalallahu 'alaihi wassalam* yang selalu kita nantikan syafaatnya kelak diyaumul qiyamah . *Aamiin ya rabbal alamin*.

Tujuan akhir skripsi ini adalah untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana sosial dalam ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Selama penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I dan Bapak Badarudin, S.Ag., M.Ag. Selaku Ketua dan Sekertaris Program Studi Manajemen Dakwah UIN Raden Intan Lampung atas kesediaan yang telah diberikan selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. H. Rosidi, M.A. selaku pembimbing I yang telah sabar membimbing dan mengarahkan penulis dengan tulus dan penuh kesabaran dari awal sampai akhir dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dr. H. Suslina sanjaya, S.Ag., M.Ag. selaku pembimbing II yang telah sabar membimbing dan mengarahkan penulis dengan tulus dan penuh kesabaran dari awal sampai akhir dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Jurusan Manajemen Dakwah yang telah membimbing, mendidik, dan memberikan ilmu pengetahuan serta wawasannya kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
6. Bapak Sobari, S.Pd.I. selaku pimpinan cabang serta seluruh staff marketing dan karyawan BMT Assyafi'iyah Banyumas Pringsewu yang telah dengan hati memberikan izin kepada penulis dan membantu dalam penyelesaian riset dan penelitian di BMT Assyafi'iyah Banyumas Pringsewu.
7. Sahabatku Anggi Ulya Ramadhania, Dwi Umi Amelia, Nur Aisyah, Rahayu Intan dan teman seperbimbingan ku Titin Marfiah. Terimakasih atas setiap waktu yang diluangkan, memberikan dukungan, motivasi, semangat, do'a, pendengar yang baik, serta menjadi rekan yang menemani penulis dari awal perkuliahan sampai selesai skripsi. Tiada hentinya memberikan semangat kepada penulis agar skripsi dapat selesai secara tepat waktu, dan berjuang agar siap menghadapi ujian sidang skripsi secara bersama.

8. Teman-temanku Kost Asrama 5, Deva Nabila, Eka Junia Sahputri, Mar'atus Sholihah, Defita Anggiya Putri, Noviana Styaningrum, Kharisma Annisa'u Salamah, Lina Fadilla, Salsabrina Nanda Saski Utomo, dan Puspita Rini. Terima kasih selalu berada dibalik layar, kebersamai dalam proses ini dan sudah mau direpotkan sehingga membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan MD A angkatan 2020 yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah bersama-sama berjuang dalam menggapai cita-cita, saling *mensupport*, dan mendo'akan satu sama lain dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Almamater tercinta Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung telah menjadi wadah menuntut ilmu dan mencari pengalaman sehingga dapat mengembangkan kemampuan.
11. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan, bantuan, motivasi, kritik dan saran serta kerja sama dalam penyelesaian skripsi ini.

Pihak-pihak tersebut telah banyak berjasa dalam pembuatan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya waktu dan pengetahuan yang penulis miliki, tapi penulis berusaha untuk melakukan yang terbaik. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang. Dengan kerendahan hati peneliti berharap kepada pembaca untuk memberikan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan tulisan ini.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Bandar lampung, 2024
Penulis

Lisa Sholehah Yuliana Sari
NPM. 2041030031

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN COVER	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	5
C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian.....	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	10
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	10
H. Metode Penelitian	12
I. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II MANAJEMEN PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN ANGGOTA	18
A. Manajemen Pelayanan	18
1. Manajemen.....	18
2. Pelayanan	25
3. Manajemen pelayanan	31
B. Kepuasan Anggota.....	32
1. Pengertian Kepuasan Anggota.....	32
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Anggota	34

3. Cara Mengukur Kepuasan Anggota	35
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	37
A. Gambaran Umum BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas	37
1. Letak Geografis BMT Assyafi'iyah Banyumas	37
2. Sejarah Berdirinya BMT Assyafi'iyah Banyumas	37
3. Visi dan Misi BMT Assyafi'iyah Banyumas	39
4. Sturuktur Organisasi BMT Assyafi'iyah Banyumas	40
5. Produk-Produk BMT Assyafi'iyah	42
B. Pelaksanaan Manajemen Pelayanan Dalam Menjaga Kepuasan Anggota Pada BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu	46
C. Respon Anggota Terhadap BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu ..	53
BAB IV ANALISIS PELAKSANAAN MANAJEMEN PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN ANGGOTA PADA BMT ASSYAFI'IYAH CABANG BANYUMAS KABUPATEN PRINGSEWU.....	55
A. Analisis Pelaksanaan Manajemen Pelayanan.....	55
B. Kepuasan Anggota.....	61
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Rekomendasi	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.139

Tabel 3.243



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	73
Gambar 1.2	73
Gambar 1.3	74
Gambar 1.4	74
Gambar 1.5	74
Gambar 1.6	75
Gambar 1.7	75



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk memudahkan pembahasan penelitian ini terlebih dahulu penulis akan mengemukakan penegasan judul dengan memberikan pengertian-pengertian sehingga dapat menghindarkan persepsi atau penafsiran yang lain terhadap pokok permasalahan ini. Adapun judul skripsi ini adalah : **“Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Pada BMT Assyafi’iyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu.”**

Manajemen berasal dari kata “*manage*” yang berarti mengatur. Pengaturan yang dimaksud yaitu dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dan fungsi-fungsi manajemen antara lain perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian.¹ Manajemen merupakan suatu proses mewujudkan tujuan yang diharapkan.

Hasibuan mendefinisikan “manajemen merupakan ilmu dan seni dalam mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan tertentu”. Adapun unsur-unsur manajemen yang terdiri dari 6M yaitu *man, money, methode, machines, materials, dan market*. Manajemen adalah suatu cara/seni mengelola sesuatu untuk dikerjakan oleh orang lain.²

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan suatu ilmu dan seni dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang mana fungsi manajemen tersebut mempunyai tujuan untuk mencapai tujuan bersama, individu serta masyarakat secara efektif dan efisien dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Sumber daya manusia merupakan kekayaan (*asset*) organisasi yang harus didayagunakan secara optimal sehingga diperlukannya suatu manajemen untuk mengatur sumber daya manusia sedemikian rupa guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sejak awal.³

¹ Lailul M, Ilmi Usrotin C, *Manajemen pelayanan Publik*, (Jawa Timur : UMSIDA Press, 2020), 6.

² Malayu S P Hasibuan, “*Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah,*” 2007.

³ *Ibid*, 7

Istilah pelayanan dalam bahasa Inggris adalah “*service*”. Moenir mendefinisikan “pelayanan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna.” Pelayanan adalah kepedulian atau rasa peduli kepada pelanggan atau nasabah dengan memberikan layanan terbaik untuk membantu memudahkan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan bagi pelanggan.⁴

Dengan pengertian diatas maka penulis menyimpulkan bahwasannya manajemen pelayanan adalah sebuah proses mengatur dalam memberikan kemudahan jual beli barang atau jasa secara efektif dan efisien dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.⁵

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.⁶

Pengertian nasabah dalam KKBI, yaitu orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan lembaga keuangan. Dalam hal ini penulis memfokuskan kepada para nasabah. dikarenakan nasabah adalah orang yang sudah memang terdaftar dalam lembaga sebagai anggota yang mempunyai hak dan kewajiban dalam struktur lembaga tersebut.

Jadi, dapat disimpulkan bahwasannya kepuasan nasabah adalah rasa yang timbul ketika produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan nasabah.

Menurut para ahli Parasuraman, Zeithaml, dan Berry Manajemen pelayanan menekankan pentingnya lima dimensi kualitas manajemen pelayanan

⁴ Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), h. 27

⁵ Dr. Methiana I, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), 82-83

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keduabelas Jilid 1, hlm. 62

(keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) untuk mengukur dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Ini mengidentifikasi lima dimensi kualitas layanan yang dikenal dengan akronim RATER:

1. *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan untuk meningkatkan layanan yang dapat diandalkan pada konsisten dalam waktu.

2. *Assurance* (Jaminan)

Kemampuan para karyawan atau staff untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan melalui pengetahuan, kemampuan, dan sikap positif.

3. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Aspek fisik dari layanan dan fasilitas yang menyediakan bukti visual atau materi dari kualitas layanan yang diberikan.

4. *Empathy* (Empati)

Kemampuan karyawan atau staff untuk memberikan perhatian dan peduli terhadap kebutuhan, keinginan, dan perasaan pelanggan.

5. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat dan tanggap terhadap permintaan masalah

Baitul Maal Wattamwil (BMT) merupakan suatu lembaga keuangan non bank dengan sistem syariah (prinsip bagi hasil). Sedangkan bentuk badan usaha yang paling tepat untuk BMT adalah koperasi. Salah satu lembaga keuangan unit koperasi yaitu Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas yang bergerak di bidang pembiayaan, simpanan dan investasi sesuai dengan pola bagi hasil (syariah).

BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas merupakan lembaga keuangan yang menawarkan prinsip syariah dengan sistem bagi hasil sebagai strategi unggulan dalam mendapatkan nasabah. Lembaga keuangan seperti BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas ini harus selalu berorientasi kepada keinginan dan kebutuhan konsumen.

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk jasa yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lambat bisa membuat pelanggan tidak puas walaupun tingkatan yang berbeda. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk, bisa berarti barang atau jasa.

Perkembangan zaman telah begitu pesat, khususnya dalam persaingan usaha, karenanya perusahaan perlu menjaga kualitas produk dan jasa yang dihasilkannya. Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Tujuan dari organisasi bisnis adalah menghasilkan barang dan jasa yang dapat memuaskan konsumen, karena apabila konsumen merasa puas, keuntungan atau laba dari penjualan produk dan jasa perusahaan juga dapat dicapai berdasarkan target yang direncanakan. Begitu pula kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya.

Dengan demikian Perusahaan tersebut memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang dibandingkan perusahaan-perusahaan lain yang hanya mengutamakan keuntungan semata tanpa menjaga dan mempertahankan kualitas produk dan jasa yang dihasilkannya.

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidak hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam.⁷

Berkaitan dengan semua hal tersebut maka penulis memfokuskan penelitian dengan judul Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Pada Baitul Maal Tanwil Assyafiiyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu dalam bentuk kumpulan data-data yang realibilitas dan validitas dari pihak

⁷ Muhammad Tho'in, "Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali," *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 2, no. 1 (2011): 73, <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v2i1.73-89>.

lembaga (*internal*) dan dari pihak nasabah (*eksternal*) untuk meningkatkan pelayanan terhadap nasabah sehingga BMT Assyafiyah dapat berkembang dan berkemajuan dalam meningkatkan kehidupan masyarakat.

B. Latar Belakang Masalah

Masih banyak beberapa lembaga yang belum mengetahui sistem kerja manajemen pelayanan yang pada saat ini sangat dibutuhkan bagi para konsumen agar dapat memudahkannya dalam bertransaksi. Pelayanan adalah suatu kegiatan yang diberikan oleh individu atau kelompok kepada konsumen namun tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelanggan harus dimuliakan, dalam arti tidak boleh dikecewakan, tidak boleh dirugikan dan kepentingannya menjadi kewajiban untuk diketahui dan diperhatikan.

Nasabah yang puas dengan kinerja pelayanan lembaga maka pasti akan menjadi pelanggan tetap dan akan mengajak masyarakat dilingkungannya agar dapat bergabung menjadi nasabah juga di lembaga tersebut. Sedangkan nasabah yang tidak puas dengan kinerja pelayanan lembaga maka pasti akan berhenti atau keluar dari lembaga tersebut dan akan dipastikan nasabah tersebut tidak akan mengajak masyarakat dilingkungannya untuk bergabung di lembaga tersebut bahkan dapat melarang untuk tidak menjadi nasabah di lembaga tersebut. Hal inilah yang dinamakan hubungan timbal balik dalam suatu kehidupan.

Memberi berarti menerima lebih banyak. Dan inilah firman Allah SWT yang searah dengan prinsip tersebut,

لَا وَهُمْ مِثْلَهَا إِلَّا يُجْزَىٰ فَلَا بِالسَّيِّئَةِ جَاءَ ۖ وَمَنْ أَمْثَالَهَا عَشْرُ فَلَهُ بِالْحَسَنَةِ جَاءَ مَنْ يُظْلَمُونَ

“Barangsiapa beramal dengan satu kebaikan, akan memperoleh sepuluh kebaikan. Dan barangsiapa yang membuat satu keburukan, akan dibalas dengan yang setimpal. Dan mereka sedikit pun tidak akan dirugikan.” (Q.S. Al – An’am [6]:160).

Manajemen pelayanan baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional menuntut sebuah perusahaan atau lembaga untuk merancang sebuah strategi guna menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama

semakin kuat. Apalagi bagi lembaga syariah yang harus berusaha semaksimal mungkin bersaing dengan lembaga konvensional dengan bertujuan mensejahterahkan masyarakat melalui sistem perekonomian yang sesuai dengan syariat islam menghindari sistem *riba*, *gharar*, *maysir*. Terdapat berbagai macam rintangan dan tantangan dalam mencapai keberhasilan di sebuah lembaga dan salah satunya adalah kualitas dari sumber daya yang dimiliki lembaga tersebut. Kualitas sumber daya yang dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan lembaga yaitu dalam kualitas manajemen pelayanan.

Baitul Tamwil adalah lembaga keuangan yang berbidang bisnis dalam penggalangan dana masyarakat dalam bentuk pembiayaan usaha mikro dengan sistem jual beli, bagi hasil maupun jasa.⁸ Pengembangan sosial pada *Baitul Tamwil* ini dimaksudkan untuk menjangkau lapisan masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh lembaga keuangan bank ataupun non bank dan berupaya untuk mendampingi dan memberi modal sebagai rangsangan usahanya. Oleh karena itu, pelayanan yang baik, tempat yang nyaman dan ramah, bersih dan aman menjadi hal yang utama yang dibutuhkan oleh pengunjung atau konsumen. Hal ini merupakan kewajiban pihak Baitul Maal Tanwil Assyafiyah untuk memberikan sebuah pelayanan yang begitu maksimal kepada setiap konsumennya, karena itulah yang akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha.

Setiap konsumen pasti menginginkan yang terbaik dalam setiap jasa yang ia beli karena itu adalah hak yang pantas mereka dapatkan. Setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, informasi yang benar dan jujur serta perlakuan atau pelayanan secara benar atas apa yang ia beli. Bahkan konsumen yang tidak puas tentu saja tidak mengulangi atau tidak memilih Kembali lagi jasa akomodasi yang sama. Mengingat peran pentingnya bagi manajemen perusahaan untuk penawaran produk atau jasanya, dapat tetap mempertahankan pelanggan dan memenangkan persaingan secara berkelanjutan.⁹

Setiap Perusahaan wajib merencanakan, mengorganisasikan, dan mengendalikan system usaha perbuatan untuk melayani orang banyak yang

⁸ Nurul Huda, Mohamad Heykal, *Bank dan Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta : Kencana 2010), h.364

⁹ Tiris Sudrartono et al., *Manajemen Pemasaran Jasa*, 2022, www.penerbitwidina.com.

dilakukan oleh para pemberi pelayanan. Dalam konteks ini maka pelayanan merupakan kewajiban yang harus ditunaikan oleh para pemberi pelayanan dan sekaligus hak yang dimiliki oleh para penerima pelayanan.¹⁰

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah Perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Sehingga Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah tingkat keunggulan produk maupun jasa yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Jasa akan diterima oleh konsumen apabila sesuai dengan yang diharapkan.¹¹ Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa ditawarkan akan mendapatkan tempat yang baik dimata konsumen dan calon konsumen. Itu artinya kosumen merasa puas Ketika menggunakan pelayanan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan jasa ril atau aktual dengan kinerja sesuai harapan.¹²

Baitul Maal Tanwil Assyafiiyah Merupakan kependekan dari kata Balai Usaha Mandiri Terpadu atau Baitul Maal wa Tamwil, yaitu lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. BMT sesuai namanya terdiri dari dua fungsi, yaitu: Baitut tamwil (rumah pengembangan harta), yang bertugas melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antera lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi .Baitul maal (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptmalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

Baitul Maal Tanwil Assyafiiyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya sebagai lembaga penyalur dana dari pihak kelebihan dana kepada pihak yang memerlukan dana sehingga dana tersebut bisa menjadi modal untuk membangun usaha bagi peminjam dana. Jika pemanfaatan lembaga BMT Assyafiiyah ini

¹⁰ Muhamad Mu'iz Raharjo, *Manajemen Pelayanan Publik* (Bumi Aksara, 2022).

¹¹ Dessy Riyani, Irena Larashat, and Dudung Juhana, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Majalah Bisnis & IPTEK* 14, no. 2 (2021): 94–101, <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>.

¹² Ibid.

dilakukan secara optimal, amanah, dan profesional maka perekonomian masyarakat sekitar dapat menjadi lebih baik.

Baitul Maal Tanwil mempunyai ciri-ciri yaitu :

1. Visi dan misinya social
2. Mempunyai fungsi sebagai mediator
3. Tidak boleh mengambil profit apapun
4. Penyalurannya dialokasikan pada mereka yang berhak menerima atau disebut mustahik.

Fungsi Baitul Maal Tanwil

BMT sesuai namanya terdiri dari dua fungsi utama,yaitu:

1. *Baitul Tamwil* (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antar lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.
2. *Baitul Maal* (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Dalam rangka mencapai tujuannya, BMT berfungsi sebagai:
 - a. Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisasi, mendorong, dan mengembangkan potensi serta kemampuan potensi ekonomi anggota.
 - b. Meningkatkan kualitas SDM anggota menjadi lebih profesional dan islamisehingga semakin utuh dan tangguh dalam menghadapi persaingan global.

Untuk menunjang tujuan dari BMT Assyafiiyah yaitu mensejahterakan umat dan menggapai ridho Ilahi maka penulis memiliki ide untuk membahas pelayanan dikarenakan pelayanan merupakan hal yang paling utama dalam menghadapi situasi atau kondisi yang sedang kita rasakan ini. Dan untuk menjaga para nasabah agar tidak keluar bahkan menjaga agar tidak terputusnya

kerjasama dari berbagai bidang usaha yang sedang dilaksanakan oleh lembaga BMT Assyafiiyah.

Manajemen pelayanan Baitul Maal wat Tamwil dalam kepuasan pelanggan mencakup beberapa faktor. Pertama, BMT seringkali berbasis pada prinsip kebersamaan dan keadilan ekonomi, yang dapat menciptakan hubungan yang erat antara BMT dan pelanggannya. Kedua, manajemen pelayanan yang efektif dapat meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan. Ketiga, transparansi, integritas, dan akuntabilitas dalam proses pelayanan juga berkontribusi pada kepuasan pelanggan.

Dengan metode dan pengetahuan yang ada didalam manajemen pelayanan ini maka penulis berharap dapat memberikan solusi atas permasalahan dalam menjaga kepercayaan para nasabah yaitu dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan bagi para nasabah. Dengan dilatarbelakangi masalah tersebut maka pada skripsi ini penulis mengambil judul tentang: **Manajemen Pelayanan Dalam Kepuasan Anggota Pada BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu.**

C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian

Pemfokusan dalam penelitian ini lebih didasarkan pada tingkat kepentingan dan feaseibilitas masalah yang akan dipecahkan, selain juga faktor keterbatasan tenaga, dana, waktu.

Berdasarkan pemaparan diatas dan agar pembahasan ini lebih terarah dan tidak melenceng dan juga memudahkan penulis, maka penulis memfokuskan penelitian ini dilakukan pada BMT Assyafiiyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu.

Dan subfokus yang akan dibahas yaitu manajemen pelayanan yang diterapkan di BMT Assyafiiyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu dan menganalisa tentang teori-teori manajemen pelayanan yang baik guna memberikan kepuasan bagi anggota pada Baitul Maal Tanwil Assyafiiyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Pada BMT Assyafi’iyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu?”.

E. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Pada BMT Assyafi’iyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, Dapat mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh pada saat kuliah pada realita yang ada sehingga mendapatkan pengetahuan dan memperkaya materi pembelajaran.
2. Dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi terutama dalam rangka memberikan solusi untuk meningkatkan Manajemen Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada lembaga Koperasi simpan pinjam syariah.
3. Bagi Intansi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi yang dapat dipergunakan oleh pihak-pihak terkait seperti bagi pihak Baitul Maal Tanwil Assyafiiyah , anggota Baitul Maal Tanwil Assyafiiyah, masyarakat yang ingin ke Baitul Maal Tanwil Assyafiiyah Cabang Banyumas, Kabupaten Pringsewu dan pembaca mengenai sudah berapa banyak masyarakat yang percaya akan Baitul Maal Tanwil Assyafiiyah Cabang Banyumas, Kabupaten Pringsewu.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk penyusunan karya ilmiah ini, penulis membaca beberapa skripsi untuk mendalami materi dan menentukan poin perbedaan hasil karya penulis dengan karya tulis yang lain. Adapun setelah penulismengaku kajian

kepustakaan, penulis tidak menemukan judul yang sama. Namun ada beberapa peneliti yang hamper sama diantaranya :

Pertama, Zulbiyadi fadlan, NPM : 1113053000019, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas dakwah dan Ilmu komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, pada tahun 2019 dengan judul “Manajemen Program Pelayanan Jamaah Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Ibadah Pada PT. Al Anshar Asbihu Tama Sejahtera”. Skripsi ini menjelaskan program pelayanan, penyelenggaraan, dan pelaksanaan umroh dengan menunjukan program pelayanan jamaah yang diberikan menghasilkan kualitas ibadah jamaah meningkat.¹³

Kedua, Okti Nurmala, NPM 1641030051, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, pada tahun 2020 dengan judul “Manajemen Kerja Karyawan Dalam Peningkatan Pelayanan di PT. Bunda Asri Lestari Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung”. Skripsi ini menjelaskan tentang penyelenggaraan umrah dan haji di PT. Bunda Asri Lestari dengan khusus telah mewujudkan niat suci jamaah masyarakat Lampung sehingga dapat mengetahui bagaimana proses manajemen kinerja karyawan dalam peningkatan pelayanan diperusahaan tersebut.¹⁴

Ketiga, Apriyadi Wahyu Dinata, NPM 1941030253, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, pada tahun 2023 dengan judul “Manajamen Pelayanan Publik Dinas Pariwisata Kabupaten Tanggamus Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung di Muara Indah Kelurahan Baros Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus”. Skripsi ini menyimpulkan tentang pengelolaan wisata oleh pengurus Pantai muara indah bukan hanya terkait indahnya pemandangan namun harus juga didukung dengan pelayanan public yang memadai sehingga

¹³ Zulbiyadi Fadlan, *Manajemen program pelayanan jamaah umroh dalam upaya meningkatkan kualitas ibadah pada PT. Al Anshar Asbihu Tama Sejahtera*, (Skripsi), hal 35

¹⁴ Okta Nurmala, *Manajemen Kinerja Karyawan dalam peningkatan pelayanan di PT. Bunda Asri Lestari Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung*, (skripsi), hal 18

wisatawan bisa melaksanakan berwisata yang nyaman dan tercapainya pelayanan prima.¹⁵

Adapun yang membedakan dengan skripsi diatas bahwa Penelitian yang penulis adalah penulis meneliti manajemen pelayanan yang dilakukan BMT Assyafi'iyah untuk melayani anggota dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan kepada anggota.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan sebuah cara atau jalan yang dipakai untuk memahami obyek yang menjadi sasaran, sehingga dapat mencapai tujuan dan hasil yang diharapkan.¹⁶ Metode penelitian adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang membicarakan atau mempersoalkan mengenai cara-cara melaksanakan penelitian (yaitu meliputi keinginan-keinginan mencari, mencatat, merumuskan menganalisis sampai menyusun laporannya) berdasarkan fakta-fakta atau gejala-gejala secara ilmiah.¹⁷ Sehingga dapat diartikan metode penelitian adalah cara sistematis untuk menyusun ilmu pengetahuan. Metode penelitian sangat penting karena turut menentukan tercapai atau tidak tujuan suatu penelitian. Apabila suatu penelitian menggunakan metode yang tepat, maka fakta atau kebenaran yang diungkap dalam penelitian akan dengan mudah untuk dipertanggungjawabkan.

Agar memudahkan dalam memahami pembahasan, rumusan masalah, dan tujuan penelitian. Dapat dicapai untuk menyimpulkan dan mengolah data yang terkumpul, maka diperlukan metode penelitian yang tepat, agar penelitian ini mendapatkan data yang lengkap dan berjalan dengan lancar. Jadi penelitian harus mengetahui langkah-langkah berikut:

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a) Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian jenis lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang langsung dilakukan di

¹⁵ Apriyadi Wahyu Dinata, *Manajemen pelayanan publik dinas pariwisata Kabupaten Tanggamus dalam meningkatkan kepuasan pengunjung di Muara Indah Kelurahan Baros Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus*, (skripsi), hal 3

¹⁶ Anak Agung Putu Agung, *Metode Penelitian Bisnis*, (Malang, UB Press: 2012), 32.

¹⁷ Cholid Narbuko, dan Abu Achmadi, *metodologi penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), 1.

lapangan atau pada responden.¹⁸ Penelitian lapangan dimaksud untuk menghimpun data yang ada dilapangan, ada pun data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data tentang manajemen pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan penelitian ini bertempat di Baitul Maal Tanwil Assyafiiyah Cabang Banyumas Kabupaten Pringsewu.

b) Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian berupaya menghimpun, mengolah dan menganalisis data secara kualitatif. Maksudnya melakukan pendekatan investigasi, peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka secara langsung dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat penelitian.¹⁹ Memberikan penjelasan dan jawaban terhadap pokok permasalahan yang penulis teliti, bukan berarti untuk menguji atau mencari teori baru. Penelitian deskriptif ini juga ditunjang oleh teknik *survey literature* yang dilakukan untuk memperoleh sumber data primer dari buku teks dan data sekunder dari artikel jurnal, media cetak, dan internet.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dimana data dapat diperoleh dengan menggunakan dua cara yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a) Sumber Data Primer

Data Primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data utama. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data yang memiliki sifat up to date. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data primer meliputi, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data primer dalam penelitian ini akan diperoleh dari hasil dokumentasi dan

¹⁸ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Mandar Maju, Cet. VIII, 1996), h. 102

¹⁹ Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hal.11

wawancara dengan 5 staff serta 2 anggota di Assyafiiyah Kec. Banyumas, Kab. Pringsewu.

b) Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada, seperti buku, artikel, jurnal, dan sebagainya. Dalam hal ini, data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui literature yang erat kaitannya dengan objek penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan cara sistematis.²⁰ Definisi lain yang dimaksud dengan wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sampai bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interviewguide (panduan wawancara).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin artinya wawancara yang bebas mengajukan kerangka pertanyaan pokok yang tersusun dengan baik tetapi dalam proses wawancara seseorang, pewawancara boleh mengembangkan pertanyaan selagi tidak melenceng atau menyimpang dari permasalahannya. Hal ini dilakukan untuk menghindari kemungkinan kesalahan atas jawaban informal dan diharap mendapat informasi dan data yang berkualitas.

Penerapan metode interview merupakan metode utama atau metode pokok yang dipakai penulis untuk mencari data dari lapangan tentang manajemen pelayanan yang ada di BMT Assyafiiyah Kec. Banyumas, Kab. Pringsewu dalam meningkatkan kepuasan anggota.

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 161

b. Observasi

Metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.²¹ Data yang dibutuhkan dalam observasi ini guna mendukung valid atau tidak data pada wawancara seperti manajemen pelayanan dalam meningkatkan kepuasan anggota

Metode ini digunakan untuk mencari data tentang kondisi kantor, kondisi karyawan, serta kondisi nasabah BMT Assyafiiyah Kec. Banyumas, Kab. pringsewu. Peneliti menggunakan penelitian observatif non-partisipan yaitu observasi yang tidak dilakukan pada saat acara.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen tertulis, laporan dan surat-surat resmi. Peneliti menggunakan metode ini untuk mendapatkan data-data yang resmi dan sesuai dengan keperluan penelitian untuk mendapatkan data yang objektif dan nyata.

Peneliti juga harus berhati-hati dalam memilih dokumen yang hendak dijadikan sumber penelitian karena tulisan seringkali tidak sistematis, tidak akurat, ditulis dalam masa dan untuk tujuan tertentu sehingga perlu rekonstruksi.

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kualitatif analisa data dilakukan melalui pengaturan data secara logis dan sistematis. Analisis data dilakukan sejak awal peneliti terjun ke lapangan hingga pada akhir penelitian (pengumpulan data).²²

Setelah data sudah diperoleh, kegiatan selanjutnya yang dilakukan adalah menganalisis data dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Yaitu data yang di kumpulkan berupa kata-kata, objek-objek, pola-pola dalam data. Dengan demikian laporan penelitian

²¹ Supardi, *Metodologi Penelitian*, (Mataram: Yayasan Cerdas Press, 2006), 88

²² Rulam Ahamadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014),h. 229.

akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi penyajian laporan, data berasal dari sesi tanya jawab, catatan harian, serta video dokumentasi.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu Menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil Penelitian yang baik dan mudah dipahami. Maka penulis akan mendeskripsikan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan uraian dari penegasan judul, latar belakang masalah, fokus dan sub fokus Penelitian, rumusan masalah, tujuan Penelitian, manfaat Penelitian, kajian Penelitian relevan, metode Penelitian, dan sistematika pembahasan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan kajian terhadap beberapa teori dan referensi yang menjadi landasan dalam mendukung studi penelitian ini, diantaranya adalah teori mengenai manajemen pelayanan, pengertian manajemen, unsur-unsur manajemen, fungsi manajemen, definisi pelayanan, prinsip pelayanan, standar pelayanan, tujuan pelayanan, definisi kepuasan nasabah, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dan cara mengukur kepuasan konsumen.

BAB III GAMBARAN UMUM BAITUL MAAL TANWIL ASSYAFIIYAH CABANG BANYUMAS KABUPATEN PRINGSEWU

Yang berisikan tentang letak geografis, Sejarah berdiri, visi misi dan nilai struktur organisasi, uraian fungsi dan tugas pengurus dan pengelola, produk-produk yang ditawarkan, tujuan pelayanan, Langkah-langkah manajemen pelayanan, Teknik pelayanan pada Baitul Maal Tanwil Assyafiiyah cabang Banyumas dan juga respon kepuasan para anggota.

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

Yang didalamnya terdapat uraian hasil analisis penulis dari data yang diperoleh pada BAB III dan kemudian akan menghasilkan temuan penelitian yang berisi tentang manajemen pelayanan dalam kepuasan nasabah.

BAB V PENUTUPAN

Pada bab ini terdapat kesimpulan penulis dari seluruh pembahasan dan arahan rekomendasi untuk memberikan kritik dan saran terhadap hasil Penelitian ini.



BAB II

MANAJEMEN PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN ANGGOTA

A. Manajemen Pelayanan

1. Manajemen

a. Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata “*manage*” yang berarti mengatur. Pengaturan yang dimaksud yaitu dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dan fungsi-fungsi manajemen antara lain perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Manajemen merupakan suatu proses mewujudkan tujuan yang diharapkan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia telah mendefinisikan pengertian dari kata “manajemen” adalah penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran, atau pimpinan yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan dan organisasi.¹ Sedangkan menurut beberapa para ahli, banyak pendapat tentang definisi manajemen, antara lain :

- 1) Manajemen menurut Ika Dyah Kurniati adalah suatu ilmu dan seni dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang mana fungsi manajemen tersebut mempunyai tujuan untuk mencapai tujuan bersama, individu serta masyarakat secara efektif dan efisien dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Sumber daya manusia merupakan kekayaan (asset) organisasi yang harus didayagunakan secara optimal sehingga diperlukannya suatu manajemen untuk mengatur sumber daya manusia sedemikian rupa guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sejak awal.²
- 2) Manajemen menurut Ricky W. Griffin sebagaimana dikutip Al Fadjar Ansory dan Meithiana Indrasari mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian,

¹ M. Raharjo, *Manajemen Pelayanan Publik* (Bumi Aksara, 2022).

² Lailul Mursyidah and Ilmi usrotin Choiriyah, *Buku Ajar Manajemen Pelayanan Publik* (UMSIDA PRESS, 2020).

pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal.³

- 3) Manajemen menurut Mary Parker Follet, mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini berarti bahwa seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi.⁴
- 4) Menurut George R Terry manajemen adalah proses atau pendekatan yang terdiri dari Tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.⁵ Dalam pengertian manajemen lainnya George R Terry menyebutkan juga bahwa manajemen adalah ilmu pengetahuan maupun seni. Ada suatu pertumbuhan yang teratur mengenai manajemen (suatu ilmu pengetahuan), yang menjelaskan manajemen dengan pengacuan kepada kebenaran-kebenaran umum. Sedangkan kaitannya seni dengan manajemen dalam kecakapan yang diperoleh dari pengalaman, pengamatan, dan Pelajaran, serta kemampuan untuk menggunakan pengetahuan manajemen. Oleh karena itu, ilmu pengetahuan dan seni manajemen merupakan komplementernya masing-masing. Jika yang satu meningkat, demikian pula harusnya yang lain sehingga perlu ada suatu keseimbangan diantara keduanya.⁶
- 5) Henry Fayol sebagaimana dikutip Reni Shinta Dewi dan Apriatni Endang Prihatini menjelaskan Manajemen adalah proses memprediksi, merencanakan, mengatur, mengkoordinasi,

³ Al Fajar Ansory and Meithiana Indrasari, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 2018, <http://repository.unitomo.ac.id/id/eprint/891>.

⁴ Ibid.

⁵ George R Terry and L.W. Rue, *Dasar-Dasar Manajemen* (Bumi Aksara, 2021).

⁶ Ibid.

memerintahkannya, dan mengendalikan kegiatan orang lain untuk mencapai target bersama.⁷ Proses ini melibatkan berbagai aktivitas, termasuk perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, komunikasi, dan pengawasan, serta memerlukan kemampuan untuk memimpin dan mengarahkan orang lain dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pengertian manajemen di atas menurut para ahli dapat diambil kesimpulan manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang dilakukan untuk mencapai sasaran dan tujuan bersama secara efektif dan efisien melalui pemanfaatan sumber daya yang ada seperti sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Dalam perspektif yang lebih luas manajemen adalah skill atau kemampuan dalam mempengaruhi orang lain agar mau melakukan sesuatu untuk kita dan untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Manajemen memiliki kaitan yang sangat erat dengan leader atau pemimpin, sebab pemimpin yang sebenarnya adalah seseorang yang mempunyai kemampuan untuk menjadikan orang lain lebih dihargai, sehingga orang lain akan melakukan segala keinginan sang leader. Dari ke empat definisi tersebut dapat dipahami bahwa manajemen dijalankan dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi, dengan pengelolaan sumber daya-sumber daya organisasi.

Manajemen adalah sebagai suatu ilmu, karena manajemen memiliki karakteristik:

- a) bersifat universal,
- b) dapat dipelajari karena memiliki obyek yang jelas,
- c) bersifat sistematis, dan
- d) interdisipliner.

Manajemen didefinisikan juga sebagai seni, karena seni manajemen akan menciptakan perbedaan-perbedaan implikasi kegiatan manajemen. Seni manajemen lebih dipengaruhi oleh kemampuan kepribadian

⁷ Apriatni Endang Prihatini and Reni Shinta Dewi, *Buku Ajar Azas-Azas Manajemen* (CV. ISTANA AGENCY, 2021).

seorang manajer, ketimbang pendekatan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu keseimbangan pendekatan manajemen sebagai suatu ilmu dan seni, akan membawa keberhasilan manajemen dalam pengelolaan organisasi.⁸

Dalam sudut pandang Islam manajemen diistilahkan dengan menggunakan kata al-tadbir (pengaturan).⁹ Kata ini merupakan derivasi dari kata dabbara (mengatur) yang banyak terdapat dalam Al Qur'an seperti firman Allah SWT :

أَلْفَ مِقدَارَةٍ كَانَ يَوْمٍ فِي إِلَيْهِ يَعْرُجُ ثُمَّ الْأَرْضِ إِلَى السَّمَاءِ مِنَ الْأَمْرِ يُدَبِّرُ
 ٥ تَعُدُّونَ مِمَّا سَنَّةٍ

Artinya : *Dia mengatur segala urusan dari langit ke bumi, kemudian (segala urusan) itu naik kepada-Nya pada hari yang kadarnya (lamanya) adalah seribu tahun menurut perhitunganmu. (QS. As-Sajdah [32]: 5).*

Dalam pandangan Islam, Kata manajemen dalam bahasa Arab adalah Idara yang berarti “berkeliling” atau “lingkaran”. manajemen merupakan suatu kebutuhan yang tak terelakkan dalam memudahkan implementasi Islam pada kehidupan pribadi, keluarga, dan masyarakat. Oleh karena itu, manajemen sering dianggap sebagai ilmu sekaligus teknik (seni) kepemimpinan.¹⁰

b. Unsur-Unsur Manajemen

Setiap organisasi memiliki unsur-unsur untuk membentuk system manajerial yang baik, unsur-unsur inilah yang disebut dengan manajemen, jika salah satu diantara unsur tidak berfungsi atau tidak ada, maka akan berdampak dengan berkurangnya upaya untuk mencapai tujuan organisasi. Penerapan manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan yang telah ditentukan Perusahaan

⁸ Ibid.

⁹ Abdul Goffar. Dosen Tetap Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) At-Taqwa Bondowoso. Email : cak_goffar@yahoo.com, “35 MANAJEMEN DALAM ISLAM (PERSPEKTIF AL- QUR'AN DAN HADITS) Oleh : Abdul Goffar □,” 2018, 35–58.

¹⁰ Yanti Nova Maleha, “Manajemen Bisnis Dalam Islam,” *Economica Sharia* 1, no. 2 (2016): 43–53.

(organisasi), karyawan dan Masyarakat. Ada sejumlah unsur pokok yang membentuk kegiatan manajemen yang disingkat menjadi 6 (enam) M, yaitu : unsur manusia (*Men*), barang-barang (*Materials*), mesin (*Machines*), metode (*Methods*), uang (*Money*) dan pasar (*Market*). Keenam unsur ini memiliki fungsi masing-masing dan saling berinteraksi atau mempengaruhi dalam mencapai tujuan organisasi terutama proses pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. Unsur-unsur tersebut diantaranya adalah :

a. Manusia (*Man*)

Dalam manajemen, factor manusia (*man*) adalah yang paling menentukan karena manusia yang membuat tujuan dan manusia pula yang melaksanakan proses dalam mencapai tujuan, tanpa adanya manusia sebagai pelaku maka tidak ada proses dalam bekerja, karena manusia sebagai makhluk bekerja.

b. Bahan (*Materials*)

Bahan (*Materials*) atau alat terdiri dari bahan setengah jadi (*ram material*) dan bahan jadi, dalam dunia usaha untuk mencapai hasil yang baik, diperlukan manusia yang ahli dibidangnya dan ahli dalam menggunakan bahan atau alat sebagai sarana, untuk mencapai hasil yang dikehendaki.

c. Mesin (*Machines*)

Dalam kegiatan sebuah Perusahaan, mesin sangat dibutuhkan dan diperlukan, karena penggunaan mesin dalam bekerja akan membawa kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi dalam bekerja.

d. Metode (*Methods*)

Dalam bekerja diperlukan cara/metode dalam kerja, cara bekerja yang baik akan memperlancar pekerjaan, tetapi meskipun metode baik, sedangkan orang yang memperkerjakan tidak memahami atau tidak pengalaman maka hasilnya tidak akan memuaskan, maka peran utama dalam manajemen tetap manusianya.

e. Uang (*Money*)

Uang merupakan salah satu unsur yang menentukan, uang merupakan alat tukar dan alat ukur nilai, besar kecilnya hasil kegiatan diukur dari jumlah uang yang beredar dalam organisasi. Oleh sebab itu uang merupakan alat (*tools*) yang penting untuk mencapai tujuan, segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional hal yang berhubungan dengan uang yang disediakan untuk kebutuhan sesuatu organisasi atau Perusahaan.

f. Pasar (*Market*)

Memasarkan produk sangat penting sebab jika barang tidak terjual, maka proses produksi akan berhenti, oleh karena itu, penguasaan pasar sangat menentukan dalam Perusahaan, agar pasar dapat dikuasai maka kualitas dan harga barang harus sesuai dengan selera konsumen dan daya beli konsumen.¹¹

c. **Fungsi Manajemen**

Dalam sebuah organisasi sumber daya yang dimiliki harus dikelola dengan manajemen yang professional agar sumber daya tersebut dapat memberikan kontribusi yang maksimal terhadap pencapaian tujuan organisasi, dengan melaksanakan fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang baik untuk memberdayakan sumber daya organisasi, yang terdiri dari: (karyawan, keuangan, sarana fisik dan informasi) yang bertujua untuk mencapai sasaran organisasi dengan cara yang efisien dan efektif.

Fungsi-fungsi dalam manajemen intinya hanya empat fungsi yang disingkat dengan POAC sebagaimana dalam Berlianando dalam Elbadiansyah, (2019) yaitu: fungsi *planning* (perencanaan), fungsi *organizing* (pengorganisasian), fungsi *actuating* (pergerakan/pengarahan) dan fungsi *controlling* (pengawasan/pengendalian), jika fungsi-fungsi ini dijalankan, maka manajemen organisasi dapat berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan.¹²

a. Perencanaan (*planning*)

¹¹ Elbadiansyah, *pengantar manajemen*, (Yogyakarta : Deepublish, 2023) hal 10.

¹² Ibid hal 4.

Merupakan suatu komponen yang mesti dilakukan dengan serius karena menjadi salah satu hal yang paling penting dari suatu organisasi. Perencanaan termasuk memilih program yang akan membantu Perusahaan mencapai tujuannya. Tugas perencanaan meliputi penetapan tujuan, membuat rencana Tindakan untuk mencapai tujuan, mengatur aturan atau tahapan pelaksanaan, dan membuat anggaran. Perencanaan harus dimuali dengan menyusun visi dan misi organisasi yang ingin dicapai. Dan menyusun Standar Operasional Pelayanan (SOP) dalam melaksanakan tugas.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Merupakan membagi kegiatan besar menjadi kegiatan yang lebih kecil sehingga setiap tugas dapat diselesaikan dengan mudah untuk mencapai tujuan organisasi atau Perusahaan. Fungsi organisasi harus jelas agar dapat menggunakan pengorganisasian sebagai alat atau wadah untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Pembagian tugas dimaksud tercermin dalam struktur organisasi dengan uraian tugas masing-masing adalah tanggung jawab pekerja (karyawan) untuk melaksanakan tugas masing-masing.

c. Penggerak (*actuating*)

Suatu Tindakan melakukan kegiatan yang direncanakan. Agar kegiatan ini dapat berjalan dengan sukses dan efisien, diperlukan penggerak dari pimpinan atau manajer. Dalam organisasi atau Perusahaan yang baik, penggerak tidak mungkin dilakukan oleh pemimpin atau manajer. Bawahan diberi tugas dan tanggung jawab sesuai dengan pekerjaan yang didefinisikan dengan jelas dan tugas terpisah mereka dalam berbagai domain mereka setelah manajemen mendelegasikan atau memberikan wewenang atas mereka kepada orang lain atau melakukannya sendiri.

d. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan harus dijalankan karena sifat manusia cenderung mengabaikan atau melenceng dari tanggung jawab seseorang. Pasalnya, pengawasan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk

menjamin kelancaran pekerjaan. Tugas pengawasan harus dijalankan dengan ketat sebab untuk mengatur kegiatan agar kegiatan organisasi atau Perusahaan itu dapat berjalan sesuai dengan rencana, disamping itu pengawasan juga berfungsi untuk pengendalian yang maksudnya untuk mencari jalan keluar atau pemecahan masalah apabila terjadi hambatan dalam pelaksanaannya.

2. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Undang-Undang Nomor 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik memberikan definisi pelayanan public adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang jasa atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Menurut Peraturan Pemerintah No 96 tahun 2012 tentang Pelayanan publik bahwa pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang di sediakan oleh pelayanan publik.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia “pelayanan” diartikan sebagai perihal atau cara melayani, usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan uang, atau jasa, atau kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.¹³ Sedangkan “publik” diartikan sebagai orang banyak (umum).¹⁴ Adapun “pelayanan publik” diartikan sebagai sebagai proses dan cara perbuatan melayani

¹³ Sumber: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pelayanan> , diakses tanggal 9 Februari 2024.

¹⁴ Sumber: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/publik> , diakses tanggal 9 Februari 2024.

orang (umum).¹⁵ Sehingga dapat dijelaskan bahwa pelayanan publik adalah perihal, proses, cara, atau usaha perbuatan untuk melayani orang banyak yang dilakukan oleh para pemberi pelayanan dalam penyelenggaraan pemerintahan.¹⁶ Maka pelayanan adalah kewajiban yang harus ditunaikan oleh para pemberi pelayanan dan sekaligus hak yang dimiliki oleh para penerima pelayanan.

Diantara pandangan pakar yang ada, menurut Philipus Ngorang, pelayanan public dimaknai sebagai segala usaha yang dilakukan oleh orang atau badan di dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.¹⁷ Menurut Lewis dan Gilman, bahwa pelayanan public adalah kepercayaan public. Pelayanan public dilaksanakan secara bertanggung jawab dan sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang ada. Nilai akuntabilitas pelayanan yang diberikan dapat memberikan kepercayaan kepada Masyarakat tentang pelayanan yang diberikan. Pertanggung jawaban terhadap aspek yang dilayani adalah bagian dari pemenuhan terhadap pelayanan publik untuk menjunjung tinggi kepercayaannya kepada Masyarakat.¹⁸ Mengenai definisi tersebut, sangat jelas bahwa tujuan pelayanan publik adalah untuk memenuhi keinginan umum masyarakat dan pelanggan.

Dari pengertian manajemen dan pelayanan tersebut cenderung dapat dilihat bahwa pemikiran manajemen pelayanan adalah suatu penerapan ilmu dan keahlian untuk melakukan pengaturan, pelaksana rencana, perencanaan dan pemberian latihan-latihan penunjang sehingga tujuan pelayanan dapat dibuat.

b. Prinsip Pelayanan Publik

Menurut Lovelock mengemukakan lima prinsip yang harus diperhatikan bagi penyelenggaraan pelayanan, yaitu meliputi :

¹⁵ Sumber: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pelayanan%20publik> , diakses tanggal 19 Februari 2024.

¹⁶ Muhammad Mu'iz Raharjo, Icuik, *Manajemen Pelayanan Publik*, cetakan pertama (Jakarta Selatan: Bumi Aksara, 2022) 3.

¹⁷ Ibid., 4

¹⁸ Hayat, *Manajemen Pelayanan Publik*, cetakan pertama (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017) 21.

- a. *Tangible* (terjemah) seperti kemampuan fisik, peralatan personal dan komunitas material
- b. *Realible* (handal), kemampuan membentuk pelayanan yang dijanjikan secara tepat.
- c. *Responsiveness*. Rasa tanggung jawab terhadap mutu pelayanan.
- d. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, perilaku dan kemampuan karyawan.
- e. *Empathy* yaitu perhatian perorangan pada konsumsi.¹⁹

Prinsip- prinsip pelayanan prima penerapannya mengacu pada sendi-sendi pelayanan menurut Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (MENPAN) Nomor 81/1993, antara lain adalah :²⁰

- a. Kesederhanaan dalam arti bahwa prosedur / tata cara pelayanan yang tidak rumit, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah di laksanakan.
- b. Kejelasan dan kepastian adanya prosedur / tata cara : persyaratan, baik teknis maupun administrasi ; unit kerja atau pejabat yang bertanggung jawab ; rincian biaya / tarif pelayanan umum dan tata cara pembayarannya ;jadwal waktu penyelesaian pelayanan umum ; pejabat yang menerima keluhan masyarakat apabila ada ketidakpastian pelayanan
- c. Keamanan, dalam arti bahwa proses serta hasil pelayanan umum dapat memberikan keamanan, kenyamanan, dan dapat memberikan kepastian hukum
- d. Keterbukaan, dalam arti prosedur/tata cara, persyaratan dan lain-lain, yang berkaitan dengan proses pelayanan umum wajib diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan dipahami oleh Masyarakat baik diminta maupun tidak diminta
- e. Efisiensi, dalam arti persyaratan pelayanan umum dibatasi hanya pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan produk pelayanan

¹⁹ Daryono dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Gava Media, 2014)

²⁰ Atik Septi Winarsih Ratminto, "Manajemen Pelayanan," in *Pustaka Pelajar*, 2020, 24–33.

umum yang diberikan dan dicegah adanya pengulangan kelengkapan persyaratan

- f. Ekonomis, dalam arti pengenaan biaya harus ditetapkan secara wajar, dan tidak menuntut biaya yang tinggi diluar kewajaran, memperhatikan kondisi dan kemampuan Masyarakat untuk membayar secara umum
- g. Keadilan yang merata, dalam arti cakupan/jangkauan pelayanan umum harus diusahakan seluas mungkin dengan distribusi yang merata dan diperlakukan secara adil
- h. Ketepatan waktu, dalam arti pelaksanaan pelayanan umum dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan

c. Standar Pelayanan

Pelayanan harus disediakan menurut standar tertentu. Standar adalah spesifikasi teknis sebagai standar untuk melakukan aktivitas. Oleh karena itu, tingkat layanan masyarakat adalah sebagai tolak ukur yang digunakan penyedia layanan dan referensi evaluasi kualitas layanan komitmen atau janji sebagai penyedia layanan kepada masyarakat untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Setiap penyelenggaraan pelayanan pasti memiliki standar pelayanan dan publikasikan untuk memastikan penerima layanan.²¹

a. Pentingnya Standar Pelayanan

Standar pelayanan harus dimiliki oleh badan penyedia pelayanan. Untuk memastikan penyedia layanan yang berkualitas menjadikan Masyarakat penerima pelayanan merasa bernilai tinggi atas pelayanan. Menurut Keputusan Menteri Pemberdayaan Aparat Negara No.63 tahun 2023 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan public, standar pelayanan harus meliputi :

- 1) Prosedur pelayanan yang dilakukan dalam hal ini antara lain kesederhanan, yaitu kemudahan dalam memberikan pelayanan

²¹ Ibid

kepada masyarakat serta kemudahan dalam memenuhi persyaratan pelayanan.

- 2) Waktu penyelesaian ditetapkan sejak ditetapkan saat pengajuan permohonan sama dengan waktu penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan haruslah berkaitan dengan kepastian waktu dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan lamanya waktu layanan masing-masing.
- 3) Biaya pelayanan atau tarif pelayanan termasuk rincian dalam proses pemberian pelayanan, haruslah dengan pengenaan biaya yang secara wajar dan terperinci serta tidak melanggar ketentuan yang berlaku.
- 4) Produk layanan yang diterima harus sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Penyedia sarana dan prasarana yang memadai oleh penyelenggara pelayanan public. Hal ini berkaitan dengan ketersediaan perangkat Serta adanya kemudahan dan kenyamanan dalam memperoleh suatu pelayanan.

d. Tujuan Pelayanan

Tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan sesuai dengan keinginan masyarakat pada umumnya dan untuk mencapai hal ini, diperlukan kualitas pelayanan sesuai harapan dari masyarakat. Kualitas pelayanan publik merupakan tolak ukur untuk menentukan bagaimana kinerja layanan publik di suatu lembaga penyedia layanan publik.

Tujuan pelayanan dapat bervariasi tergantung pada konteks dan jenis organisasi atau bisnis yang bersangkutan. Secara umum, tujuan pelayanan meliputi hal-hal berikut :

- 1) Memenuhi kebutuhan pelanggan

Salah satu tujuan utama pelayanan adalah memastikan bahwa kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dipenuhi atau bahkan melebihi.

- 2) Meningkatkan kepuasan pelanggan
Pelayanan bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan, sehingga mereka merasa puas dengan layanan yang diberikan.
- 3) Meningkatkan loyalitas pelanggan
Dengan memberikan layanan yang baik dan memenuhi ekspektasi pelanggan, organisasi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, yang berkontribusi pada pertumbuhan jangka panjang dan keberhasilan bisnis.
- 4) Meningkatkan citra dan reputasi
Pelayanan yang baik dapat membantu memperbaiki citra dan reputasi organisasi di mata pelanggan dan masyarakat umum, yang penting untuk mempertahankan dan menarik pelanggan baru.
- 5) Meningkatkan efisiensi dan produktivitas
Tujuan pelayanan juga termasuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam penyediaan layanan, yang dapat mencakup penggunaan teknologi, peningkatan proses, dan pelatihan staf.
- 6) Meningkatkan profitabilitas
Pelayanan yang baik dapat berkontribusi pada peningkatan profitabilitas dengan meningkatkan penjualan, mempertahankan pelanggan yang ada, dan menciptakan peluang baru.
- 7) Meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan Masyarakat
Dalam beberapa kasus, organisasi atau lembaga pelayanan juga memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan melalui layanan yang mereka berikan.

e. Kualitas Pelayanan

Menurut Fitzsimmons dan Fitzsimmons, Parasuraman, Zeithmal dan Berry sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Warits menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk membandingkan persepsi layanan yang diterima konsumen dengan layanan yang sesungguhnya. Apabila layanan yang diharapkan konsumen lebih besar

dari layanan yang nyata-nyata diterima konsumen maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu, sedangkan jika layanan yang diharapkan konsumen lebih rendah dari layanan yang nyata-nyata diterima konsumen, maka dapat dikatakan bahwa layanan bermutu, dan apabila layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan.²²

Dengan demikian kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan konsumen. Pola konsumsi dan gaya hidup konsumen menuntut perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthmal *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Umumnya standar kepuasan konsumen adalah ketika apa yang mereka dapatkan sesuai dengan yang mereka bayarkan. Yaitu dalam jasa perhotelan berarti konsumen mendapatkan sambutan yang ramah ketika pertama kali datang, saat pemesanan dan penyelesaian pemakaian kamar. Disamping itu, keramah tamahan karyawan bagian restorasi dan *housekeeping* juga menjadi hal yang penting sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen disamping kenyamanan lingkungan hotel. Oleh karena itu pelayanan yang berkualitas dan memuaskan konsumen perlu diupayakan secara terus menerus. Untuk menjaga kestabilan motto perusahaan.²³

3. Manajemen pelayanan

Menurut beberapa para ahli, banyak pendapat tentang definisi manajemen, antara lain :

²² Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktek* (Jakarta: Salemba empat, 2004). 181

²³ Johannes Supranto, "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*"/Oleh J. Supranto," 2011.

Menurut A.S. Moenir, yang dimaksud dengan manajemen pelayanan adalah manajemen proses, yaitu sisi manajemen yang mengatur dan mengendalikan proses layanan, agar mekanisme kegiatan pelayanan dapat berjalan tertib, lancar, tepat mengenai sasaran dan memuaskan bagi pihak yang harus dilayani.²⁴

Menurut Winarsih & Ratminto manajemen pelayanan dapat diartikan sebagai suatu proses penerapan ilmu dan seni untuk Menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, mengoordinasikan dan menyelesaikan aktivitas-aktivitas pelayanan demi tercapainya tujuan-tujuan pelayanan.²⁵

Menurut Rinaldi dan Runi. mengatakan bahwa Manajemen adalah suatu studi interdisipliner dari aspek-aspek umum organisasi dan merupakan gabungan antara fungsi manajemen yaitu seperti planning, organizing, dan controlling di satu sisi sedangkan di sisi lain adalah SDM, keuangan, fisik, informasi dan politik.²⁶

Berdasarkan pengertian diatas manajemen pelayanan dapat diartikan sebagai suatu proses penerapan ilmu untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, mengoordinasikan dana dan menyelesaikan aktifitas-aktifitas pelayanan demi tercapainya tujuan-tujuan pelayanan.

B. Kepuasan Anggota

1. Pengertian Kepuasan Anggota

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan Kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Menurut Hutasoit Apabila kinerja memaparkan bahwa kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi:

- a. bukti langsung,
- b. perhatian pribadi dari karyawan kepada konsumen,

²⁴ Itje Pangkey, "Manajemen Pelayanan Publik" (Tahta Media Group, 2023), 1.

²⁵ Atik Septi Winarsih Ratminto, "Manajemen Pelayanan" (Pustaka Pelajar, 2020), 4.

²⁶ I Y Ristiani, "Manajemen Pelayanan Publik Pada Mall Pelayanan Publik Di Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat," *Coopetition X*, no. 2 (2020): 165–78, [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1768020&val=18895&title=Manajemen Pelayanan Publik Pada Mall Pelayanan Publik di Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1768020&val=18895&title=Manajemen%20Pelayanan%20Publik%20Pada%20Mall%20Pelayanan%20Publik%20di%20Kabupaten%20Sumedang%20Provinsi%20Jawa%20Barat).

- c. daya tanggap, keandalan dan jaminan. akan kecewa.
- d. Bila kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas.

Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.²⁷

Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (profit) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Yunus dan Budiyanto mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara persepsi konsumen terhadap produk atau jasa dalam kaitannya dengan harapannya masing-masing. Di sisi positif, konsumen yang merasa puas akan menjadi loyal dan akan melakukan pembelian kembali atau orang-orang yang mendapatkan pengalaman melebihi ekspektasinya dan yang paling menguntungkan adalah adanya promosi dari mulut ke mulut.

Howard dan Sheth dalam Tjiptono mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan perbedaan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan orang yang dilakukan.

Kotler dan Keller menyatakan bahwa pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan, dan biaya pelayanannya lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal rutin.²⁸

²⁷ Heni Rohaeni and Nisa Marwa, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Majalah Bisnis & IPTEK* 14, no. 2 (2021): 94–101.

²⁸ Anindya Dwiana Putri and Rahayu Tri Astuti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang)," *Diponegoro Journal of Management* 6, no. 2 (2017): 1–10, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

Dari uraian diatas, penulis berkesimpulan bahwa kepuasan anggota adalah Tingkat kepuasan, senang, atau kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan setelah menggunakan produk atau layanan suatu Perusahaan atau organisasi. Ini mencerminkan sejauh mana harapan dan ekspektasi pelanggan terpenuhi atau bahkan terlampaui oleh pengalaman mereka dengan produk atau layanan tersebut.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Anggota

Berdasarkan teori Sumarwan yang menyatakan faktor utama yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan; emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi; dan biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.²⁹

Berdasarkan teori Robinette yang menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu :

- a. perhatian (*caring*), perusahaan harus dapat melihat dan mengatasi segala kebutuhan, harapan, maupun permasalahan yang dihadapi pelanggan. Dengan perhatian itu pelanggan akan menjadi puas terhadap perusahaan dan melakukan transaksi ulang dengan perusahaan, dan pada akhirnya mereka akan menjadi pelanggan perusahaan yang loyal
- b. kepercayaan (*trust*), kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin diantara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah, hubungan perusahaan dan pelanggan tercermin dari tingkat kepercayaan (*trust*) para pelanggan; dan kepuasan

²⁹ Susilowati Susilowati and Tati Handayani, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Bolt," *Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 2 (2015): 143–54, <https://doi.org/10.35590/jeb.v2i2.716>.

akumulatif, keseluruhan penilaian berdasarkan total pembelian konsumsi atas barang dan jasa pada suatu periode tertentu.³⁰

3. Cara Mengukur Kepuasan Anggota

Menurut Kotler dalam Muhamad Adam mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen antara lain:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen perlu memberikan kesempatan seluasluasnya bagi konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat strategi, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus. Informasi yang diperoleh dari metode ini dapat memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul. Meskipun demikian, karena metode ini cenderung bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan ketidakpuasan konsumen.

b. *Survey* kepuasan pelanggan

Melalui *survey* perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan konsumen melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain:

- 1) *Directive reposted satisfaction* yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan yang menghasilkan skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas.
- 2) *Derived Dissatisfaction* yaitu pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.
- 3) *Problem analysis* yaitu pelanggan yang dijadikan responden yang diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama masalah

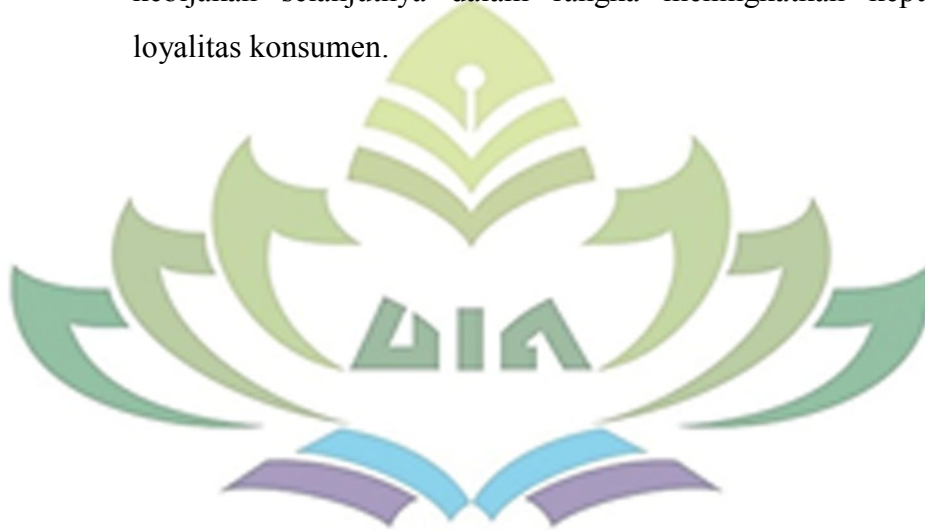
³⁰ Ibid.

yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua saran untuk melakukan perbaikan.

- 4) *Importence-perfomanceanalysis* yaitu dalam teknik ini responden diminta untuk merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masingmasing elemen.

c. *Lost Costumer Analisis*

Metode ini sedikit untuk perusahaan berusaha menghubungi para pelangganya yang telah berhenti mengkonsumsi, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil Penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan terhadap hasil Penelitian Manajemen pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota, maka dari penjelasan-penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Manajemen pelayanan di BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas telah diukur berdasarkan beberapa indikator pelayanan prima, yaitu: Kesederhanaan, Prosedur pelayanan sederhana dan mudah dipahami. Kejelasan dan Kepastian, Prosedur dan persyaratan administrasi sangat jelas dan transparan. Keamanan, BMT Assyafi'iyah menjamin keamanan dalam layanan produk simpanan dengan prinsip "*Wadiah Yad Dhomanah*". Keterbukaan, informasi perubahan aturan dan keuangan disampaikan secara terbuka. Efisiensi, Persyaratan pelayanan hanya mencakup hal-hal yang berkaitan langsung, tanpa pengulangan yang tidak perlu. Ekonomis, Biaya yang dikenakan wajar dan memperhatikan kondisi anggota. Keadilan, Layanan diberikan secara adil tanpa diskriminasi. Ketepatan Waktu, Pelayanan diselesaikan tepat waktu, dengan solusi untuk kendala yang mungkin terjadi.
2. Kepuasan anggota di BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas ditentukan oleh kualitas produk dan pelayanan. Produk simpanan dan pembiayaan berkualitas ditawarkan dengan persyaratan yang jelas dengan setoran awal yang rendah. Metode pengukuran kepuasan anggota mencakup: sistem keluhan dan saran, Anggota dapat menyampaikan saran dan keluhan untuk perbaikan layanan. *Lost Customer Analysis*, Kebanyakan anggota tetap setia, menunjukkan kepuasan terhadap layanan. *Survey* kepuasan pelanggan, Umpan balik yang diberikan secara langsung dari anggota digunakan untuk mengevaluasi pelayanannya.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil kesimpulan yang sudah dijelaskan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran atau masukan untuk pertimbangan untuk

meningkatkan penerapan manajemen pelayanan pada BMT Assyafi'iyah Cabang Banyumas, antara lain :

1. Bagi pihak BMT Assyafi'iyah cabang Banyumas, meskipun kualitas pelayanan yang sudah cukup baik dan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan anggota seperti, menjaga loyalitas anggota, dan mengoptimalkan kinerja keseluruhan organisasi. Sehingga dapat membangun *image* yang baik dan professional terhadap kinerja sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanannya.
2. Pada aktivitas yang diterapkan BMT Assyafi'iyah cabang Banyumas khususnya dalam penanganan keluhan anggota supaya bisa mencapai hasil yang maksimal sehingga pelanggan merasa puas secara optimal.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Goffar. Dosen Tetap Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) At-Taqwa Bondowoso. Email : cak_goffar@yahoo.com. “35 MANAJEMEN DALAM ISLAM (PERSPEKTIF AL- QUR’AN DAN HADITS) Oleh : Abdul Goffar □,” 2018, 35–58.
- Anak AgungPutu Agung, *Metode Penelitian Bisnis*, (Malang, UB Press: 2012)
- Ansory, Al Fadjar, and Meithiana Indrasari. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 2018. <http://repository.unitomo.ac.id/id/eprint/891>.
- Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputer, 2003)
- Cholid Narbuko, dan Abu Achmad, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012)
- Dr. Methiana I, *Pemasaran & kepuasan Pelanggan* , (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019)
- Dwiana Putri, Anindya, and Rahayu Tri Astuti. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 6, no. 2 (2017): 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Hasibuan, Malayu S P. “Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah,” 2007.
- Lailul M, Ilmi Usrotin C, *Manajemen Pelayanan Publik*, (Jawa Timur: UMSIDA Press, 2020)
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktek*. Salemba empat, 2004.
- Maleha, Yanti Nova. “Manajemen Bisnis Dalam Islam.” *Economica Sharia* 1, no. 2 (2016): 43–53.
- Mursyadah, Lailul, and Ilmi usrotin Choiriyah. *Buku Ajar Manajemen Pelayanan Publik*.

UMSIDA PRESS, 2020.

Nurul Huda, Mohamad Heykal, *Bank dan Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010)

Pangkey, Itje. “Manajemen Pelayanan Publik,” 1. Tahta Media Group, 2023.

Prihatini, Apriatni Endang, and Reni Shinta Dewi. *Buku Ajar Azas-Azas Manajemen*. CV. ISTANA AGENCY, 2021.

Raharjo, M. *Manajemen Pelayanan Publik*. Bumi Aksara, 2022.

Raharjo, Muhamad Mu'iz. *Manajemen Pelayanan Publik*. Bumi Aksara, 2022.

Ratminto, Atik Septi Winarsih. “Manajemen Pelayanan.” In *Pustaka Pelajar*, 24–33, 2020.

———. “Manajemen Pelayanan,” 4. Pustaka Pelajar, 2020.

Ristian, I Y. “Manajemen Pelayanan Publik Pada Mall Pelayanan Publik Di Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat.” *Coopetition X*, no. 2 (2020): 165–78.
[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1768020&val=18895&title=Manajemen Pelayanan Publik Pada Mall Pelayanan Publik di Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat.](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1768020&val=18895&title=Manajemen%20Pelayanan%20Publik%20Pada%20Mall%20Pelayanan%20Publik%20di%20Kabupaten%20Sumedang%20Provinsi%20Jawa%20Barat)

Riyani, Dessy, Irena Larashat, and Dudung Juhana. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Majalah Bisnis & IPTEK* 14, no. 2 (2021): 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>.

Rohaeni, Heni, and Nisa Marwa. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Majalah Bisnis & IPTEK* 14, no. 2 (2021): 94–101.

Rulan Ahamadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014)

Sobari, Ketua Pimpinan, *Wawancara BMT Assyafi'iyah Banyumas Kabupaten Pringsewu*, 3 Mei 2024

Sudrartono, Tiris, Agus Supandi Soegoto, Nelsye Lumanauw, Lola Malihah, Sicily Cahyawati Mokoginta, Acai Sudirman, I Gusti Ayu Ari Agustini, Angga Ranggana Putra, and Diana Triwardhani. *Manajemen Pemasaran Jasa*,

2022. www.penerbitwidina.com.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010)

Supardi, *Metodologi Penelitian*, (Mataram: Yayasan Cerdas Press, 2006)

Supranto, Johanes. "Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar/Oleh J. Supranto," 2011.

Susilowati, Susilowati, and Tati Handayani. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Bolt." *Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 2 (2015): 143–54. <https://doi.org/10.35590/jeb.v2i2.716>.

Terry, George R, and L.W. Rue. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bumi Aksara, 2021.

Tho'in, Muhammad. "Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali." *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 2, no. 1 (2011): 73. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v2i1.73-89>.

