

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI *BAITUL MAAL WA TANWIL* (BMT) DENGAN
QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) (STUDI KASUS PADA BMT ARAFAH)**



Rangkuman Skripsi

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Dosen Pembimbing: Ahmad Ikhwan Setiawan, SE. MT

Oleh :

Rahmat Fauzi

NIM F.0205127

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Perekonomian di Indonesia berkembang sangat pesat. Perkembangan ini terbukti dengan tumbuhnya banyak lembaga yang mendukung perekonomian namun perkembangan ini juga di ikuti dengan krisis seperti krisis di asia, krisis global. Para ulama dan ilmuwan muslim dalam beberapa waktu telah menemukan sistem ekonomi syariah yang bertujuan memperoleh kabahagiaan dunia dan akhirat. Sistem ekonomi syariah ini menggunakan sumber utama dari alqur'an dan hadis seperti yang mereka yakini.

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia pertama bank muamalat kemudian diikuti bank syariah lainnya, pegadaian, asuransi syariah, bahkan lembaga keuangan mikro syariah juga tumbuh. Lembaga mikro tersebut sering kita sebut *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT). Di Sukoharjo sendiri perkembangan BMT sangat baik hingga tahun 2008 telah tercatat sebanyak 31 BMT dari 7 BMT di tahun 1999 (Dinas Perindag dan PM Kab Sukoharjo)

BMT Arafah Sukoharjo merupakan sebuah perusahaan jasa keuangan yang sedang berkembang. Keadaan ini tentu saja memiliki kelebihan dan kelemahan.. Dalam keadaan ini, BMT memerlukan langkah-langkah untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan dikarenakan pentingnya kualitas untuk suatu perusahaan khususnya BMT untuk dapat bertahan. Dengan ini maka penulis mengambil judul “analisis kualitas pelayanan di *Baitul maal Wa tamwil* (BMT) dengan *Quality Function Deployment* (QFD) (Studi kasus di BMT Arafah)”.

B. Rumusan masalah

Dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan :

1. Apakah item-item *customer requirement* di BMT Arafah?
2. Bagaimana urutan prioritas *customer requirement* di BMT Arafah ?
3. Apakah *technical requirement* yang di berikan BMT Arafah atas *customer requirement* ?
4. Bagaimana usulan untuk perbaikan kualitas pelayanan di BMT Arafah ?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis terlebih dahulu memberi batasan permasalahan sebagai berikut :

1. Penelitian ini adalah penelitian survei tentang kualitas pelayanan *Baitul Maal Wa Tanwil* dengan studi kasus di BMT ARAFAH Sukoharjo.
2. Dimensi kualitas pelayanan yang diteliti ada lima (5) yaitu *Tangible* , *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*.
3. Dalam penelitian ini tidak dilakukan *benchmarking* dari *Baitul Maal Wa Tanwil* lain, hal ini dikarenakan BMT itu nasabahnya berasal dari dilingkungan sekitar. Dengan keadaan itu maka sangat sulit untuk menemukan nasabah yang menggunakan dua BMT sedangkan penelitian ini terbatas pada biaya dan waktu.

D. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui :

1. Mengetahui atribut-atribut pelayanan yang menjadi *customer requirement* di BMT Arafah.
2. Mengetahui urutan prioritas *customer requirement* di BMT Arafah.

3. Mengetahui atribut- atribut pelayanan yang menjadi *technical requirement* di BMT Arafah.
4. Mengetahui usulan untuk perbaikan kualitas pelayanan di BMT Arafah.

E. Manfaat penelitian

1. Bagi perusahaan

Penelitian akan memberikan masukan kepada perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen..

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini akan dapat menambah wawasan bagi peneliti dalam usaha identifikasi masalah dibidang jasa melalui QFD.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini akan menambah literatur bagi akademisi yang akan mempelajari tentang penerapan *Quality function deployment* khususnya lembaga jasa yang berbasis syariah.

BAB II TELAAH PUSTAKA

A. Kualitas

Kualitas produk adalah "kecocokan penggunaan produk maksudnya bila barang secara layak dan baik digunakan berarti barang tersebut bermutu baik" (Joseph dalam Suyadi 2002 : 5) dan produk dapat dikatakan berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada konsumen yaitu "sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk" (Feigenbaum dalam Nasution 2001 : 16)

B. *Service Quality* (ServQUAL)

(parasuraman et al 1995) mendefinisikan lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh konsumen untuk mengukur kualitas pelayanan. Kelima dimensi kualitas tersebut adalah :

1. *Reliability* (keandalan)
Keandalan disini merujuk kepada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal.
2. *Assurance* (jaminan)
Jaminan yang dimaksud adalah karyawan yang sopan dan berpengetahuan luas yang memberikan rasa percaya serta keyakinan.
3. *Tangibles* (bukti langsung)
Bukti terukur menggambarkan fasilitas fisik, perlengkapan dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna.
4. *Emphaty* (Empati)
Empati mencakup kepedulian serta perhatian individu kepada para pengguna.
5. *Responsiveness* (daya tanggap)
Daya tanggap yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan serta memberikan perhatian yang tepat.

C. *Quality Function Deployment (QFD)*

Quality Function Deployment adalah “Suatu praktek untuk mendesain proses-proses dalam suatu perusahaan untuk memberikan tanggapan kepada kebutuhan para konsumennya”. Walaupun QFD adalah sebuah teknik yang penting , tetapi teknik ini hanya merupakan sebuah tahap dalam proses pendefinisian produk yang dapat mengatasi kekurangan pada produk yang ada saat ini (Uselac dalam Ishak 2002)

D. *House of Quality (HOQ)*

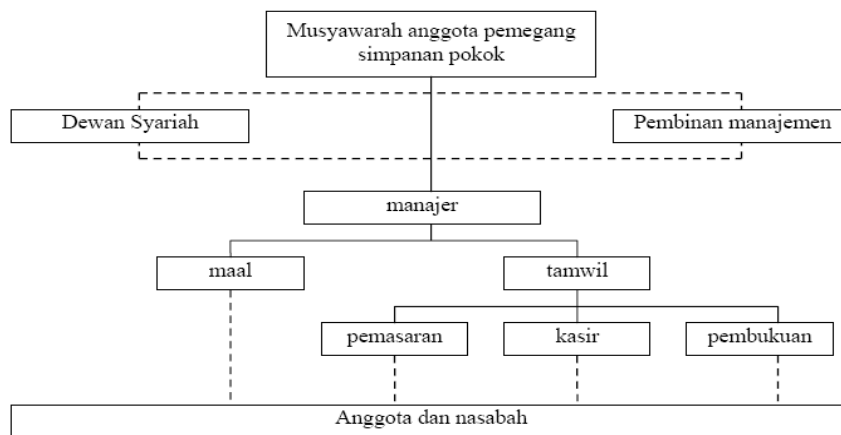
1. *House of quality* adalah sebuah alat yang dapat di gunakan oleh perusahaan agar mampu untuk meningkatkan kualitas baik untuk produk maupun jasanya. Alat ini bentuknya menyerupai rumah maka disebut sebagai *House of Quality*. Alat ini akan dapat membantu perusahaan untuk mengidentifikasi keinginan konsumen maupun nasabah yang akan di terjemahkan kedalam bentuk teknik.

E. *Bait Maal Wa Tamwiil (BMT)*

1. **Pengertian BMT**

BMT adalah *Bait Al-Maal Wa At-Tamwiil* secara tata bahasa dapat di bagi menjadi 2 yaitu pertama “*Bait al maal* : lembaga yang mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, sepertihalnya *zakat, infaq, dan sadaqoh*. Kedua *Bait at-tamwil* : lembaga yang mengarah pada usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial” (sudarsono dalam muhammad 2008 : 4).

2. **Struktur Bait Al-Maal Wa At-Tamwiil**



Keterangan : - - - - - garis koordinasi
_____ garis komando

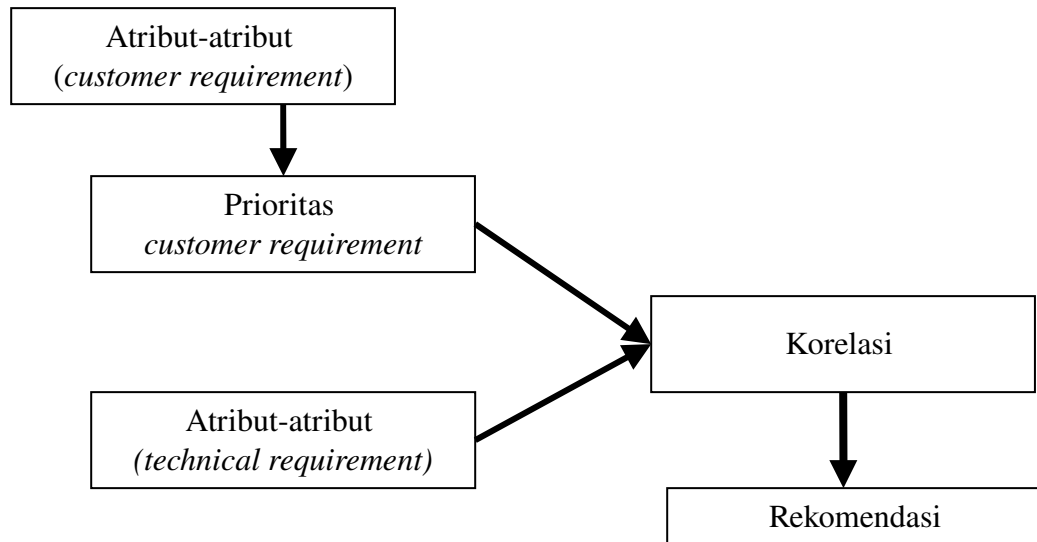
Gambar 1. Struktur *Baitul Maal Wa Tanwil*

F. Penelitian sebelumnya

Jono (2000) dalam penelitiannya menggunakan metode QFD untuk menentukan *technical response* yang harus dilakukan oleh industri batik di Nambangan Lor Kotamadya Madiun. Purwanto et al (2004), dalam penelitiannya menggunakan konsep *Quality Assurance* dengan QFD khususnya *houses of quality*. Suprihatini (2005) dalam penelitiannya bertujuan untuk mengetahui posisi mutu teh hitam orthodox Indonesia dan mendapatkan strategi operasional untuk

meningkatkan tingkat kepuasan para pembeli teh Indonesia.

F. Alur Pemikiran



Gambar 2. Alur Pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey, dimana penelitian mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan “kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok” (Singarimbuan, 1989 : 3).

B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi menunjuk pada sekelompok orang, kejadian, atau segala yang mempunyai karakteristik tertentu (Sekaran, 2000), yang dalam penelitian ini adalah nasabah BMT Arafah., yang dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna produk di BMT.

2. Sampel

“Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti secara detail” (Sekaran, 2000) dalam penelitian ini mengambil sejumlah 100 karena dalam pengambilan sampel dengan populasi yang tak terhingga dan tidak diketahui dapat diambil sebanyak 100 orang (Sugiyono, 1999). Dengan mempelajari sampel peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian.

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan teknik *non probability sampling* yaitu tidak semua elemen populasi mempunyai kesempatan untuk dipilih menjadi sampel (Sekaran, 2000) dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada anggota yang ditemukan di BMT.

C. Definisi Operasional

Instrumen penelitian yang diamati pada peningkatan kualitas pelayanan baitul maal watanwil, berada pada determinasi kualitas yang dijelaskan sebagai berikut:

1. *Tangible*
Tangibles yaitu kebutuhan anggota yang berfokus pada jasa yang berkaitan dengan tampilan secara fisik.
2. *Reliability*
Reliability yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. *Responsiveness*
Responsiveness yaitu memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap sesuai kebutuhan anggota.
4. *Assurance*
Assurance yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat untuk dapat dipercaya yang dimiliki pegawai atau karyawan, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.
5. *Emphaty*
Emphaty yaitu meliputi kemudahan dalam berhubungan, komunikasi yang baik dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan anggota.

D. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai satu-satunya sumber data. Merupakan data yang didapat dari sumber data pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara tentang *customer requirement* atau hasil pengisian kuesioner.

E. Metode Pengumpulan Data

1. Daftar pertanyaan (kuesioner)
Mengajukan daftar pertanyaan secara langsung yang diberikan kepada responden tentang kualitas layanan yang ada di BMT Arafah.
2. Wawancara
Wawancara langsung dengan anggota dan pihak manajemen BMT yang diteliti.

F. Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji *Validitas*
Uji *Validitas* terhadap daftar pertanyaan dalam kuesioner dilakukan untuk mengukur seberapa cermat suatu instrumen berfungsi sebagai alat ukur.
2. Uji *Reliabilitas*
Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan dan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama.

G. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif
Yaitu analisis yang digunakan untuk mengurai hasil penelitian yang telah dihasilkan berdasarkan tanggapan responden, wawancara dan hasil pengamatan.
2. Analisis *Quality Function Deployment* dengan *House of Quality*
 1. Kebutuhan anggota BMT (*customer needs*)
 2. Matrik perencanaan (*planning matrix*)
 - a. Analisis Tingkat Kepentingan (TKe)

Analisis menggunakan skala likert dengan penilaian sebagai berikut :

- skala 1 mewakili atribut yang dianggap sangat tidak penting (STP)
- skala 2 mewakili atribut yang dianggap tidak penting (TP)
- skala 3 mewakili atribut yang dianggap cukup penting (CP)
- skala 4 mewakili atribut yang dianggap penting (P)
- skala 5 mewakili atribut yang dianggap sangat penting (SP)

b. Analisis Tingkat Kinerja (TKi)

Analisis menggunakan skala likert dengan penilaian sebagai berikut :

- skala 1 menunjukkan sangat tidak sesuai (STS)
- skala 2 menunjukkan tidak sesuai (TS)
- skala 3 menunjukkan cukup sesuai (CS)
- skala 4 menunjukkan sesuai (S)
- skala 5 menunjukkan sangat sesuai (SS)

c. Analisis Tingkat Perbaikan

Analisa ini didapat dari nilai kinerja (*performance*) yang diharapkan dibagi nilai kinerja dari konsumen.

d. *Sales Point*

Analisis menggunakan skala likert dengan penilaian sebagai berikut :

1. Nilai 1,0 adalah status quo, yang berarti perubahan mengenai atribut yang ada tidak memberikan pengaruh tambahan manfaat dan juga tidak mengurangi kualitas layanan
2. Nilai 1,2 berarti perubahan mengenai atribut yang ada memberikan pengaruh yang kecil dan perlu perbaikan hanya dari segi teknis.
3. Nilai 1,5 berarti perubahan mengenai atribut yang ada memberikan pengaruh yang besar terhadap penjualan dan akan ditekankan untuk program pemasaran.

e. Analisis *Customer Requirement Score* (CRS)

Analisis ini dihitung dengan cara mengkalikan tingkat CR dengan *sales point*. Kemudian dinormalisasikan dalam bentuk persentase dari CRS setiap atribut dibagi CRS keseluruhan.

3. Respon secara teknik (*technical response*)

Tahap ini berisikan Analisis *Technical Requirement* (TR) yang merupakan respon teknis dari *customer requirement* (CR).

4. Keterkaitan dan prioritas (*relationship*)

Hubungan yang terjadi dimulai dengan kategori berikut :

- a. hubungan bernilai 9 apabila hubungan tersebut kuat, yang berarti TR menjawab CR
- b. hubungan bernilai 3 apabila hubungan tersebut sedang, yang berarti TR mendukung CR
- c. hubungan bernilai 1 apabila hubungan tersebut lemah, yang berarti TR mempengaruhi CR5. Korelasi secara teknik (*technical correlation*)

5. Technical correlasi

Analisis ini menggunakan nilai hubungan ini dibagi 4 yaitu :

- a. *Strong positive* (+9) menunjukkan hubungan yang sangat mendukung, hubungan yang mendekati sempurna
- b. *Positive* (+3) menunjukkan hubungan yang mendukung
- c. *Negative* (-3) menunjukkan hubungan yang bertentangan

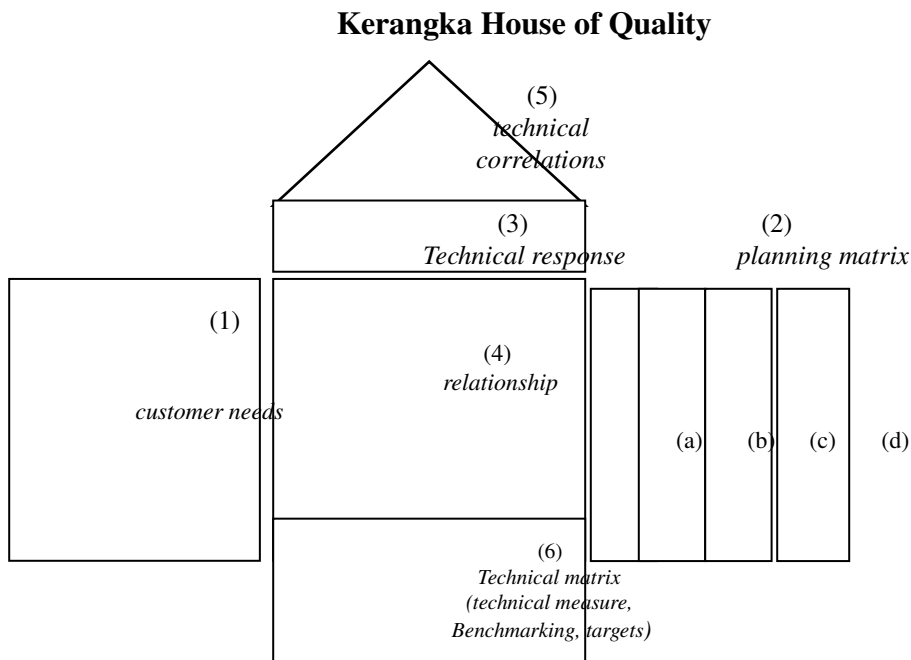
- d. *Strong negative* (-9) menunjukkan hubungan yang sangat bertentangan, hubungan yang mendekati negatif sempurna
 - e. *Blank* (kosong) tidak ada hubungan
6. Matrix secara teknik (*technical matrix*)
- a. Analisis Penentuan Standar TR

Analisis ini menghasilkan dari penelitian ini adalah diperolehnya item- item yang merupakan ukuran dari TR perusahaan (*technical measure*).
 - b. Analisis *Degree of Difficulty* (DoD)

Analisis ini menggunakan 4 penilaian yang dipergunakan yaitu

 1. nol (0), apabila tidak menemui kesulitan teknis dalam penerapannya.
 2. satu (1), apabila agak menemui kesulitan teknis dalam penerapannya.
 3. dua (2), apabila mengalami kesulitan teknis dalam penerapannya.
 4. tiga (3), apabila sangat sulit dalam penerapannya.
 - c. Analisis *Technical Requirement Score* (TRS)

TRS diperoleh dengan mengkalikan *normalized* CRS dengan tingkat hubungan CR dan TR (kuat: 9, sedang: 3, lemah: 1). Skor ini dijumlahkan per kolom dan hasilnya dinormalisasi (dalam %) sehingga diketahui TR yang paling penting dan perlu perhatian lebih untuk ditindak lanjuti



Sumber: Lou Cohen (1995), How to Make QFD Work for You

Gambar 3. Kerangka HOQ

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Baitul Maal Wa Tanwil Arafah

1. Sejarah Berdirinya BMT Arafah

BMT Arafah merupakan lembaga keuangan mikro syariah di sukoharjo. BMT ini didirikan pada pertengahan Desember 2006, di Jl. Semenromo Gang Mawar No. 09 Ngruki Cemani Sukoharjo.

2. Kedudukan dan Stratus

BMT Arafah adalah badan usaha yang bergerak di bidang jasa keuangan syariah. Adapun status dari BMT Arafah adalah Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah dengan Badan Hukum bernomorkan : 14140/BH/KDK.11/X/2007

3. Visi dan Misi

Sesuai dengan status sebagai Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah, lembaga ini memiliki visi yaitu menjadi Lembaga Keuangan Mikro Syariah terdepan dan terbaik dengan layanan yang jujur, amanah, dan profesional. Visi di atas kemudian dijabarkan menjadi beberapa misi yaitu

- a). Mewujudkan standar pelayanan berprinsip syariah secara syumul
- b). Mewujudkan standar pelayanan cepat dan memuaskan
- c). Mewujudkan standar pelayanan sesuai good corporate governance
- d). Menciptakan inovasi produk dan layanan terdepan dalam inovasi dan memuaskan
- e). Menciptakan komunitas masyarakat muslim dengan standar ekonomi yang terus berkembang.

4. Letak Geografis

BMT Arafah mempunyai letak geografis yang sangat strategis di wilayah kota Sukoharjo bagian utara, yang lebih tepatnya terletak di jalan Jl.Lurik No.17 Kalurahan Ngruki, Kecamatan Cemani, Kotamadya Sukoharjo

5. Struktur Organisasi BMT Arafah

Dewan Pertimbangan Syari'ah

Ust. Abu Fathiah Al Adnani

Ust. Tri Asmoro Kurniawan

DEWAN PENGURUS

Ketua	: Krishna Adityangga, SEI.
Sekretaris	: Rahmat Setiawan, AMd.
Bendahara	: Didik Nur Iskandar, SEI.
Pendanaan	: Eko Pujiatmoko, SE.
Pembiayaan	: Heru Suyatno
Penagihan	: Suyatno
Customer Service	: Endarwidi Prihantoro, SE
Teller	: Sigit Aryadi, S.PSi

Produk-Produk Layanan BMT Arafah

a) Produk Pembiayaan

1. Pemurah (akad Murabahah)
2. Pemudha (akad Mudharabah)
3. Pemuka (akad Musyarakah)

b) Produk Funding

1. Simuda Reguler

2. Simuda Berjangka
3. Simuda Walimah
4. Simuda Haji
5. Simuda Sekolah
6. Simuda Aqiqah

c) Produk Baitul Maal

1. Qardul Hasan
2. Beasiswa
3. Pelayanan kesehatan
4. Bakti sosial

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk memulai penelitian, diawali dengan uji instrument yaitu

1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas menggunakan *Pearson Correlation Coefisient*, dengan uji *two tailed*. Pengujian dua arah dilakukan karena hipotesis menunjukkan dua arah yang berbeda, yaitu positif dan negatif yang dinyatakan dengan valid agar instrument dapat dilanjutkan ke tahap analisis selanjutnya. Analisa diperoleh untuk tingkat kepentingan terendah nilainya : 0.324** dan untuk tingkat kinerja 0.617** sehingga masih valid karena nilai korelasinya 0,230. Hal ini menggambarkan bahwa data yang didapatkan sudah tepat atau sudah bisa dipahami oleh responden sehingga bisa dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS 11,5, uji reliabilitas menghasilkan alpha yang dapat dilihat pada table berikut : diperoleh nilai terendah untuk tingkat kepentingan sebesar 0,720 dan tingkat kinerja 0,815 sehingga kuesioner telah memenuhi syarat dan dapat berlanjut ke tahap berikutnya.

C. House Of Quality

1. Analisis Customer Requirement

Langkah pertama adalah mengumpulkan pendapat konsumen. Hasil analisis diatas didapatkan bahwa terdapat 29 item *Customer Requirement* yang diperoleh dari nasabah atau anggota BMT Arafah.

2. Analisis Tingkat Kepentingan

Tahap berikut ini menjelaskan tingkat kepentingan oleh konsumen atas atribut yang ada dalam kuesioner. Hasilnya didapatkan 2 item bernilai penting dan 27 item bernilai sangat penting. Dengan hasil ini berarti hampir semua kriteria dimensi kualitas dianggap sangat penting.

3. Analisis Tingkat Kinerja

Analisis tingkat kinerja ini bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut yang diinginkan konsumen. Hasilnya didapatkan 28 item bernilai sesuai dan 0 item bernilai sangat sesuai. Dari hasil ini berarti hampir semua kriteria dimensi kualitas, dinilai setuju oleh anggota.

4. Analisis Tingkat Perbaikan

Analisis tingkat perbaikan berisi mengenai evaluasi atribut-atribut yang bertujuan mengidentifikasi atribut yang belum memenuhi syarat. Untuk menghitung tingkat perbaikan dengan cara membagi hasil dari nilai kinerja standar (5) dengan hasil dari Tingkat Kinerja. Hasil pengolahan data diperoleh hasil atribut yang dinilai mempunyai tingkat perbaikan sebesar 1,67 ada 1 item dan tingkat perbaikan sebesar 1,25 ada 28 item. Hasil yang diperoleh itu dapat disimpulkan bahwa yang bernilai 1,67 perbaikannya perlu untuk ditambah dibandingkan yang

lainya.

5. ***Sales Point (titik penjualan)***

Penentuan *sales point* bertujuan untuk mengetahui seberapa besar manfaat yang mungkin diperoleh apabila terjadi perubahan-perubahan terhadap atribut tertentu. Dari pengolahan data dapat diketahui bahwa ada 12 atribut bernilai 1,5 yang berarti bahwa perubahan dalam atribut tersebut berpengaruh besar terhadap kualitas pelayanan. Terdapat 15 atribut yang mempunyai nilai 1,2, berarti mempunyai pengaruh kecil terhadap kualitas pelayanan. Terdapat 2 atribut yang mempunyai nilai 1,0, berarti tidak mempunyai pengaruh terhadap kualitas pelayanan.

6. ***Analisis Customer Requirement Score (CRS)***

Analisis CRS bertujuan untuk mengetahui secara menyeluruh terhadap tingkat kepentingan relative masing – masing *Customer Requirement*. Proses pengolahan data didapatkan nilai 2,035; 2,544; 2,650; 3,180; 3,975; 4,249 . Atribut yang didapatkan dan mempunyai nilai paling tinggi yaitu 4,249, yaitu “BMT memberikan informasi-informasi seputar perkembangan BMT “ berarti dimensi semakin penting dan semakin butuh perhatian untuk perbaikan kualitasnya..

7. ***Analisis Technical Requirement (TR)***

Technical Requirement yaitu bagaimana upaya BMT Arafah untuk mewujudkan kualitas desain yang diinginkan konsumen. Hasil dari analisis ini adalah diperolehnya *technical requirement* sebanyak 28 yang digunakan perusahaan untuk mewujudkan keinginan nasabah atau anggota.

8. ***Analisis Hubungan Customer Requirement dan Technical Requirement***

Analisis ini diperoleh dari kuesioner dan wawancara dengan pihak manajemen BMT Arafah, dengan mencari hubungan dari *Customer Requirement* dan *Technical Requirement*. Hubungan ini dikelompokkan dalam penilaian kuat dengan angka 9, medium dengan angka 3 dan lemah dengan angka 1. Penetapan hubungan di antara keduanya terdapat pada bagian tengah *House of Quality*. Hasil dari analisis ini dapat diketahui bahwa terdapat 48 item *Technical Requirement* yang bernilai 1, 29 item *Technical Requirement* yang bernilai 3 dan juga terdapat 12 item *Technical Requirement* yang bernilai 9.

9. ***Analisis Ukuran Standar Technical Requirement (Technical Measure)***

Technical Measure adalah ukuran yang ditetapkan oleh manajemen baitul maal wa tanwil dalam melaksanakan *Technical Requirement*. *Technical Measure* ini didapatkan dari wawancara dengan pihak pengurus BMT Arafah. Hasil dari analisis ini terdapat 28 item standar *Technical Requirement*.

10. ***Analisis Relative Technical Difficulty (RTD)***

Hasil *technical requirement* telah diketahui maka selanjutnya dianalisis tingkat kesulitan yang terjadi apabila benar-benar diterapkan. Analisis *relative technical difficulty* (RTD) ini menggunakan skala likert. Penetapan RTD berdasarkan hasil diskusi dengan pihak manajemen BMT dan observasi serta didukung dengan berbagai referensi yang berkaitan. Hasil dari analisis ini dapat diketahui bahwa terdapat 20 item *Technical Measure* yang bernilai 0, 7 item *Technical Measure* yang bernilai 1 dan juga terdapat 1 item *Technical Measure* yang bernilai 2.

11. ***Analisis Technical Requirement Score (TRS)***

TRS diperoleh dengan mengkalikan *normalization* dari *customer requirement score* (CRS), dengan nilai pada hubungan antara *Customer Requirement* dengan *Technical Requirement*. TRS kemudian dijumlah perkolom dan hasilnya dinormalisasi dalam bentuk prosentase. Hal ini

sehingga dapat diketahui *technical requirement* yang paling penting. Hasil analisis ini dapat diketahui bahwa atribut “Publikasi di Media tiap bulan sekali” bernilai 9,32%. nilai ini merupakan nilai terbesar yang berarti item ini dianggap paling penting untuk ditindaklanjuti karena item ini paling banyak dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

12. Analisis Sinergi atau Konflik dalam *Technical Requirement*

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan atribut-atribut dalam TR. Hubungan ini mempunyai empat tingkat nilai yaitu Nilai +9 (*strong positive*) adalah hubungan positif sempurna antara TR. Nilai +3 (*positive*) adalah hubungan yang mendukung antara TR. Nilai -3 (*negative*) yaitu hubungan yang bertentangan. Sedangkan nilai -9 (*strong negative*) adalah hubungan yang sangat bertentangan antara TR. Hasil analisis didapatkan 2 hubungan yang bernilai +9, 8 hubungan yang bernilai +3 dan 5 hubungan bernilai -3.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini akan menjelaskan secara ringkas dari semua tahap – tahap pengolahan data dan hasil dari penelitian. Tujuan penelitian ini adalah meningkatkan kualitas pelayanan jasa BMT Arafah. Dengan tahap awal menganalisis tingkat kepentingan anggota dan kinerja dari BMT Arafah menurut penilaian anggota menggunakan metode QFD, setelah itu menentukan prioritas perbaikan untuk peningkatan kualitas jasa pelayanan

Analisis *Quality Function Deployment*

- a. Analisis *Customer Requirement* memperoleh hasil bahwa terdapat 5 dimensi atribut yang terdiri atas 29 item keinginan konsumen. 5 dimensi tersebut dapat diurutkan dari jumlah item keinginan konsumennya adalah *tangible* 10 item, *reliability* 5 item, assurance 5 item, empathy 5 item dan responsiveness 4 item
- b. Analisis diatas dapat diperoleh tingkatan prioritas bahwa item “BMT memberikan informasi-informasi seputar perkembangan BMT” merupakan item *Customer Requirement* yang paling tinggi. Item diatas adalah prioritas utama kemudian diikuti item selanjutnya antara lain BMT memiliki alat kerja, BMT memberikan pelayanan yang tepat sesuai yang telah dijanjikan, dan BMT menjamin produk-produk di BMT sesuai dengan syariah islam dan perundang-undangan.
- c. Analisis *Technical Requirement* memperoleh hasil terdapat 28 respon teknik yang digunakan BMT untuk memenuhi keinginan anggotanya. Respon teknis yang dapat diberikan yaitu Sistem komputer, Birokrasi pelayanan yang sederhana, Customer service, Training karyawan, Pelayanan tepat waktu, Penilaian prestasi kerja karyawan, Pemasangan tingkat nisbah di papan informasi, Penyediaan kotak saran, Petugas keamanan, Kedisiplinan karyawan, Pemasangan papan informasi jam buka, Penerapan sistem antrian, Petugas kebersihan, Pemilihan warna yang baik, Tata ruang yang baik, Tanaman hias, Lahan parkir yang baik, Tempat duduk yang nyaman, Fasilitas televisive, Fasilitas dispenser, Fasilitas AC, Majalah dan Koran, Pengecekan kelengkapan, Fasilitas telepon, Peraturan pemakaian seragam, Adanya Dewan Pertimbangan Syariah, Terdaftar di dinas koperasi dan Publikasi di Media perkembangan BMT
- d. Hasil dari perhitungan *Technical Requirement Score* diperoleh lima atribut yang memiliki score tertinggi yaitu : Publikasi di media tentang perkembangan BMT, Training Karyawan, Birokrasi pelayanan yang sederhana dan Adanya Dewan Pertimbangan Syari’ah,.

B. SARAN

Dari hasil analisis data dan kesimpulan sebelumnya, penulis memberikan beberapa saran kepada BMT Arafah di Kabupaten Sukoharjo sebagai berikut :

1. BMT sebaiknya lebih sering melakukan publikasi di media, mengenai informasi-informasi perkembangan BMT selain itu perlu ada papan informasi. Hal itu diperlukan karena atribut “Publikasi di Media tiap bulan sekali” bernilai paling tinggi. Hal ini berarti item ini dianggap paling penting untuk segera dilakukan karena item ini paling banyak dapat meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Sebaiknya BMT mementingkan *Technical Requirement* yang strong positive karena technical ini akan saling mendukung dengan technical lainnya seperti Training karyawan dan customer service.
3. Sebaiknya BMT menghindari penggunaan *Technical Requirement* yang *Negatif* karena technical ini akan saling bertentangan seperti penyediaan Tanaman hias yang bertentangan dengan Tata ruang yang baik.
4. Peneliti selanjutnya sebaiknya menambah dengan technical benchmarks. Hal ini dimungkinkan karena jumlah BMT atau lembaga keuangan telah tumbuh semakin banyak Sehingga dimungkinkan akan mudah mendapatkan nasabah yang menabung di min 2 BMT.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Muhammad dan Nasrodin. 2008. "Bait Al-Maal Wa At-Tanwil " Makalah. Yogyakarta : Ekonomi Islam Fakultas Pendidikan Agama Islam UII
- Chapra, Umer. 2001. *Masa depan ilmu ekonomi*. Jakarta : Gema insani press
- Cohen, Lou. 1995. *Quality Function Deployment, How to make QFD Work For You*. Addison Wesley Publishing Company.
- Edwin Japarianto, Poppy Laksmono, dan Nur Ainy Khomariyah. 2007. *Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal manajemen perhotelan*, vol. 3, no. 1 : 34-42
- Erywildan. 2006. " *Baitul Maal Wa Tanwil*". STAIN : Jurusan Syariah Muamalah
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Heizer, Jay dan Render, Barry. 2005. *Manajemen Operasi*, Jakarta : Salemba empat.
- Ishak, Aulia. 2002. *Rekayasa Kualitas*. Sumatra Utara : Fakultas Teknik Jurusan Teknik Industri.
- Izah Mohd Tahir dan Nor Mazlina Abu Bakar. 2007. "Service Quality Gap And Customers' Satisfactions Of Commercial Banks In Malaysia." *International Review of Business Research Papers* Vol. 3 No.4 October 2007 Pp.327-336
- Jono. 2000. "Implementasi Metode Quality Function Deployment (qfd) guna meningkatkan kualitas kain batik tulis", Jurusan Teknik Industri, Universitas Widya Mataram Yogyakarta
- Nasution. 2001. *Manajemen mutu terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nasution. 2003. *Manajemen mutu terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1995. *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perception and Expectation*. New York: The Free Press, A Division of Macmillan.
- Poerwanto, Eko dan Zabidi, Yasrin. *Pengembangan Konsep Quality Assurance Stta Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment*. Yogyakarta : Jurusan Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Adisutjipto (STTASingaribuan, masri. 1989. *Metode penelitian survey*. Jakarta : LP3ES.).
- Prawirosentono Suyadi, 2002, *Filosofi baru tentang manajemen mutu terpadu total quality management abad 21 studi kasus & analisis*. Jakarta : Bumi aksara.
- Riyadi, Agus. 2006. "Analisis Kinerja Keuangan Lembaga Pembiayaan Mikro Syariah Dengan Metode Data Envelopment Analisis (DEA) (studi kasus pada BMT di karesidenan Surakarta)" S1 UNS
- Sekaran, uma. 2000. *Research methods for business*. New york : John willey & Sons.
- Singaribuan masri, 1989, *Metode penelitian survey*, LP3ES, Jakarta
- Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Suprihatini, Rohayati. 2005. "Aplikasi Quality Function Deployment (Qfd) Di Industri Teh Hitam Orthodox Indonesia." *Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian* Vol. 8, No.3: 426-435
- Tjiptono, Fandy dan Gregorious Chandra 2005. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi
- Wijayanto, Hermawan. 2006. *Analisis total quality service dengan menggunakan quality function deployment pada bank perkreditan rakyat (BPR) kartadhani mulya kartasura*. Skripsi S1 (Unpublished). Surakarta : FE UNS.
- Romania's weblog : Agustianto " Penguatan Kelembagaan Baitul Maal Wa Tanwil"
-) Surabaya Post Senin, 9 Februari 2009

-) Dompot Dhuafa Republika 09 Des 2005
-) Pontianak Post : Selasa, 2 November 2004