

**ANALISIS STRATEGI *CUSTOMER CENTRIC* DALAM  
MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN (STUDI  
KASUS KSPPS BMT UGT NUSANTARA CAPEM JEMBER  
KOTA)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

**Adam Zulfan**  
**205105010002**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
2024**

**ANALISIS STRATEGI *CUSTOMER CENTRIC* DALAM  
MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN (STUDI  
KASUS KSPPS BMT UGT NUSANTARA CAPEM JEMBER  
KOTA)**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

**Oleh :**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI Adam Zulfan ACHMAD SIDDIQ  
NIM: 205105010002  
J E M B E R

Disetujui Pembimbing



**Muzayyin, M.E.**  
NIP. 197808142023211011

**ANALISIS STRATEGI *CUSTOMER CENTRIC* DALAM  
MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN (STUDI  
KASUS KSPPS BMT UGT NUSANTARA CAPEM JEMBER  
KOTA)**

**SKRIPSI**

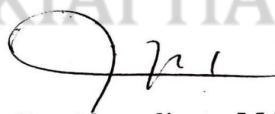
Telah diuji dan diterima memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Hari: Jum'at  
Tanggal: 14 Juni 2024

**Tim Penguji**

Ketua

Sekretaris



**Dr. Ahmadiono, M.E.I.**  
NIP. 197604012003121005



**Ayyu Ainin Mustafidah, S.H.I M.E.**  
NIP. 199107152019032013

Anggota :

- a. Dr. Siti Masrohatin, S.E., M.M.  
b. H. Muzayyin, M.E.

(  )  
(  )

Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. H. Ubaidillah M.Ag**  
NIP. 196812261996031001



## MOTTO

Allah SWT berfirman pada surat al – baqarah 267 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji<sup>1</sup>.”

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, Alquran dan terjemah (Bandung : CV Dipronegoro, 2010)



## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah alamin, sungguh sebuah perjuangan yang cukup panjang telah aku lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Rasa syukur dan bahagia yang kurasakan ini akan aku persembahkan kepada orang – orang yang kusayangi dan berarti dalam hidupku.

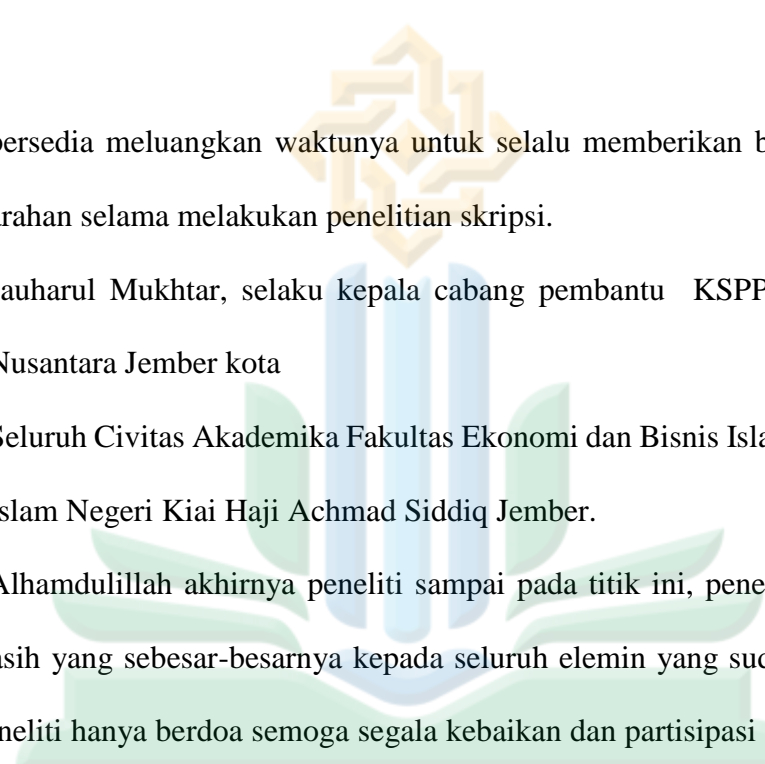
1. Kepada ayah dan ibu tercinta, yang selalu memberikan cinta, kasih sayang dan doa restu yang tiada henti kepada anaknya.
2. Kepada adik saya, terimakasih atas semangat dan dukungan karena sudah membantu dan meminjamkan laptopnya disaat genting.
3. Kepada sahabatku ainur rofiqil a'la dan ababal gusoh terimakasih sudah menemani dan membantu penelitian saya
4. Kepada sahabat Perbankan Syariah 4 terima kasih sudah memberikan pengalaman kuliah yang seru selama 4 tahun ini

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis strategi *customer centric* dalam meningkatkan daya saing perusahaan ( studi kasus KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota)”. Tidak lupa pula sholawat serta salam teriring penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, dan para sahabat-sahabatnya. Penyusunan skripsi ini diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, kesuksesan dalam penyusunan skripsi ini tentunya adanya dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Hepni, S. Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M., Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M,S,I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Ana Pratiwi, SE., MSA selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah.
5. Dr. Retna Anggitaningsih, S.E,M.M selaku Dosen Penasehat Akademik.
6. H. Muzayyin M.E Selaku Dosen Pembimbing Skripsi, terima kasih telah



bersedia meluangkan waktunya untuk selalu memberikan bimbingan dan arahan selama melakukan penelitian skripsi.

7. Jauharul Mukhtar, selaku kepala cabang pembantu KSPPS BMT UGT Nusantara Jember kota
8. Seluruh Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Alhamdulillah akhirnya peneliti sampai pada titik ini, peneliti sampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh elemin yang sudah membantu saya. Peneliti hanya berdoa semoga segala kebaikan dan partisipasi mereka semua

Allah SWT yang membalas semua amal kebaikannya. Aaamiiin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Jember,  
Penulis

Adam Zulfan  
205105010002

## ABSTRAK

**Adam zulfan, Muzayyin 2024** : *Analisis Strategi Customer centric Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan ( studi kasus KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota )*

*Kata Kunci : Strategi, Customer, Centric, Daya saing*

*Customer centric* adalah memahami siapa pelanggan dan apa yang dibutuhkan atau yang diharapkan mereka. Jadi ketika perusahaan tahu apa yang dibutuhkan oleh masyarakat maka perusahaan tersebut bisa *growt*. Memang saat ini banyak perusahaan yang mengklaim dirinya sudah menjadi *customer centric*, bahkan dalam situs perusahaannya pun sudah memuat tentang visi dan misi yang mengarah ke *customer oriented*. "Tetapi yang harus diperhatikan itu bukan yang tertulis, tetapi lebih apa yang dilakukan oleh perusahaan itu, apakah perusahaan itu benar-benar sudah menggambarkan *consumer centric* atau bukan.

Fokus penelitian pada penelitian ini yakni : Bagaimana implementasi strategi *customer centric* di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember kota.

Tujuan penelitian pada penelitian ini yakni : Mengetahui implementasi strategi *customer centric* dalam meningkatkan daya saing di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi kasus. Penelitian informan didasarkan pada *purposive*. *Purposive* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Sehingga total informan berjumlah 3 orang ( 1 pimpinan, 1 karyawan, dan 1 konsumen ). Teknik analisis data mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Triangulasi sumber juga digunakan memastikan keabsahan data

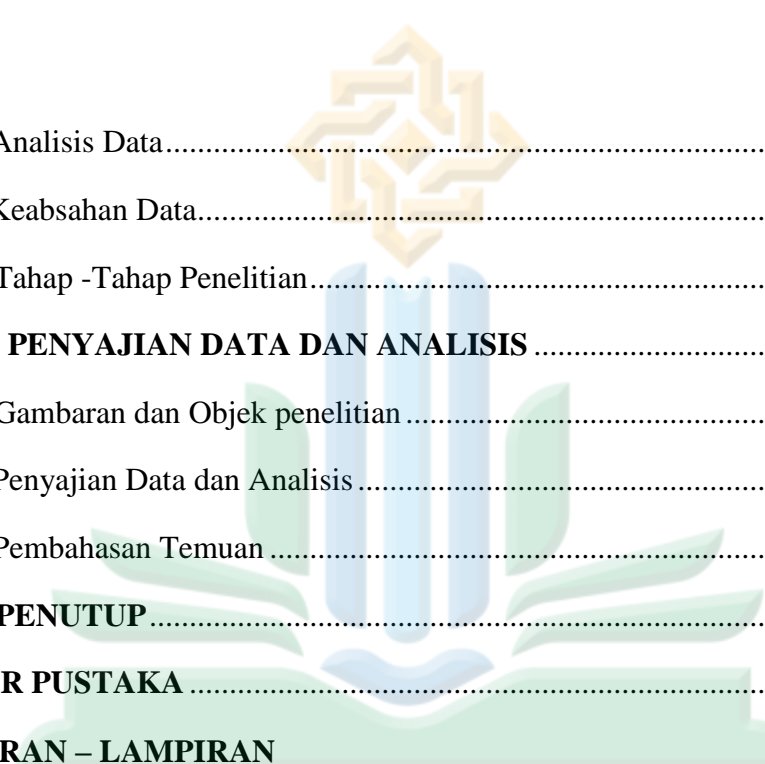
Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember kota telah menerapkan strategi *customer centric* dengan baik, yang pertama penerapan segmentasi pelanggan dari segi geografik, demografik dan psikologik. Yang kedua menciptakan *sustainable value* yaitu dengan mengadakan PRA RAT setiap tahun guna menciptakan kinerja yang selalu diminati anggota. Yang ketiga membangun strategi teknologi informasi terdiri dari M – banking, website, beberapa sosial media guna mempromosikan produk dan jasa pada BMT. Yang keempat membangun *Allience Competence*, BMT bekerjasama dengan berbagai perusahaan seperti BSI, Muamalat, Sinarmas dan BTN guna memberikan keuntungan satu sama lain.





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Definisi Istilah .....	8
F. Sistematika pembahasan .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	12
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Kajian Teori.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian .....	34
C. Subyek Penelitian .....	35
D. Teknik Pengumpulan Data .....	36



E. Analisis Data.....	39
F. Keabsahan Data.....	42
G. Tahap -Tahap Penelitian.....	42
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran dan Objek penelitian .....	44
B. Penyajian Data dan Analisis .....	55
C. Pembahasan Temuan .....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	<b>.....</b>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu ..... 20

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Indonesia memiliki potensi yang besar untuk menjadi negara ekonomi yang mapan karena statusnya sebagai negara republik. Sumber daya alam dan populasi yang besar mendukungnya, tetapi pemerataan ekonomi belum sepenuhnya tercapai karena banyak masyarakat masih memiliki akses terbatas terhadap sumber daya ekonomi untuk mengeksploitasi sumber daya yang ada, terutama sumber daya keuangan.<sup>2</sup>

Sangat penting bagi kehidupan suatu negara, terutama negara yang sedang berkembang seperti Indonesia. Mengumpulkan dana dari masyarakat serta menyalurkan dana tersebut ke masyarakat secara efisien dan efektif adalah tugas utama lembaga keuangan, yang menentukan peran strategis mereka. Lembaga keuangan diharapkan memberikan lebih banyak manfaat bagi masyarakat karena peran mereka. Masyarakat diharapkan dapat memilih antara lembaga keuangan syariah dan non-syariah. Salah satu persepsi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah adalah bahwa tidak ada bunga dan bahwa lembaga keuangan syariah sama dengan sistem bagi hasil.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Fricillia eka setyawati, Alisah Marselia Saputri “Peran Kreditur Dalam Pengembangan Usaha Mikro Di BPR Nur Semesta Indah.”.Gudang jurnal multi disiplin ilmu, Vol 2, No 3, (2024) Doi : <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i3.400>

<sup>3</sup> Abdul haris, Romdhoni Dita, Ratna sari, “ pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan reguilitas terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah”, Jurnal ekonomi islam, Vol 4, No 2(2018). Doi : <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>

Namun, masyarakat memiliki pandangan yang sangat beragam tentang bunga bank dan sistem bagi hasil. Sebagian masyarakat menerima sistem bagi hasil, sebagian lainnya tetap menerima bunga. Dengan menggabungkan berbagai paradigma ini, perspektif yang berbeda memberikan gambaran yang cukup menarik tentang pengetahuan, sikap, dan persepsi masyarakat tentang kebijakan sistem keuangan berganda. Lembaga keuangan syariah melarang sistem bunga dan bagi hasil. Selain pandangan masyarakat yang beragam tentang lembaga keuangan syariah, ada faktor lain yang mempengaruhi pertumbuhan lembaga keuangan syariah di Indonesia.<sup>4</sup>

Komitmen yang kuat dari pemerintah telah mendorong pertumbuhan UMKM, dan mereka memiliki prospek yang bagus untuk menjadi lebih diberdayakan. Kepentingan ini terkait dengan kondisi ekonomi nasional yang tidak pasti saat ini dan selama beberapa tahun ke depan. Jadi, strategi dan program yang jelas untuk mencapainya harus dibuat dan dijelaskan. Untuk mencapai hal ini, pemerintah dan pihak-pihak lain seperti Bank Indonesia, perbankan, lembaga keuangan nonbank, dan dunia usaha harus mendukung.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Abdul Haris Romdhoni, Dita, ratna sari, “ pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan regulitas terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah”, Jurnal ekonomi islam, Vol 4, No 2 (2018)

<sup>5</sup> Retna anggita ningsih, Niken Ayu Pusparani, Romzieh “Pelayanan Dan Pengembangan Pelaku Usaha Mikro Kelas Menengah (UMKM) Melalui Pembiayaan Usaha Rakyat(KUR) Di BRI Unit Kasiyan”, Gudang jurnal multidisiplin ilmu, Vol 2, No 2, (2024) Doi : <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i2.295>

*Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) merupakan rumah atau tempat yang mengelola dana yang bersal dari tabungan masyarakat atau umat dan disalurkan dengan tujuan sesuai aturan syariah. Semenantara baitu mal mengelola harta yang dihimpun dari infaq,zakat, dan shodaqoh dengan tujuan sesuai atura Syariah, karena belum ada payung khusus untuk BMT, saat ini BMT telah ada yang berbadan hukum dan yang belum. BMT yang berbadan hukum biasanya menggunakan badan hukum Yayasan dan koperasi meskipun sebenarnya tidak terlalu sesuai.<sup>6</sup>

KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember kota adalah lembaga keuangan mikro syariah yang menjunjung tinggi prinsip syariah dalam aktivitasnya. Mereka mematuhi hukum-hukum syariah, termasuk larangan riba (bunga), spekulasi, dan investasi dalam bisnis yang dilarang dalam Islam, seperti alkohol dan perjudian. Koperasi syariah berperan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan yang lebih inklusif dan mendukung pengembangan UMKM, pertanian, dan sektor-sektor lain yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Kesadaran masyarakat tentang keuangan syariah dan koperasi syariah telah meningkat. Terbukti dari jumlah nasabah BMT UGT Nusantara capem Jember Kota 5.200 anggota sedangkan BMT NU cabang wuluhan hanya sekitar 1.886 anggotanya hal ini menunjukkan besarnya tingkat daya saing di BMT UGT capem Jember kota<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Muslim Tanjung, Arina Novizas, “Eksistensi Baitul wa tamwil dalam perekonomian islam”, Jurnal magister ilmu hukum, Vol 3, No 1 (2018) Doi : <http://dx.doi.org/10.36722/jmih.v8i1.1877>

<sup>7</sup> Jauharul Mukhtar, *wawancara*, Gebang, April 2024

Di zaman sekarang, persaingan sudah menjadi hal yang biasa di berbagai bidang kehidupan, termasuk di dunia usaha. Teknologi yang terus berkembang meningkatkan kinerja perbankan untuk pelayanan nasabah. Oleh karena itu, diperlukan inovasi teknologi baru yang dikenal sebagai Fintech (teknologi keuangan). Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 18/40 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, Fintech adalah jenis kolaborasi antara lembaga keuangan dan teknologi. Transaksi biasanya dilakukan secara manual atau tatap muka, tetapi dengan Fintech, transaksi dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja melalui penerapan mobile banking (Peraturan BI 2018).<sup>8</sup>

Lembaga keuangan syariah semakin berkembang pesat. Hal ini terbukti dengan banyaknya lembaga keuangan syariah dan semakin meningkatnya infrastruktur di lembaga keuangan syariah. Salah satu peluang yang menjadikan lembaga keuangan syariah meningkat pesat karena masyarakat Indonesia yang sebagian besar beragama islam, mulai tumbuh kesadaran untuk menggunakan layanan dan jasa syariah, agar lembaga keuangan syariah semakin berkembang maka diperlukan memanfaatkan peluang – peluang lain yang ada dengan maksimal.<sup>9</sup>

Dilansir dari website Kompas .com Amalia menyatakan bahwa banyak bisnis masih berfokus pada produsen, meskipun dia menyatakan

---

<sup>8</sup> Aprilia cahya mutiara, Rini Puji Astuti “Efektifitas Muamalat DIN Transisi Progresif Dalam Pelayanan Nasabah Di Pt. Bank Muamalat KC Jember”, Gudang jurnal Multidisiplin Ilmu, Vol 2, No 2, (2024) Doi : <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i2.297>

<sup>9</sup> Alvi Khikhmatin, Pitri Setianingsih, “ Ananliis peluang dan tantangan lembaga keuangan syariah dalam upaya meningkatkan daya saing terhadap lembaga keuangan konvensional di indonesia “, Jurnal ekonomi syariah, Vol 3, No 1 2021

bahwa jika bisnis berfokus pada konsumen, penjualan akan meningkat. Dia menyatakan bahwa saat ini banyak perusahaan yang mengklaim dirinya menjadi *customer-centric*, bahkan memasukkan visi dan misi yang berorientasi pada pelanggan di situs web mereka. "Tapi yang harus diperhatikan itu bukan yang tertulis, tetapi lebih apa yang dilakukan oleh perusahaan itu, apakah perusahaan itu benar-benar menggambarkan dirinya sebagai *customer-centric*?" katanya. Amalia mengatakan bahwa meskipun sebagian besar orang tidak memahami konsep *customer centric*, mereka lebih fokus pada penjualan. Menurutnya, jika perusahaan memahami konsep *customer centric*, penjualan akan meningkat. Amalia mengatakan bahwa beberapa orang kurang memahami konsep *customer-centric*, dan mereka lebih menekankan penjualan. Namun, dia menyatakan bahwa bisnis yang sadar akan konsep *customer centric* dapat meningkatkan penjualan karena telah mendapatkan hati pelanggannya. "Pada intinya, *customer centric* itu adalah mereka yang benar-benar percaya bahwa customer itu penting, mereka menempatkan posisinya sebagai customer, otomatis mereka tahu kebutuhan pasar itu seperti apa."<sup>10</sup>

Dalam penelitian ini Salah satu Lembaga keuangan mikro non bank yang menggunakan strategi ini adalah KSPPS BMT UGTNusantara Capem Jember Kota. Dengan demikian, hal ini mendorong peneliti untuk

---

<sup>10</sup> Kompas.com <https://money.kompas.com/read/2020/08/01/211200026/mengapa-customer-centric-penting-dalam-berbisnis->



menganalisa apa yang dilakukan bmt ugt nusantara dalam melaksanakan strategi *customer centric* dan apa kendala yang dihadapi dalam melaksanakan strategi *customer centric* dalam penelitian yang berjudul”  
**Analisis Strategi *Customer centric* dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota.**

### **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut, yaitu bagaimana Implementasi Strategi *customer centric* dalam meningkatkan daya saing di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu pada masalah yang akan dirumuskan pada sebelumnya. Adapun tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut dapat dirumuskan sebagai berikut, yaitu Mengetahui implementasi strategi *customer centric* dalam meningkatkan daya saing perusahaan di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota.

## D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian mencakup hasil yang akan diperoleh setelah penelitian selesai. Diharapkan bahwa penelitian ini akan menghasilkan manfaat langsung dan tidak langsung bagi pihak yang menggunakannya sebagai referensi, khususnya dalam bidang lembaga keuangan syariah. Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi yang dapat menambah wawasan bagi pembaca tentang Strategi *customer centric* dalam implementasinya pada KSPPS BMT UGT Nusantara Cabang Jember kota. Bagi peneliti yang masih baru, penelitian ini bisa dijadikan sebagai sumber informasi dan referensi, Dimana ada kemungkinan topik-topik penelitian ini ada yang selaras dengan topik yang akan diangkat oleh peneliti baru. Sehingga dalam peneliti yang baru, ide gagasannya akan bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Peneliti

Sebagai alat menambah wawasan dan pengalaman mengenai Strategi bisnis dan mengetahui faktor – faktor dalam menentukan strategi dalam berbisnis.

#### b. Bagi UIN KHAS Jember

Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Perbankan Syariah, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya terkait *customer centric* dan cara meningkatkan daya saing selain itu juga menjadi penelitian yang menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai masukan dan pengembangan khususnya di kampus UIN KHAS Jember.

c. Bagi Masyarakat Umum

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi tentang

bagaimana perusahaan KSPPS BMT UGT Nusantara Cabang Jember Kota menjadikan nasabah sebagai prioritas utama dan memenuhi kebutuhan nasabahnya.

## E. Definisi Istilah

Dalam pembahasan ini perlu diberikan penjelasan tentang istilah-istilah saat ini agar diskusi lebih fokus pada masalah yang akan dibahas dan tidak memberikan perspektif lain tentang istilah-istilah saat ini. Berikut ini adalah definisi istilah yang relevan dengan judul tulisan ini yaitu sebagai berikut :

### 1. *Customer centric*

*Customer centric* berasal dari Bahasa Inggris yang artinya berpusat pada pelanggan, menurut Amalia E. Maulana Brand Consultant & Ethnographer dari Etnomark Consulting

mengatakan bahwa Dalam diskusi virtual yang diadakan oleh Innovesia, dia mengatakan, "*Customer centric* itu adalah memahami siapa pelanggannya dan apa yang dibutuhkan atau diharapkan oleh mereka. Jadi, ketika Anda mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat maka perusahaan Anda bisa tumbuh Sabtu (1/8/2020)<sup>11</sup>. Yang dimaksud customer dalam penelitian ini adalah anggota koperasi atau seorang warga negara indonesai yang menggunakan produk atau jasa KSPPS BMT UGT Nusatara capem Jember Kota

## 2. Daya saing perusahaan

Pasar akan meninggalkan perusahaan yang tidak memiliki daya saing. Tidak memiliki daya saing berarti tidak memiliki keunggulan, dan tidak ada alasan bagi suatu perusahaan untuk bertahan di pasar untuk jangka panjang karena tidak memiliki keunggulan. Daya saing bergantung pada seberapa efektif suatu organisasi beroperasi di pasar persaingan dibandingkan dengan perusahaan lain dibandingkan dengan produk atau jasa sejenis. Perusahaan yang kompetitif harus terus memperbaiki proses manufaktur internalnya untuk memenuhi permintaan konsumen. Perusahaan yang mampu menghasilkan barang atau jasa berkualitas tinggi adalah bisnis yang baik dalam

---

<sup>11</sup>Kompas.com<https://money.kompas.com/read/2020/08/01/211200026/mengapa-customer-centric-penting-dalam-berbisnis->

arti mampu bersaing.<sup>12</sup>

### 3. KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota

Kepanjangannya sendiri adalah Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Baitul Mal wat Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Nusantara Cabang Pembantu Jember Kota. Sedangkan pengertiannya adalah lembaga keuangan syariah yang berfokus pada sektor usaha kecil menengah dan beroperasi menggunakan kombinasi konsep "Baitul Tamwil dan Baitul Mal." Akad murabahah adalah salah satu pembiayaan yang paling umum di BMT. Akad murabahah adalah kontrak jual-beli di mana bank bertindak sebagai penjual dan nasabah bertindak sebagai pembeli. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk meningkatkan daya saing BMT akan dibahas.

#### **F. Sistematika pembahasan**

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi.

---

<sup>12</sup> Rifkhi Anugrah husain, Rahman Putra, “ Pengaruh aspek pengukuran kinerja dalam benenced scorecard terhadap daya saing perusahaan pdam kota makasar”. Jurnal akutansi dan ekonomi, Vol ;No 1, (2021) Doi : <https://doi.org/10.29407/jae.v6i1.14204>

**BAB I PENDAHULUAN** : ini adalah adalah bab pendahuluan yang mencakup konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

**BAB II KAJIAN PUSTAKA:** Menyajikan penelitian terdahulu yang relevan dan kajian teori yang mendukung fokus penelitian.

**BAB III METODE PENELITIAN** : Menjelaskan jenis penelitian, metode penelitian, metode pengumpulan data dan pengolahan data

**BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS** : Ini melibatkan penyajian serta analisis data, yang terdiri dari deskripsi objek penelitian, pemaparan data, dan pembahasan hasil penelitian

**BAB V PENUTUP** : Ini adalah rangkuman dari penelitian , dan sebagai penutup, peneliti memberikan rekomendasi, termasuk saran yang diajukan kepada lembaga kampus.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Adapun yang menjadi tinjauan pustaka untuk menunjang dan sebagai bahan masukan dalam menyusun proposal yang berkaitan dengan *customer centric*, penulis telah ada penelitian terdahulu. Hasil-hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Rifki Mohamad, Idris YantoNiode tahun 2020 dengan judul “Analisis Strategi Daya Saing (*Competitif Advantage*) Kopia Karanji Gorontalo”. Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini menyatakan faktor – faktor ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan dalam strategi daya saing kopia karanji Gorontalo, ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan adalah sebagai berikut : 1. Desa Pulu Bala, Kecamatan Pulu Bala, Kabupaten Gorontalo *Threat* : a. Ada persaingan dari industri lain yang serupa (bahan baku rotan dan lidi); 2. Peluang : a. Ada peluang untuk bekerja sama dengan pihak lain; b. Produk kerajinan yang sudah populer di seluruh negara. Kelemahannya adalah modal usaha yang terbatas dan bahan baku yang sedikit. Kekuatannya adalah sumber daya pengrajin yang cukup banyak dan produk yang berkualitas tinggi.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Rifki Mohamad, idris yanto niode “Analisis Strategi daya saing ( competitive) Kopia koronji Gorontalo”Jurnal kajian Ekonomi Dan Bisnis Vol 13 No 1, DOI : <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>

- b. Johannes Habel, Roland Kassemeier, Sascha Alavi, Philipp Haaf, Christian Schmitz, and Jan Wieseke Tahun 2020 yang berjudul “*When do customers perceive customer centricity? The role of a firm’s and salespeople’s customer orientation*”. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dan hasil yang diperoleh adalah menunjukkan bahwa pelanggan memandang perusahaan sebagai perusahaan yang berpusat pada pelanggan jika pemasoknya berorientasi pada pelanggan, baik pada tingkat perusahaan secara keseluruhan maupun pada tingkat staf penjualan.

Selain itu, persepsi pelanggan yang berpusat pada pelanggan sangat terkait dengan niat loyalitas pelanggan dan pendapatan penjualan yang obyektif, khususnya jika pelanggan menganggap suatu perusahaan menunjukkan kinerja yang baik, harga tinggi <sup>14</sup>

- c. Raphael Olufemi Akinyede tahun 2020 yang berjudul “*a customer centric application in cinema house* “. dalam penelitian ini, peneliti mengembangkan sistem pemesanan online yang. Hasil implementasi penuh dari proyek ini akan semakin meningkatkan sistem pemesanan Bioskop di Nigeria, termasuk di bidang kehidupan lain di mana pemesanan atau reservasi dilakukan, dan juga dapat meningkatkan kecintaan baru terhadap menonton film di bioskop, sekaligus

---

<sup>14</sup> Johannes Habel, Roland Kassemeier, Sascha Alavi, Philipp Haaf, Christian Schmitz, and Jan Wieseke,” *When do customers perceive customer centricity? The role of a firm’s and salespeople’s customer orientation*, Journal of Personal Selling and Sales Management 40(1) :1-18, DOI :10.1080/08853134.2019.1631174



membantu mengurangi menurunkan biaya pelayanan tenaga kerja tambahan yang diperlukan untuk menjalankan penyortiran laporan.<sup>15</sup>

- d. Sukron Mamun, Tri Hadmiatin Ningsih tahun 2021 yang berjudul “Implementasi Strategi layanan Teknologi digital banking dan service quality dalam prespektif nasabah pada perbankan Syariah ( Studi kasus pada bank Syariah mandiri KCP tomang)”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi strategi layanan teknologi digital bankig sedang hasil observasi mengenai implemtasi kualitas pelayanan yang diberikan customer service bank Syariah KCP Tomang. terhadap nasabah, customer service sudah menrapkan 10 dimensi pelayanan kepada nasabah, selain itu customer service sudah berpedoman pada 5 dimensi pelayanan, dan dikuatkan oleh observsi penelitian yang kesemua indikatornya dinilai sangat baik dan sangat memuaskan.<sup>16</sup>
- e. Ilvia Ianniza, Tuti Anggraini tahun 2021 yang berjudul “Analisis strategi pemasaran kredit pembiayaan mitra guna dalam menarik minat nasabah di bank Syariah Indonesia Ex bank Syariah mandiri KCP stabat”. Metode yang digunakan dala penelitian adalah analisi

---

<sup>15</sup> Raphael Olufemi AKINYEDE, Temitayo Elijah Balogun, Abiodun Buluwade Rotimi, “a customer centric aplication in cinema house”, applied computer science, Vol.16, No 2 (2020) DOI : <https://doi.org/10.23743/acs-2020-13>

<sup>16</sup> Sukron Mamun, Tri Hadmiatin Ningsih “Implementasi strategi layanan teknologi digital banking dan service quality dalm prespektif nasabah pada perbankan syariah ( studi kasus pada bank Syariah KCP tomang)”. Jurnal ekonomi Syariah pelita bangsa, Vol 06. No 02 (2021) DOI : <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.249>

deskriptif . hasil yang didapatkan dalam penelitian menunjukkan bahwa promosi yang dialkukan sebagai berikut 1. Sosialisasi ke uluruh instansi yang ada di ota stabat 2. Melakukan gethring atu pertemuan . 3. Membagikan brosur produk mitra guna bank Syariah bekerja sama dengan bendahara dan pimpinan instansi.<sup>17</sup>

- f. Sasu tuominen dan helen reijonen tahun 2021 yang berjudul “*Customer centric strategi driving innovativeness and business growt in international markets*”. metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Para penulis mengirimkan permintaan email untuk menanggapi survei online dan menerima 416 tanggapan efektif dari perusahaan yang beroperasi di pasar ekspor. Penulis mengusulkan dan menguji secara empiris model di mana orientasi pelanggan, orientasi hubungan pelanggan, dan inovasi memprediksi pertumbuhan bisnis. Temuan – Temuan penelitian menunjukkan bahwa orientasi pelanggan dan orientasi hubungan pelanggan adalah dua orientasi Strategis berbeda yang mendorong inovasi.<sup>18</sup>
- g. Neeraja T S, Dr. Raji josph tahun 2021 yang berjudul “*Green initiates of SBI : Customer centric study*”.penelitain ini menggunakan Sumber data : Data primer dan sekunder digunakan untuk tujuan penelitian. Data primer diperoleh melalui survei yang dilakukan di kota Kochi

---

<sup>17</sup> Ilvia Ianniza, Tuti Anggraini “Analisis strategi pemasaran kredit pembiayaan mitra guna dalam menarik minat nasabah di bank Syariah Indonesia Ex bank Syariah mandiri KCP staba”. *Journal economy dan currency study*. Vol 3 Issue 2 (2021)

<sup>18</sup> Sasu tuominen dan helen reijonen, Gabor Nagi, Andrea Buratti, Tommy Laukkanen, “*Customer centric strategi driving innovativeness and business growt in international markets*”, *Internasional market review*, Vol 40, No 3 ( 2021) DOI : <https://doi.org/10.51178/jecs.v3i2.297>

melalui kuesioner. Data sekunder untuk penelitian ini dikumpulkan dari internet, surat kabar, majalah, buku, dll. Ukuran sampel : Sampel sebanyak 100 responden dipilih dari kota Kochi melalui teknik convenience sampling. Alat untuk analisis : Diagram lingkaran, diagram batang, persentase adalah alat yang digunakan untuk analisis. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah 1. Mayoritas responden mengetahui berbagai inisiatif ramah lingkungan yang dilakukan SBI. 2. Analisis tingkat kesadaran responden terhadap berbagai layanan berkelanjutan menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat sadar akan mobile banking dan online banking.<sup>19</sup>

h. Hsiuju rebecca tahun 2021 yang berjudul “*Understanding customer centric socialization in tourism services*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini melalui tanggapan 227. Studi ini menyimpulkan bahwa pendidikan wisatawan adalah kunci untuk mempromosikan CCR dan CCB wisatawan dan menyelesaikan proses sosialisasi yang berpusat pada pelanggan dalam pariwisata. Kesamaan sama - sama menggunakan customer centric dan perbedaannya terletak pada objek penelitian ini menggunakan layanan pariwisata<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Neeraja T S, Dr. Raji Joseph, “ *Green initiatives of SBI : Customer centric study*”, *Internasional journal of economic and business*, Vol 9, No 4 (2021) DOI : <https://doi.org/10.36713/epra2012>

<sup>20</sup> Hsiuju rebecca, “ *Understanding customer centric socialization in tourism services* “, *service business* “, 201, DOI : <https://doi.org/10.1007/s11628-021-00463-8>

- i. Sumail kyuresh tahun 2022 yang berjudul “ *The role of engagement and contextualyzation in customer centric marketing*”. Keterlibatan dimulai dengan persepsi masalah. Masalah berasal dari ketidakmampuan individu untuk mengatasi situasi. Masalah yang sangat berdampak pada jiwa dapat mengakibatkan disfungsi tubuh. Misalnya, tingkat kecemasan dan stres yang lebih besar dapat menyebabkan tekanan darah tinggi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kebutuhan dasar manusia paling sering digambarkan sebagai pangan, Sandang, dan papan. Selain itu, keselamatan dan keamanan juga merupakan kebutuhan manusia yang penting. Selain itu, keadilan dan Kesetaraan juga merupakan bagian integral dan mendasar. Jika kesetaraan berarti peluang dan imbalan, maka keadilan berarti pertimbangan yang adil bebas dari diskriminasi. s.<sup>21</sup>
- j. Dimas Elly Ana, Arif Zunaidi tahun 2022 yang berjudul “Strategi perbakan Syariah dalam memenagkan persaingan di masa pandemi Covid 19”. Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis, sebuah pendekatan yang cocok dengan relaitas. dengan menggunakan pendekatan analisis kualitatif deskriptif. Studi ini menunjukkan bahwa struktur pembiayaan bank Syariah mendorong pertumbuhan karena bank harus membayar bunga kepada penabung. Selain itu, bank

---

<sup>21</sup> sumail kyuresh, “ *The role of engagement and contextualyzation in customer centric marketing*”, Journal of economy, Busines and finace, Vol. 04, No, 04, (2022), DOI : 10.53469/jgebf.2022.04(04).15

Syariah harus mendorong UMKM dengan mendigitalisasi segmen usaha ini dan melakukan inovasi.<sup>22</sup>

Tabel 2.1

## Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Raphael Olufemi AKINYEDE	<i>a customer centric aplication in cinema house</i>	Menggunakan teori yang sama yaitu <i>customer centric</i> dalam penelitian yang dilakukan	Dalam penelitian ini <i>customer centric</i> digunakan pada ruamh cinema atau bioskop
2.	Rifki Mohamad, Idris YantoNiode	Analisis Strategi Daya Saing( <i>Competitif Advantage</i> ) Kopia Karanji Gorontalo	Menganalisis sebuah strategi yang dilakukan perorangan atau instansi dalam meningkatkan daya saing	Strategi yang digunakan berbeda, dalam penelitian ini menggunakan strategi daya saing sedangkan penelitian kami menggunakan strategi <i>customer centric</i>
3.	Johannes Habel, Roland Kassemeier,	<i>When do customers perceive customer</i>	Menggunakan <i>customer centric</i> dalam landasan	Pada penelitian ini menggunakan prespektive

<sup>22</sup> Dimas elly ana, Arif Zunaidi “Strategi perbakan Syariah dalam memenagkan persaingan di masa pandemi Covid 19”, Jurnal febi iain kediri, Vol 1 issue 1 (2022)

	Sascha Alavi, Philipp Haaf, Christian Schmitz, and Jan Wieseke	<i>centricity? The role of a firm's and salespeople's customer orientation</i>	penelitian yang dilakukan	yang berbeda yaitu dengan meneliti customer yang mendapatkan kecentricity
4.	Sukron Mamun, Tri Hadmiatin Ningish	Implementasi Strategi layanan Teknologi digital banking dan <i>service quality</i> dalam presfektif nasabah pada perbankan Syariah ( Studi kasus pada bank Syariah mandiri KCP tomang)	Menganalisis strategi pelayanan yang baik dalam sebuah perusahaan atau instansi	Pada penelitian ini menggunakan prespektive yang berbeda yaitu dengan meneliti customer/ nasabah pada perbankan syariah
5.	Ilvia Ianniza, Tuti Anggraini	Analisis strategi pemasaran kredit pembiayaan mitra guna dalam menarik minat nasabah di bank Syariah Indonesia Ex bank Syariah	Menganalisis sebuah strategi pada bank guna meningkatkan kinerja dan produktivitas sebuah bank	Penggunaan strategi yang berbeda yaitu pada penelitian ini menggunakan strategi pemasaran

		mandiri KCP stabat		
6.	Sasu tuominen dan helen reijonen	<i>Customer centric strategi driving innovativeness and business growt in international markets</i>	strategi yang sama yaitu dengan <i>customer centric</i>	Penggunaan strategi <i>customer centric</i> , dalam penelitian ini guna pasar internasional sedangkan penelitian kami pada lembaga atau instansi
7.	Neeraja T S, Dr. Raji joseph	<i>Green initiates of SBI : Customer centric study</i>	Menggunakan <i>customer centric</i> dalam landasan penelitian yang dilakukan	Dalam penelitian ini menggunakan metode kuisisioner atau kuantitatif
8.	Hsiuju rebecca	<i>Understanding customer centric socialization in tourism services</i>	Menggunakan <i>customer centric</i> dalam landasan penelitian yang dilakukan	Penelitian <i>customer centric</i> dalam penelitian ini berfokus pada pendidikan.
9.	sumail kyuresh	<i>The role of engagement and contextualyzati on in customer</i>	Menggunakan <i>customer centric</i> dalam landasan penelitian yang dilakukan	Penelitian <i>customer centric</i> dalam penelitian ini berfokus pada kebutuhan

		<i>centric marketing</i>		manusia guna mengetahui keinginannya
10.	Dimas Elly Ana, Arif Zunai	Strategi perbakan Syariah dalam memenagkan persaingan di masa pandemi Covid 19	Menganalisis strategi lembaga keuangan dalam meningkatkan persaingan	Menggunakan strategi yang berbeda dalam meningkatkan persaingan dalam lembaga keuangan syariah

Sumber : Data diolah dari penelitian terdahulu

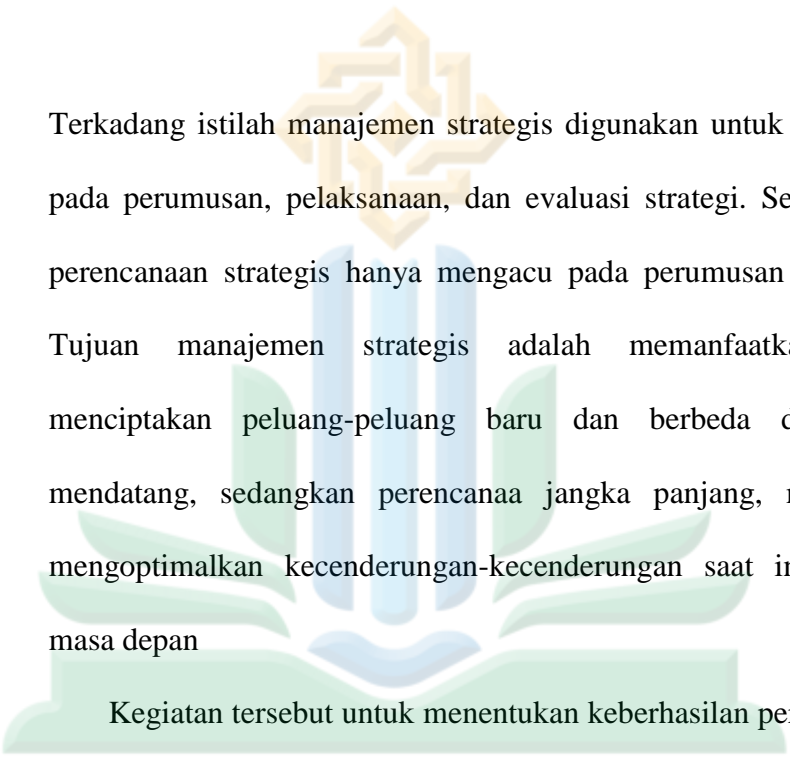
## B. Kajian Teori

### 1. Manajemen Strategi

#### a. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategik dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Sebagaimana tersirat dalam defenisi tersebut, manajemen strategis terfokus pada upaya memadukan manajemen, pemasaran, keuangan (akuntansi), produksi (operasi), penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi. Istilah manajemen strategis dalam buku teks ini sepadan dengan istilah perencanaan strategis. Istilah yang terakhir ini lebih sering digunakan di dunia bisnis, sedangkan istilah yang pertama lebih sering digunakan di dunia akademis.





Terkadang istilah manajemen strategis digunakan untuk merujuk pada perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi. Sedangkan perencanaan strategis hanya mengacu pada perumusan strategi. Tujuan manajemen strategis adalah memanfaatkan dan menciptakan peluang-peluang baru dan berbeda di masa mendatang, sedangkan perencanaan jangka panjang, mencoba mengoptimalkan kecenderungan-kecenderungan saat ini untuk masa depan

Kegiatan tersebut untuk menentukan keberhasilan perusahaan

dalam jangka panjang, dan dapat mencapai tujuannya. Terdapat empat tujuan dalam manajemen strategi, yaitu :

- 1) Memberikan arah pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan. Dalam hal ini, manajer strategi harus mampu menunjukkan kepada semua pihak kemana arah tujuan organisasi atau perusahaan. Karena arah yang jelas akan dapat dijadikan landasan untuk pengendalian dan mengevaluasi keberhasilan.
- 2) Membantu memikirkan kepentingan berbagai pihak. Organisasi atau perusahaan harus mempertemukan kebutuhan berbagai pihak, pemasok, karyawan, pemegang saham, pihak perbankan, dan masyarakat luas lainnya yang memegang peranan terhadap sukses atau gagalnya perusahaan atau organisasi tersebut.

- 3) Mengantisipasi setiap perubahan kembali secara merata. Manajemen strategi memungkinkan eksekutif puncak untuk mengantisipasi perubahan dan menyiapkan pedoman dan pengendalian, sehingga dapat memperluas kerangka waktu atau berpikir mereka secara perspektif dan memahami kontribusi yang baik untuk hari ini dan hari esok.
- 4) Berhubungan dengan efisiensi dan efektivitas. Tanggung jawab seorang manajer bukan hanya mengkonsetrasikan terhadap kemampuan atas kepentingan efisiensi, akan tetapi hendaknya juga mempunyai perhatian yang serius agar bekerja keras melakukan sesuatu secara lebih baik dan efektif.

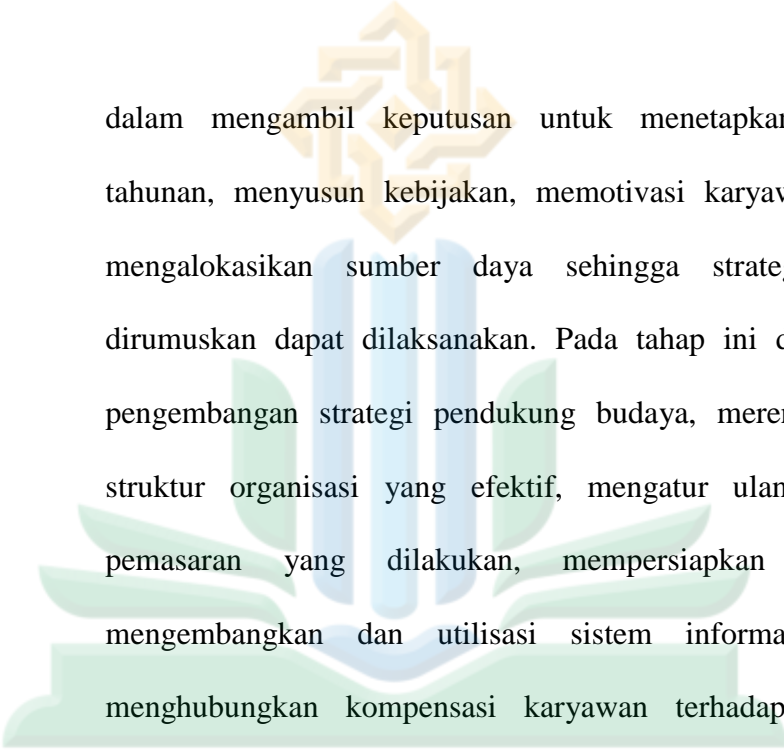
b. Proses manajemen strategi

1) Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah tahap awal pada manajemen strategi, yang mencakup mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang eksternal organisasi dan ancaman, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk mencapai tujuan.

2) Implementasi strategi

Implementasi strategi adalah tahap selanjutnya sesudah perumusan strategi yang ditetapkan. Penerapan strategi ini memerlukan suatu keputusan dari pihak yang berwenang



dalam mengambil keputusan untuk menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, merencanakan struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan budget, mengembangkan dan utilisasi sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan terhadap kinerja organisasi.

### 3) Evaluasi strategi

Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategi. Manajer sangat membutuhkan untuk tahu strategi tertentu tidak bekerja dengan baik. Evaluasi strategi merupakan alat utama untuk memperoleh informasi ini. Hal tersebut dapat dilakukan dengan penilaian atau melakukan proses evaluasi strategi. Dalam penilaian strategi terdapat tiga aktifitas penilaian yang mendasar, yaitu : peninjauan ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi saat ini, pengukuran kinerja, dan pengambilan langkah korektif. Penilaian strategi sangat diperlukan oleh suatu perusahaan karena strategi yang berhasil untuk saat ini tidak selalu berhasil di masa yang akan datang.

## 2. *Strategy customer centric*

### a. Segmentasi pelanggan

Dikutip dari buku *on becoming a customer centric company*, parker drucker mengatakann bahwa tujuan utama bisnis adalah bagaimana menciptakan pelanggan. Jika sebuah bisnis atau perusahaan tidak memiliki pelanggan, itu berarti perusahaan tersebut tidak diperlukan lagi kehadirannya. Ada juga pepatah yang mengatakan *customer is the king*. Maksud dari pepatah itu seperti raja yang selalu ingin dipuaskan begitu juga pelanggan pada zaman ini. Mereka sangat *demanding* akan sesuatu layanan yang *exellent* dari perusahaan. Untuk menjadi perusahaan *customer centic*, perusahaan perlu memahami kebutuhan dan keinginan masing masing pelanggan.<sup>23</sup>

Perusahaan harus memahami kelompok pelanggan yang memiliki kebutuhan, keinginan, dan perilaku yang mirip karena upaya untuk memahami setiap pelanggan adalah tantangan yang sulit. Perusahaan, seperti pasukan yang perlu memiliki peta pertempuran, harus memahami medan pasar melalui segmentasi pelanggan. Segmentasi pelanggan dapat dilakukan dengan berbagai cara, mulai dari yang sederhana

---

<sup>23</sup> Hermawan Kartajaya, Yuswohady, Dewi Madyani “ *On Becoming A Customer Centic Company*”, Jakarta, PTGrameia pustaka utama, 2004, 193-194

seperti geografi dan demografi hingga yang lebih kompleks seperti psikografis. Upaya untuk membagi segmen berdasarkan elemen demografis seperti umur disebut segmentasi demografis. Dumar mengatakan bahwa segmentasi pasar adalah proses yang harus dilakukan secara kreatif dan interaktif. Artinya, kita harus berpikir se kreatif mungkin dan tidak tergantung pada keadaan pasar.

Sementara itu, interaktif berarti bahwa segmentasi membutuhkan perbaikan secara terus menerus dari waktu ke waktu. Segmentasi yang juga sudah dikenal oleh masyarakat luas adalah segmentasi geografis yaitu membagi pasar berdasarkan area atau geografi tertentu. Segmentasi psikografis merupakan upaya untuk mengelompokkan pelanggan berdasarkan kesamaan sikap, minat dan opini mereka.<sup>24</sup>

b. Menciptakan *sustainable value*

Dalam buku mereka yang berjudul *The Discipline of Market Leader*, Michel Treacy dan Fred Wiersema mengungkapkan rahasia perusahaan yang sukses yang menjadi pemimpin pasar. Mereka secara jelas menyimpulkan bahwa perusahaan terbesar yang mampu merajai pasar biasanya menerapkan salah satu dari tiga disiplin nilai operasional

---

<sup>24</sup> Hermawan Kartajaya, Yuswohady, Dewi Madyani, "On Becoming A Customer Centric Company", Jakarta, PTGrameia pustaka utama, 2004, 193-194

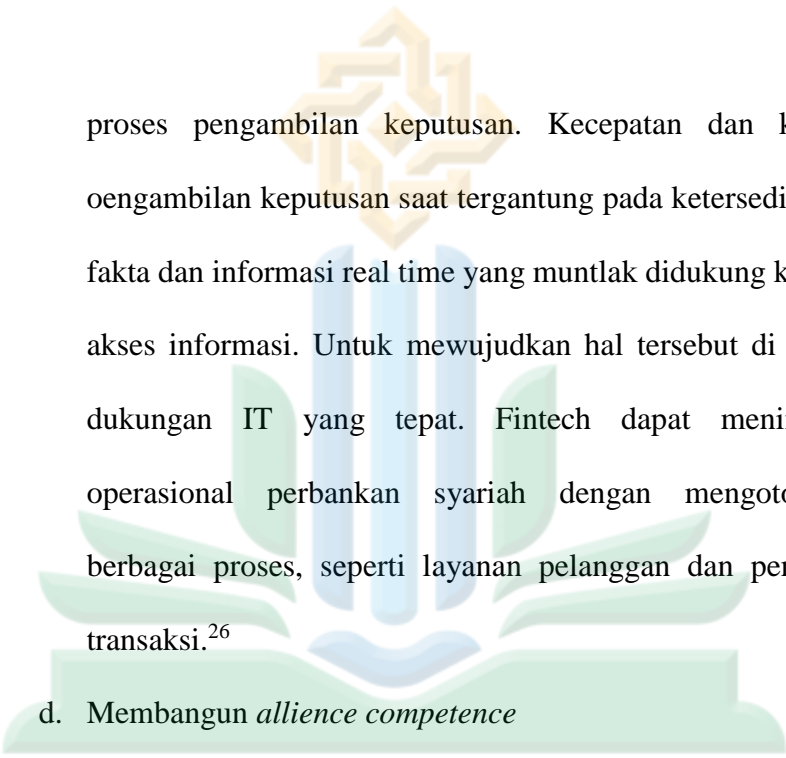
unggul, produksi unggul, dan keakraban pelanggan. Perusahaan yang menerapkan disiplin nilai operasional unggul biasanya adalah perusahaan yang memiliki kemampuan untuk membuat produk dengan harga yang kompetitif dengan kualitas terbaik. Kemampuan untuk mengatur operasinya secara efektif dan efisien adalah kekuatan utama perusahaan ini. Perusahaan dalam kategori kedua yang memenangkan persaingan dengan menggunakan disiplin nilai produk leadership adalah perusahaan yang terus menerus membuat produk baru dan berbeda dengan pesaing mereka melalui inovasi terus menerus. Kesiapan pelanggan untuk membayar lebih banyak untuk keunggulan barang atau jasa yang mereka peroleh memberikan keunggulan kompetitif mereka. Customer intimacy adalah disiplin nilai tertinggi. Di sini, penting bagi perusahaan untuk memahami kebutuhan pelanggan. Ketika perusahaan menerapkan disiplin nilai ini, kemampuannya untuk menyesuaikan barang dan jasa yang disediakan dengan kebutuhan pelanggan adalah keunggulannya.<sup>25</sup>

c. Membangun strategi teknologi informasi

Perubahan semakin cepat dan uncertain di dunia bisnis menyebabkan peran IT menjadi semakin signifikan dalam

---

<sup>25</sup> Hermawan Kartajaya, Yuswohady, Dewi Madyani, " *On Becoming A Customer Centric Company*", Jakarta, PT Gramedia pustaka utama, 2004, 207



proses pengambilan keputusan. Kecepatan dan ketepatan pengambilan keputusan saat tergantung pada ketersediaan data, fakta dan informasi real time yang muntlak didukung kecepatan akses informasi. Untuk mewujudkan hal tersebut di perlukan dukungan IT yang tepat. Fintech dapat meningkatkan operasional perbankan syariah dengan mengotomatisasi berbagai proses, seperti layanan pelanggan dan pemrosesan transaksi.<sup>26</sup>

#### d. Membangun *allience competence*

Untuk mendapatkan kapabilitas yang lebih baik, ada beberapa pilihan kemitraan.

##### 1) Kontrak

Kerjasama berdasarkan sistem kontrak dengan penyedia produk atau jasa. Beberapa keuntungan yang bisa didapatkan dari kemitraan ini adalah bahwa perusahaan bisa lebih fokus kepada pengembangan bisnis inti dan dapat me-manfaatkan sumber dana dan alokasi investasi. Semetara kerugiannya adalah perusahaan akan kehilangan kontrol secara operasional di beberapa bagian oerorganisasi.

##### 2) Aliansi

---

<sup>26</sup> Alviatus shalihah, Rini Puji Astuti, Risky Febri Yanti, “Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Perbankan Syariah Di Indonesia”, Gudang jurnal multidisiplin ilmu, Vol 2, No 5, (2024)

Pendekatan kemitraan ini memiliki beberapa keuntungan sebagai berikut. Pertama aliansi memungkinkan penguasaan kapabilitas dengan lebih singkat. Kedua aliansi mampu meningkatkan posisi secara kompetitif yang akan berdampak pada market share. Ketiga aliansi memungkinkan penawaran produk /layanan yang lebih beragam, meningkatkan kesempatan untuk menjangkau segmen pasar baru dan lingkup cakupan jaringan lebih besar. Keempat akan terjadi tranfer keahlian, pengetahuan dan teknologi. Dan terakhir aliansi lebih kecil karena keterlibatan modal yang relatif lebih kecil dan perusahaan lebih mudah keluar dari perusahaan tersebut.<sup>27</sup>

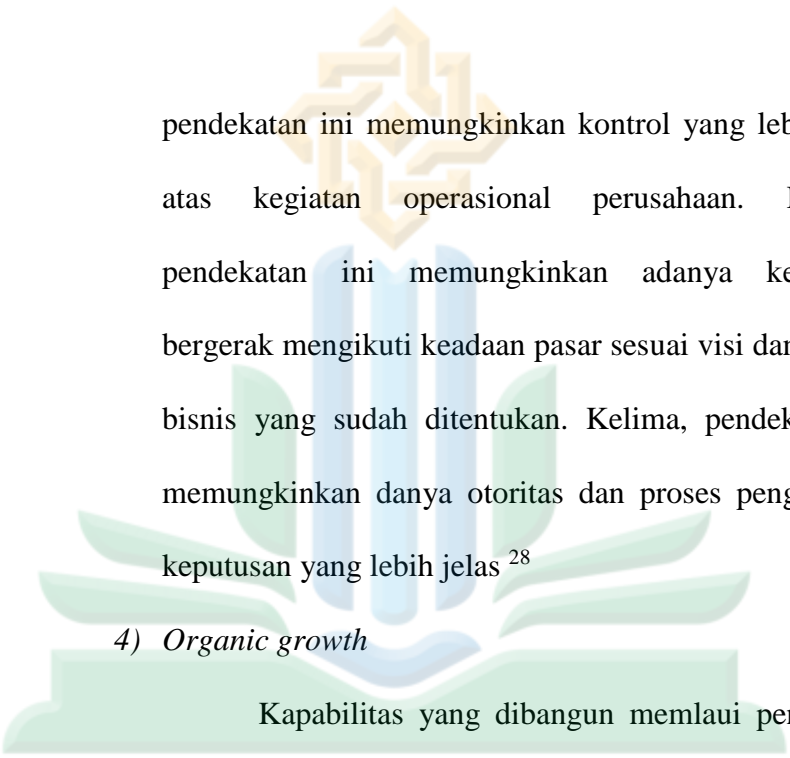
### 3) Merger dan akuisisi

Beberapa keuntungan yang bisa didapatkan dari pendekatan kemitraan ini adalah sebagai berikut. Pertama, lebih besar kemungkinan untuk mempertahankan kompetensi utama. Yang dimiliki masing - masing pihak. Kedua, pendekatan ini memungkinkan perusahaan yang melakukan merger atau akuisisi untuk saling menukar saham tanpa ada implikasi ke penghasilan. Ketiga,

---

<sup>27</sup> Hermawan Kartajaya, Yuswohady, Dewi Madyani, “ On Becoming A Customer Centric Company”, Jakarta, PTGrameia pustaka utama, 2004, 259





pendekatan ini memungkinkan kontrol yang lebih besar atas kegiatan operasional perusahaan. Keempat pendekatan ini memungkinkan adanya keleluasan bergerak mengikuti keadaan pasar sesuai visi dan strategi bisnis yang sudah ditentukan. Kelima, pendekatan ini memungkinkan adanya otoritas dan proses pengambilan keputusan yang lebih jelas<sup>28</sup>

#### 4) *Organic growth*

Kapabilitas yang dibangun melalui pendekatan ini diperoleh dengan pengembangan internal untuk mencapai economies of scale. Keuntungan yang bisa didapat adalah sebagai berikut. Pertama pendekatan ini dapat mendukung pengembangan produk/layanan yang ditawarkan, memungkinkan pengembangan organisasi dan kapabilitas berdasarkan kompetensi inti. Kedua, integrasi kapabilitas baru dengan kapabilitas yang ada dapat dilakukan secara berkala untuk menjamin proses integrasi yang lancar. Ketiga, pendekatan ini memungkinkan pengembangan keahlian dan pengetahuan secara teratur dan kontinu<sup>29</sup>.

---

<sup>28</sup> Hermawan Kartajaya, Yuswohady, Dewi Madyani, “ On Becoming A Customer Centric Company”, Jakarta, PTGrameia pustaka utama, 2004, 259

<sup>29</sup> Hermawan Kartajaya DKK, “ On Becoming A Customer Centric Company”, Jakarta, PT Grameia pustaka utama, 2004, 260

### 3. Daya saing koperasi

Koperasi merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan dalam menumbuhkembangkan perekonomian masyarakat. Perkembangan koperasi bersumber dari tiga institusi dan jalur. Pertama, koperasi digerakkan oleh organisasi sosial dan politik. Kedua, koperasi berkembang dengan digerakkan oleh pemerintah dan ketiga, koperasi berkembang dengan digerakkan oleh inisiasi seseorang atau sekelompok orang

Dilihat dari segi bahasa, secara umum koperasi berasal dari kata-kata Latin yaitu *Cum* yang berarti dengan, dan *Aperari* yang berarti bekerja. Dari dua kata ini, dalam bahasa Inggris dikenal istilah *Co* dan *Operation*, yang dalam bahasa Belanda disebut dengan istilah *cooperatieve Vereniging* yang berarti bekerja bersama dengan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Secara rasional menjadi anggota koperasi harus mempunyai alasan yang logis dengan asumsi tidak ada unsur yang bertentangan dengan “*free exit*” dan “*free entry*”. Dengan kata lain alasan yang bersifat politismaupun perundang-undangan yang tidak berselarasdengan konsep koperasi yang sukarela tidak

menjaditolak ukur alasan yang rasional ini. Alasan yang rasional ini ada 4, yaitu :<sup>30</sup>

a. Alasan ekonomi

Dimana setiap anggota koperasi yang masuk memiliki keinginan unntuk mendapatkan keuntungan di koprasi

b. Non ekonomi

Dimana seorang menjadi anggota koperasi dapat beralaskan pada nilai guna yang diperolehnya baik ekonomi maupun non ekonomi, dan daya tariknya terhadap koperasi

dalam hal semangat dan kesetiakawanan antara sesama anggota koperasi

c. Kelembagaan

Dimana seseorang masuk menjadi anggota koperasi, tertarik pada bentuk kelembagaan koperasi yang demokratis atau hak Individu yang sama.

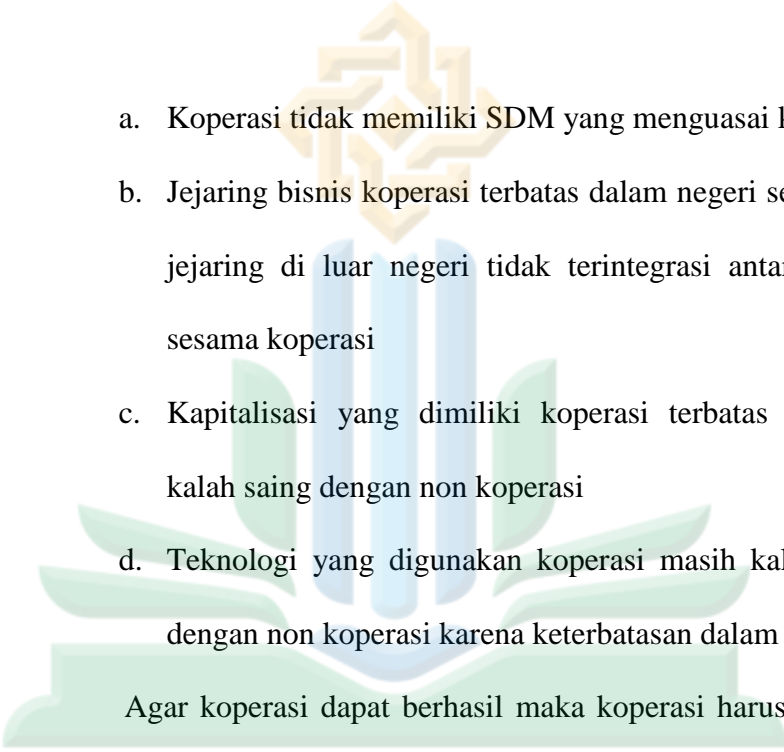
d. Keuntungan khusus

Dimana seorang menjadi anggota koperasi tertarik pada fasilitas dan keikutsertaan pengawasan yang ada pada koperasi oleh setiap anggota

Koperasi sulit berhasil untuk bersaing dengan non koperasi disebabkan oleh beberapa alasan diantaranya :

---

<sup>30</sup> Anam Miftahul Huda, Diana Elvianita Martanti, *Pengantar manajemen strategik*, ( Denpasar : jayapangus Press, 2018 ) 1- 4

- 
- a. Koperasi tidak memiliki SDM yang menguasai koperasi
  - b. Jejaring bisnis koperasi terbatas dalam negeri sedangkan jejaring di luar negeri tidak terintegrasi antar Negara sesama koperasi
  - c. Kapitalisasi yang dimiliki koperasi terbatas sehingga kalah saing dengan non koperasi
  - d. Teknologi yang digunakan koperasi masih kalah saing dengan non koperasi karena keterbatasan dalam IPTEK

Agar koperasi dapat berhasil maka koperasi harus berubah

sehingga dapat memasuki pasar yang kompetitif. Perubahan tersebut adalah :

- a. Koperasi harus berbasis pada pengembangan SDM dan IPTEK
- b. Peningkatan nilai tambah koperasi harus dibangun melalui jejaring bisnis global antar sesama koperasi.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif sedangkan bentuk penelitian ini menggunakan studi kasus. Menurut Eko Murdianto Studi kasus adalah studi yang mengeksplorasi suatu masalah dengan batasan terperinci, memiliki pengambilan data yang mendalam dan menyertakan beberapa sumber informasi.<sup>31</sup>

Dengan menggunakan pendekatan deskriptif maka peneliti akan menjabarkan data yang diperoleh melalui metode kualitatif, yaitu dengan data wawancara, observasi dan dokumentasi di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember kota

#### B. Lokasi Penelitian

Tempat atau tempat adalah sumber data yang menyajikan tampilan berupa keadaan daim dan bergerak. Tempat yang diam dapat berupa ruangan, kelengkapan, alat, wujud benda, warna, dan sebagainya; tempat yang bergerak dapat berupa aktivitas kinerja, laju mobil, ritme nyayian, gerak tari, dan sajian audio. Kegiatan pendidikan. Informasi tentang lokasi dan kondisi tempat peristiwa atau aktivitas terjadi yang terjadi untuk mendapatkan informasi dari sumbernya, baik di lokasi maupun keseluruhannya. Dampaknya

---

<sup>31</sup> Eko Murdianto, *Metode penelitian kualitatif*, (Yogyakarta :Lembaga penelitian dan pengabdian pada masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta press, 2020), 32

untuk mendapatkan informasi dari sumbernya, baik di lokasi maupun protokol atau hubungannya.<sup>32</sup>

Pelaksanaan kegiatan penelitian dilaksanakan di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota, yang beralamat di Jl. Kenanga, No 90-92, Darwo Timur, Gebang, Kec. Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68117

### C. Subyek Penelitian

Subyek atau narasumber, menurut Eko Murdianto, adalah orang yang dapat memberikan informasi lisan tentang sesuatu, yang diketahui melalui wawancara atau jawaban tertulis lewa angket, dan mungkin menyembunyikan informasi tersebut. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *purpasive*, Teknik ini adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti.<sup>33</sup>

Peneliti mewawancarai subyek yang dapat mmberikan informasi baik secara lisan maupun tertulis. Subyek dari penelitian ini yaitu :

---

<sup>32</sup> Eko Murdianto, *Metode penelitian kualitatif*, (Yogyakarta :Lembaga penelitian dan pengabdian pada masyarakatUPN “Veteran”Yogyakarta press, 2020), 53

<sup>33</sup> Sugiono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, ( Bandung : Alfabeta, 2013),217

1. Jauharul Mukhtar selaku pimpinan KSPPS BMT UGT Nusantara apem Jember kota
2. Alfian Rosyidi selaku AOAP KSPPS BMT UGT Nusantara capem Jember kota
3. Arief Noer selaku Teller KSPPS BMT UGT Nusantara capem Jember Kota
4. Yusuf selaku anggota KSPPS BMT UGT Nusantara capem Jember Kota

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Sesuai dengan pendekatan kualitatif, maka teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini meliputi :

##### **A. Wawancara**

Salah satu cara pengumpulan data dengan jalan komunikasi adalah dengan wawancara, yaitu percakapan yang dilakukan oleh dua orang, pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan orang yang diwawancarai yaitu orang yang menjawab pertanyaan dari pewawancara. Proses wawancara bisa terstruktur, tidak terstruktur atau langsung ataupun tidak langsung tujuan wawancara untuk mendapatkan informasi, informasi yang dapat diamati atau diperoleh melalui metode lain.<sup>34</sup>

<sup>34</sup> Eko Murdianto, *Metode penelitian kualitatif*, (Yogyakarta :Lembaga penelitian dan pengabdian pada masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta press, 2020), 59

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara sebagai salah satu Teknik pengumpulan data karena sesuai dengan pendekatan yang di gunakan selain juga supaya peneliti mendapat informasi yang lebih mendalam tentang topik yang diangkat pada penelitian ini. Adapun informasi yang ingin peneliti ketahui yaitu sebagai berikut, yaitu mengetahui bagaimana implementasi strategi *customer centric* dalam meningkatkan daya saing perusahaan di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember kota.

#### B. Observasi

Menurut Cartwright dan Cartwright di kutip dari buku eko murdianto yang berjudul metode kualitatif, menggambarkan observasi sebagai proses melihat, mengamati, mencermati, dan merekam perilaku secara teratur dengan tujuan tertentu. Tujuan observasi adalah untuk menjelaskan perilaku objek dan memahaminya, atau mungkin hanya untuk mengetahui frekuensi suatu kejadian. Berdasarkan pemahaman ini, dasar observasi adalah adanya perilaku yang terlihat dan tujuan yang ingin dicapai. Perilaku yang tampak dapat berupa perilaku yang dapat dilihat secara langsung oleh mata, perilaku yang dapat didengar, perilaku yang dapat dihitung, dan perilaku yang dapat diukur.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Eko Murdianto, *Metode penelitian kualitatif*, (Yogyakarta :Lembaga penelitian dan pengabdian pada masyarakatUPN “Veteran”Yogyakarta press, 2020), 62



Peneliti akan mengamati atau melihat secara sistimatis agar dapat mendeskripsikan objek, tujuan Observasi dilakukan untuk memperoleh data secara langsung berupa :

- 1) Letak Geografis KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota
- 2) Gambaran dan kondisi KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota

### C. Dokumentasi

Menurut Gottschalk menyatakan dikutip dari buku eko murdianto yang berjudul “metode kualitatif”. bahwa dokumen (dokumentasi), dalam arti yang lebih luas, mencakup setiap proses bukti yang didasarkan pada sumber apa pun, apakah itu tulisan, lisan, gambaran, atau arkeologi. Renier, seorang sejarawan terkenal dari University College London, menggunakan istilah "dokumen" dalam tiga pengertian. Dia menggunakan istilah "dokumen" dalam arti luas, yang mencakup semua sumber, baik tertulis maupun lisan. Istilah "dokumen" digunakan dalam arti sempit, yang mencakup semua sumber tertulis. Istilah "dokumen" terakhir digunakan dalam arti khusus, yang mencakup hanya surat-surat resmi dan negara.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Eko Murdianto, *Metode penelitian kualitatif*, (Yogyakarta :Lembaga penelitian danpengabdian pada masyarakatUPN “Veteran”Yogyakarta press, 2020), 63

Peneliti akan mencari sumber sebagai pembuktian bahwasanya peneliti benar melakukan penelitian dan tidak melakukan manipulasi. Data-data yang ingin didapat dari metode dokumentasi ini adalah

- 1) Sejarah berdirinya KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember kota
- 2) Visi dan Misi berdirinya KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember kota
- 3) Struktur organisasi berdirinya KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember kota
- 4) Foto – foto pendukung yang berkaian dengan penelitian

#### **E. Analisis Data**

Noeng Muhadjir mengemukakan pengertian analisis data sebagai “upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut<sup>37</sup> analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna.”

Aktivitas dalam analisis data berupa :

##### **A. Reduksi Data (*Data Reduction*)**

Reduksi data menurut eko murdianto merupakan suatu proses untuk memilih, memfokuskan, mengabstraksi, dan

<sup>37</sup> Eko Murdianto, *Metode penelitian kualitatif*, (Yogyakarta : Lembaga penelitian dan pengabdian pada masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta press, 2020), 44

mengubah data lapangan yang kasar. Fungsi reduksi data adalah untuk mengorganisasi, menggolongkan, mengarahkan, menajamkan, dan membuang elemen yang tidak relevan sehingga interpretasi dapat ditarik. Selama proses reduksi, peneliti mencari data yang benar-benar valid ketika mereka menyadari bahwa data yang mereka peroleh dicek ulang oleh informan lain yang dianggap peneliti memiliki pengetahuan yang lebih besar.<sup>38</sup>

Dengan begitu peneliti harus melakukan reduksi data atau merangkum memilih hal-hal pokok penting, serta dicaritema dan polanya. Peneliti juga mendiskusikannya dengan teman atau ahli. Agar dapat memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk dapat melakukan pengumpulan data serta melengkapinya.

#### B. Penyajian Data (*Data Display*)

Menurut Eko Mirdianto dalam penelitian kualitatif proses penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sebagainya. Namun, dalam penelitian kualitatif, teks yang bersifat naratif paling sering digunakan. Menampilkan data akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan apa yang telah

---

<sup>38</sup> Eko Mirdianto, *Metode penelitian kualitatif*, (Yogyakarta : Lembaga penelitian dan pengabdian pada masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta press, 2020), 49

mereka pahami. Untuk tujuan ini, disarankan untuk menggunakan tampilan data selain teks naratif, juga dapat menggunakan matrik, grafik, bagan, dan jejaring kerja.

Peneliti akan melakukan penyajian data yakni peneliti akan menyajikan dalam bentuk uraian singkat atau teks yang bersifat naratif agar memudahkan peneliti dalam memahami rencana kedepan.

### C. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/verification*)

Menurut eko murdianto Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah langkah ketiga dalam analisis data kualitatif, menurut Miles dan Huberman. Kesimpulan awal yang dibuat pada tahap awal hanyalah sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, jika ada bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan awal tersebut dapat dianggap kredibel.<sup>39</sup>

Tahap terakhir dalam analisis data yaitu penarikan kesimpulan, peneliti mengambil kesimpulan awal dari data yang didapat melalui bukti-bukti yang valid. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin menjawab

---

<sup>39</sup> Eko Murdianto, *Metode penelitian kualitatif*, (Yogyakarta : Lembaga penelitian dan pengabdian pada masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta press, 2020), 50

rumusan masalah yang dirumuskan di awal, mungkin juga tidak karena masih bersifat sementara.

#### **F. Keabsahan Data**

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini, metode triangulasi digunakan. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang telah di analisis oleh peneliti akan menghasilkan suatu kesimpulan. Triangulasi teknik untuk menguji data dilakukan dengan mengecek kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.<sup>40</sup>Oleh karena itu peneliti akan melakukan uji kebenaran dengan membandingkan antara sumber dengan observasi ke lapangan untuk memperoleh kesimpulan.

#### **G. Tahap- Tahap Penelitian**

Bagian ini peneliti akan melakukan berbagai hal, mulai dari penelitian pendahuluan, pembuatan desain, penelitian sebenarnya, dan penulisan laporan. tahap – tahap penelitian sebagai berikut :

##### **a. Tahap Pra Lapangan**

- 1) Menyusun rencana penelitian
- 2) Memilih tempat penelitian
- 3) Mengurus izin penelitian

---

<sup>40</sup> Eko Murdianto, *Metode penelitian kualitatif*, (Yogyakarta : Lembaga penelitian dan pengabdian pada masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta press, 2020), 69

4) Menjajaki dan menilai lapangan

5) Menyiapkan perlengkapan penelitian<sup>41</sup>

b. Tahap Perkerjaan Lapangan

1) Memahami latar penelitian

2) Mengikuti kegiatan yang ada dilapangan

3) Mengambil data atau sampel

c. Tahap Analisis Data

Dalam analisis data kualitatif, Bogdan menyatakan Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara

sistematis data yang diperoleh dari catatan lapangan, wawancara, dan sumber lain sehingga mudah dipahami dan bermanfaat bagi orang lain. Dalam penelitian ini, peneliti akan memilih data dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Setelah data disesuaikan, data akan dipaparkan dalam bentuk resumen, uraian ringkas dari dokumen penelitian.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Lexy. J. Moleong, *Metode penelitian kualitatif edisi revisi*, ( Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset, 2014) 127 - 136

<sup>42</sup> Eko Murdianto, *Metode penelitian kualitatif*, (Yogyakarta : Lembaga penelitian dan pengabdian pada masyarakatUPN “Veteran”Yogyakarta press, 2020), 44

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran dan Objek penelitian

##### 1. Sejarah BMT UGT Nusantara

Koperasi BMT Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri disingkat “Koperasi BMT UGT Sidogiri” mulai beroperasi pada tanggal 5 Rabiul Awal 1421 H atau 6 Juni 2000 M. di Surabaya dan kemudian mendapatkan badan Hukum Koperasi dari Kanwil Dinas Koperasi PK dan M Propinsi Jawa Timur dengan SK Nomor : 09/BH/KWK.13/VII/2000 tertanggal 22 Juli 2000. BMT UGT Sidogiri didirikan oleh beberapa orang yang berada dalam satu kegiatan Urusan Guru Tugas Pondok Pesantren Sidogiri (Urusan GT PPS) yang di dalamnya terdapat orang-orang yang berprofesi sebagai guru dan pimpinan madrasah, alumni Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan dan para simpatisan yang menyebar di wilayah Jawa T Koperasi BMT UGT Sidogiri membuka beberapa unit pelayanan anggota di kabupaten/kota yang dinilai potensial. Alhamdulillah, pada saat ini BMT UGT Sidogiri telah berusia 19 tahun dan sudah memiliki 278 Unit Layanan Baitul Maal wat Tamwil/Jasa Keuangan Syariah.<sup>43</sup> Pengurus akan terus berusaha melakukan perbaikan dan pengembangan secara berkesinambungan pada semua bidang baik di organisasi maupun usaha.

<sup>43</sup> <https://bmtugtnusantara.co.id/> diakses pada tanggal 27 mei 2024

Pengurus Koperasi BMT UGT Sidogiri periode 2019-2022 telah merumuskan visi dan misi baru yang lebih membumi dan sejalan dengan jatidiri santri. Visi baru yaitu Koperasi yang Amanah, Tangguh dan Bermartabat yang kami singkat menjadi MANTAB. Selain itu, misi Koperasi BMT UGT Sidogiri juga diperbarui yaitu mengelola koperasi yang sesuai dengan jatidiri santri, menerapkan sistem syariah yang sesuai dengan standar kitab salaf dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), menciptakan kemandirian likuiditas yang berkelanjutan, memperkokoh sinergi ekonomi antar anggota, memperkuat kepedulian anggota terhadap koperasi, memberikan khidmah terbaik terhadap anggota dan umat dan meningkatkan kesejahteraan anggota dan umat.

## **2. Visi Dan Misi**

### **Visi**

Koperasi yang Amanah, Tangguh dan Bermartabat (MANTAB)

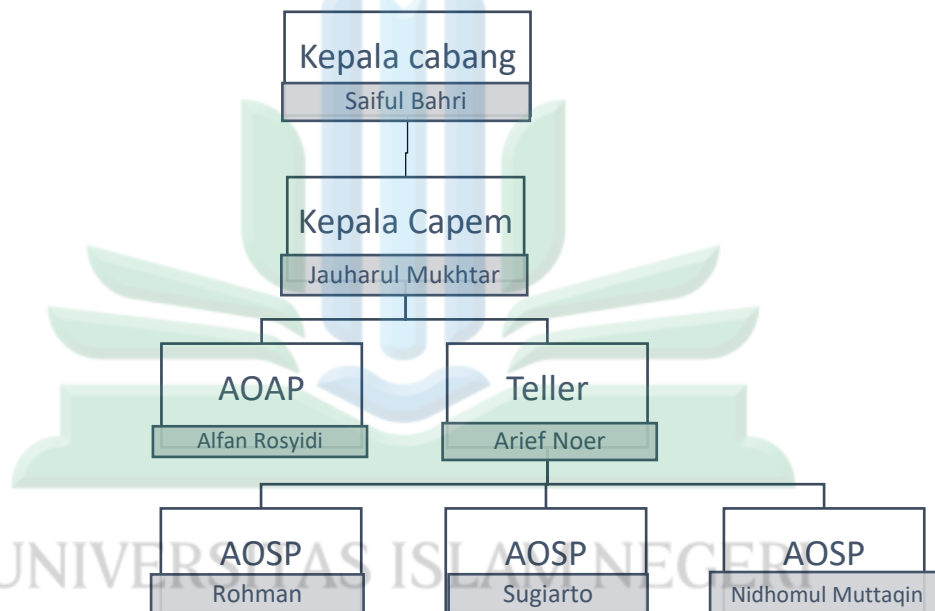
### **Misi**

- a) Mengelola koperasi yang sesuai dengan jatidiri santri,
- b) Menerapkan sistem syariah yang sesuai dengan standar kitab salaf dan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN),
- c) Menciptakan kemandirian likuiditas yang berkelanjutan,
- d) Memperkokoh sinergi ekonomi antar anggota,
- e) Memperkuat kepedulian anggota terhadap koperasi,
- f) Memberikan khidmah terbaik terhadap anggota dan umat



g) meningkatkan kesejahteraan anggota dan umat.

### 3. Struktur Organisasi



Sumber : Data dokumentasi tahun 2024

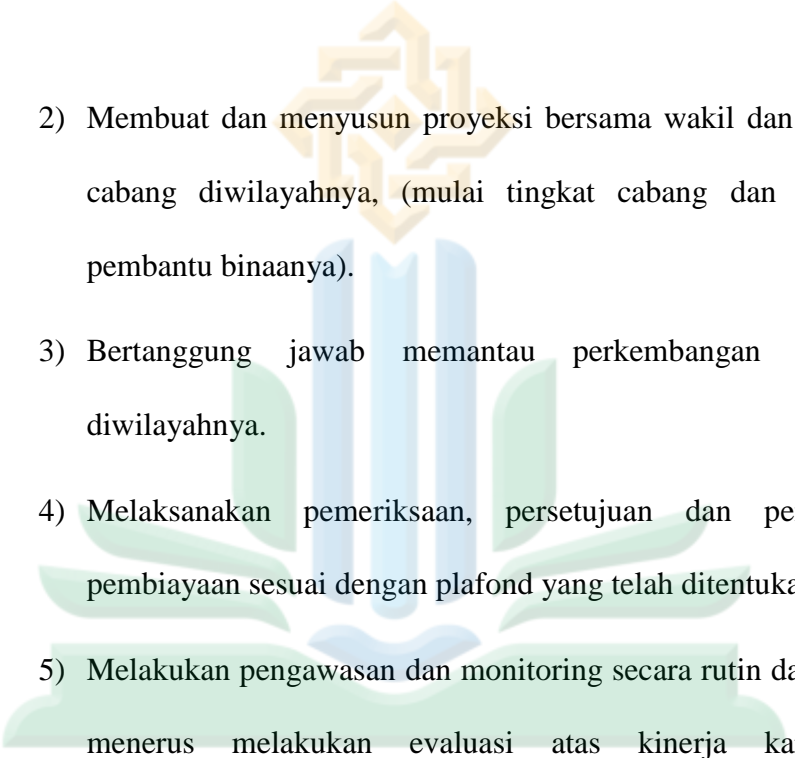
### 4. Logo BMT UGT Nusantara



### 5. Deskripsi Jabatan

a. Kepala cabang bertugas sebagai berikut :

- 1) Memimpin dan mengkoordinasi operasional cabang dan pembantu binaanya.

- 
- 2) Membuat dan menyusun proyeksi bersama wakil dan kepala cabang diwilayahnya, (mulai tingkat cabang dan cabang pembantu binaanya).
  - 3) Bertanggung jawab memantau perkembangan cabang diwilayahnya.
  - 4) Melaksanakan pemeriksaan, persetujuan dan pencairan pembiayaan sesuai dengan plafond yang telah ditentukan.
  - 5) Melakukan pengawasan dan monitoring secara rutin dan terus menerus melakukan evaluasi atas kinerja karyawan bawahanya.
  - 6) Mengusulkan pelatihan untuk meningkatkan sumber daya insani bawahannya.
  - 7) Mengusulkan promosi jabatan/mutasi jabatan serta rooling tempat kerja di wilayah binaanya.
  - 8) Memastikan semua standar operasional manajemen dan standar operasional prosedur, dilakukan dengan baik dan sebagaimana mestinya.
  - 9) Mempertanggung jawabkan segala aktivitas pekerjaan secara kontinue kepada manajerial.
  - 10) Mengadakan rapat koordinasi dengan capem binaanya minimal 1 bulan sekali.

b. Kepala cabang pembantu

- 1) Melakukan akad dan penanda tangan perjanjian pembiayaan.
- 2) Melakukan pengikatan agunan pembiayaan sesuai ketentuan.
- 3) Melakukan kerja sama pengadaan barang dengan mitra untuk melayani keperluan transaksi dengan anggota.
- 4) Melakukan akad dengan anggota dan serah terima barang agunan.
- 5) Memastikan kas opnam dan bank opnam harian berjalan sesuai ketentuan yang berlaku.
- 6) Melakukan pendampingan calon jamaah haji untuk pendaftaran calon jamaah ke bank dan Kementerian Agama (KEMENAG) Kabupaten/Kota setempat.
- 7) Mengajukan permohonan eksekusi agunan kepada Direktur Bisnis melalui KDL.
- 8) Melakukan rapat evaluasi pencapaian target simpanan dan pembiayaan dengan semua karyawan bawahannya.
- 9) Mengirim laporan evaluasi ke Kepala Cabang dengan tembusan keuangan dan supervisor.
- 10) Melakukan pendaftaran agunan yang akan dilikuidasi ke badan lelang.
- 11) Mengajukan permohonan dan melakukan pembelian inventaris.

12) Melakukan akad dan penerimaan dana Penempatan Kantor Aktiva Pasiva (PKAP).

13) Memonitoring kewajiban angsuran dan pelunasan dana Penempatan Kantor Aktiva Pasiva (PKAP).

14) Mengajukan permohonan penjualan barang inventaris.

15) Mengajukan rencana dan anggaran perawatan barang inventaris.

16) Mengajukan permohonan pembelian inventaris sesuai ketentuan yang berlaku.

17) Melakukan permohonan pengajuan pembukaan rekening bank dan melaporkan ke KDK.

18) Mengajukan permohonan renovasi kantor.

c. Kasir/Teller

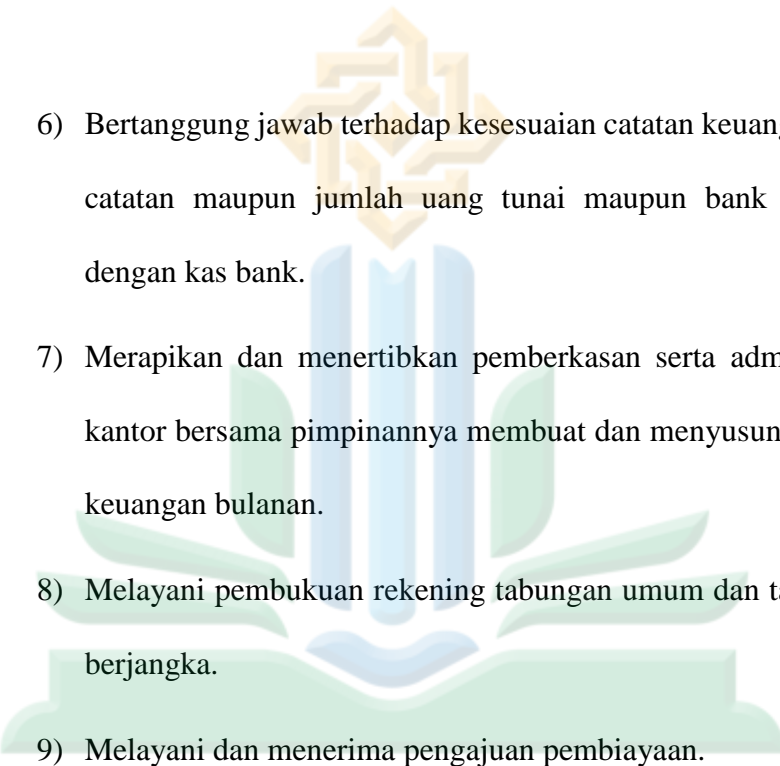
1) Bertanggung jawab terhadap pencatatan keuangan melakukan pengecekan terhadap check list accounting.

2) Mendokumentasikan hasil transaksi harian.

3) Menyusun pembukuan laporan harian.

4) Melayani penyetoran dan penarikan produk simpanan baik umum maupun simpanan berjangka.

5) Menyusun dan menyerahkan laporan keuangan kepada pimpinannya.

- 
- 6) Bertanggung jawab terhadap kesesuaian catatan keuangan baik catatan maupun jumlah uang tunai maupun bank opname dengan kas bank.
  - 7) Merapikan dan menertibkan pemberkasan serta administrasi kantor bersama pimpinannya membuat dan menyusun laporan keuangan bulanan.
  - 8) Melayani pembukuan rekening tabungan umum dan tabungan berjangka.
  - 9) Melayani dan menerima pengajuan pembiayaan.

10) Memeriksa kelengkapan dokumen ADM pengajuan pembiayaan.

11) Memberikan penjelasan mengenai produk jasa Koperasi BMT UGT Sidogiri kepada calon anggota yang membutuhkan.

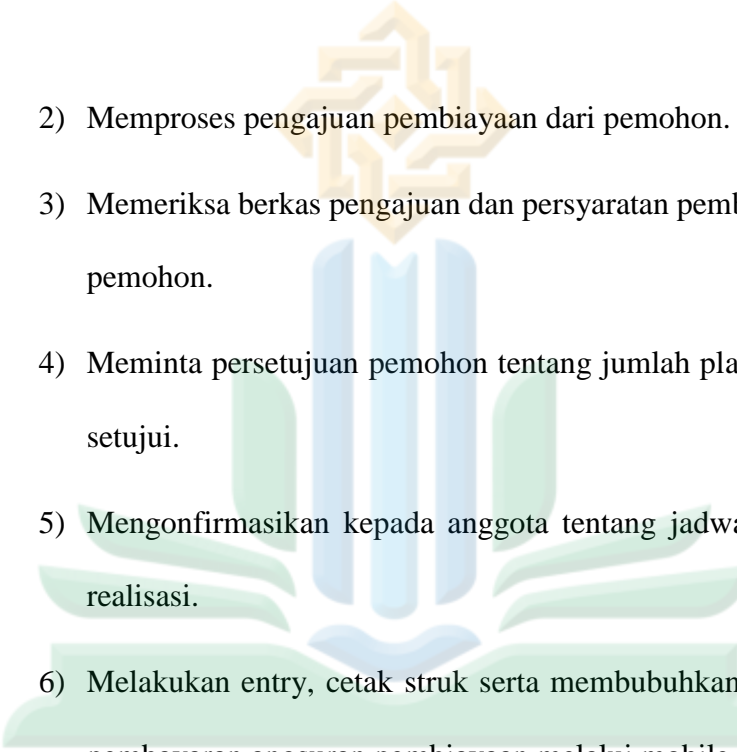
12) Menyelesaikan dengan cepat dan tepat setiap complain anggota.


13) Melaksanakan dan bertanggung jawab terhadap seluruh tugas yang diberikan oleh atasan.

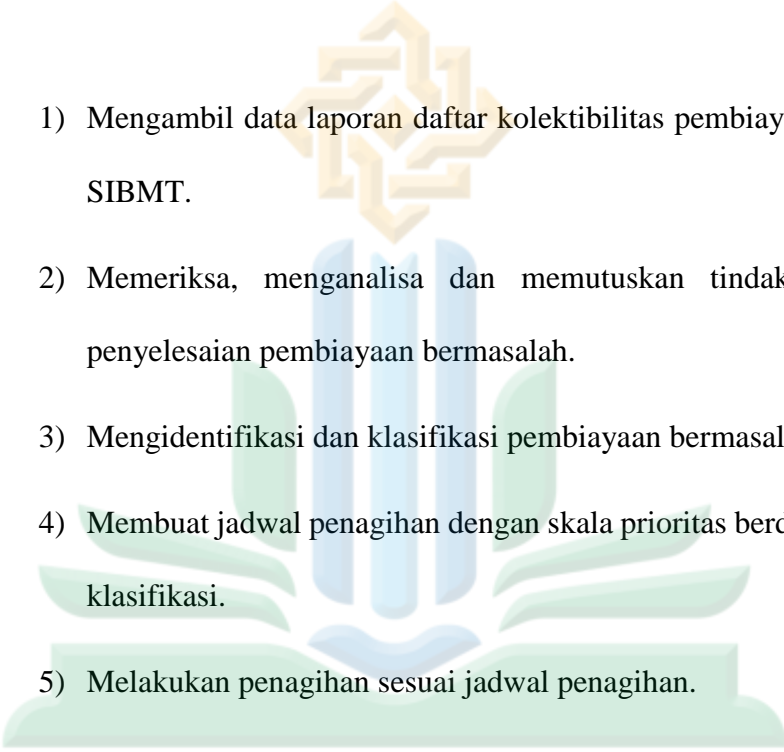
14) Mempertanggung jawabkan seluruh aktivitas kepada capem/cabang.

d. Accounting Officer Simpanan Pembiayaan (AOSP)

- 1) Melayani setoran angsuran pembiayaan dan tabungan anggota di luar kantor.

- 
- 2) Memproses pengajuan pembiayaan dari pemohon.
  - 3) Memeriksa berkas pengajuan dan persyaratan pembiayaan dari pemohon.
  - 4) Meminta persetujuan pemohon tentang jumlah plafon yang di setujui.
  - 5) Mengonfirmasikan kepada anggota tentang jadwal akad dan realisasi.
  - 6) Melakukan entry, cetak struk serta membubuhkan paraf pada pembayaran angsuran pembiayaan melalui mobile printer.
  - 7) Melakukan entry, cetak struk serta membubuhkan paraf serta menginformasikan saldo tabungan pada anggota untuk transaksi melalui mobile printer.
  - 8) Menerima dan mencatat setoran dan penarikan tabungan anggota secara manual.
  - 9) Mencatat angsuran pembiayaan di kartu angsuran secara manual dengan membubuhkan paraf dan diserahkan kepada anggota.
  - 10) Menyerahkan berkas pengajuan pembiayaan yang telah lengkap kepada AOAP
  - 11) Membuat rekapitulasi setoran dan penarikan tabungan.
  - 12) Membuat rekapitulasi angsuran pembiayaan.
  - 13) Memastikan transaksi harian sesuai ketentuan yang berlaku.

- 
- 14) Memastikan target mingguan pemasaran produk simpanan dan pembiayaan tercapai.
  - 15) Menelpon anggota pembiayaan yang masuk dalam kolektibilitas Dalam Perhatian Khusus (DPK).
  - 16) Mengunjungi anggota pembiayaan yang baru masuk dalam kolektibilitas Dalam Perhatian Khusus (DPK).
  - 17) Melaporkan anggota pembiayaan yang baru masuk dalam kolektibilitas Kurang Lancara (KL) kepada KPL dan AOAP.
  - 18) Memastikan transaksi mingguan sesuai ketentuan yang berlaku.
  - 19) Mengikuti rapat evaluasi pencapaian kinerja dengan KPL.
  - 20) Memastikan target bulanan pemasaran produk simpanan dan pembiayaan tercapai.
  - 21) Menyesuaikan saldo tabungan manual dengan saldo di komputer.
  - 22) Melakukan monitoring angsuran pembiayaan anggota.
  - 23) Memastikan transaksi bulanan sesuai ketentuan yang berlaku.
  - 24) Melaporkan hasil kinerja perolehan penjualan portofolio produk simpanan dan pembiayaan.
  - 25) Mengikuti rapat evaluasi pencapaian kinerja dengan KBS
- e. Account Officer Analisa Pembiayaan (AOAP)

- 
- 1) Mengambil data laporan daftar kolektibilitas pembiayaan dari SIBMT.
  - 2) Memeriksa, menganalisa dan memutuskan tindak lanjut penyelesaian pembiayaan bermasalah.
  - 3) Mengidentifikasi dan klasifikasi pembiayaan bermasalah.
  - 4) Membuat jadwal penagihan dengan skala prioritas berdasarkan klasifikasi.
  - 5) Melakukan penagihan sesuai jadwal penagihan.
  - 6) Melakukan tanda tangan berita acara kas opnam.
  - 7) Melakukan appraisal agunan pembiayaan bermasalah.
  - 8) Menerima dan memeriksa berkas pengajuan restrukturisasi pembiayaan.
  - 9) Menyerahkan berkas permohonan restrukturisasi kepada pejabat yang berwenang.
  - 10) Melaporkan hasil penagihan pembiayaan bermasalah kepada KPL dan KBL.
  - 11) Menerima laporan dan mendata kerusakan mobil printer.
  - 12) Mengikuti rapat evaluasi pencapaian kinerja dengan KPL.
  - 13) Melakukan penjualan agunan yang dilikuidasi.
  - 14) Mendaftarkan agunan yang akan dilikuidasi ke balai lelang.
  - 15) Melakukan kas opnam brankas.



16) Memeriksa kesesuaian data kas di komputer dengan kas di brankas.

17) Membuat dan menandatangani berita acara kas opnam.

18) Mengikuti rapat evaluasi pencapaian kinerja dengan KBL.

19) Melakukan perundingan dengan anggota bermasalah atas rencana restrukturisasi.

20) Menyerahkan dan melaporkan kepada Kepala kantor mengenai anggota bermasalah yang akan direstrukturisasi.

21) Menginformasikan kepada anggota mengenai keputusan restrukturisasi pembiayaan.

22) Mencatat agunan yang akan dieksekusi dan melakukan appraisal.

23) Mencatat agunan yang akan dieksekusi melalui balai lelang.

24) Melaporkan agunan yang akan dieksekusi kepada Kepala kantor dan KBL.

## **6. Letak Geografis BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota**

Penelitian ini dilaksanakan di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota, yang beralamat di Jl. Kenanga, No 90-92, Darwo Timur, Gebang, Kec. Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68117.

## B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data dan analisis merupakan tahap memaparkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan pada objek penelitian sesuai metode yang digunakan oleh peneliti. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif yang artinya penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Agar kesimpulan yang diambil terarah maka harus disesuaikan dengan rumusan masalah sebagai berikut :

### 1. Implementasi Strategi *customer centric* dalam Meningkatkan

#### Daya Saing di BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota

*Customer centric* merupakan strategi yang berpusat pada pelanggan atau pada kasus kali ini kepada anggota koperasi yang artinya memberikan pelayanan serta pengalaman yang terbaik dari pihak lembaga keuangan dan tentunya selalu update mengenai keinginan dan kebutuhan anggotanya dengan tujuan mendapatkan loyalitas anggota koperasi tersebut. Berikut strategi *customer centric* yang dilakukan KSPPS BMT UGT Nusantara capem Jember kota dalam meningkatkan daya saing perusahaan yakni :

#### a. Segmentasi pelanggan

KSPPS BMT UGT Nusantara capem Jember Kota membagi segmentasi pelanggan menjadi 3 yaitu dari segi demografis, geografik dan psikografik. Berdasarkan penjelasan dari Jauharul mukhtar menjelaskan bahwa :

“Dari segi demografis karena kita cabang Jember kota kita menargetkan masyarakat daerah Jember kota saja, geografi kita tidak membedakan umur atau pekerjaan tapi dengan syarat tertentu, kemudian terkait psikografik karena kita koperasi kita menargetkan kalangan menengah kebawah tapi ada juga menengah keatas.”<sup>44</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh Arief Noer bahwa :

“KSPPS BMT UGT Nusantara ini kan sudah ada banyak cabang di kabupaten Jember ini, jadi disetiap cabang memiliki kawasan atau area sendiri. Oleh karena itu yang menjadi target pemasaran kita pastinya dikawasan Jember kota saja.”<sup>45</sup>

Alfan Rosyidi juga menambahkan bahwa :

“ Sebagian besar pelanggan atau anggota kita itu pedagang di daerah Jember Kota dan yang menjadi target kami terutama ya orang yang berjualan dipasar. Diantaranya ada di pasar gebang, pasar tanjung dan sekitarnya.”<sup>46</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota penerapan segmentasi pelanggan, baik dari segi demografis, geografik maupun psikografik, dari segi demografis BMT menargetkan masyarakat daerah Jember kota saja yaitu meliputi kecamatan kaliwates, patrang dan sumbersari, dari segi geografik BMT menargetkan pada pedagang terutama orang yang berjualan dipasar, dari segi psikografik BMT menargetkan kalangan masyarakat menengah kebawah.

---

<sup>44</sup> Jauharul Mukhtar, Jember, 2024

<sup>45</sup> Arief Noer, Jember, 2024

<sup>46</sup> Alfan Rosyidi, Jember,

b. Menciptakan *sustainable value*

KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota dalam mempertahankan nilai perusahaan yaitu dengan mempertahankan kinerja yang baik dan selalu diminati oleh anggotanya. Berdasarkan penjelasan dari Jauharul Mukhtar menjelaskan bahwa :

“Untuk mempertahankan anggota kita maupun menarik anggota baru kita selalu mengadakan rapat PRA RAT, disitu kita mengumpulkan lembaga – lembaga lain dan kita juga mendatangkan tokoh agama juga, salah satu tujuannya mempertimbangkan masukan – masukan dari para anggota.”<sup>47</sup>

Hal serupa juga disampaikan Alfian Rosyidi bahwa :

“Setiap tahun kita mengadakan rapat yang namanya PRA RAT, pada rapat tersebut anggota mendapatkan hak bersuara atau menyampaikan pendapat untuk BMT. Tujuannya untuk mengetahui apa sebenarnya yang diinginkan oleh anggotanya”<sup>48</sup>

Yusuf selaku anggota BMT juga menambahkan bahwa :

“BMT setiap tahun memang mengadakan rapat PRA RAT, saya pernah ikut serta pada rapat tersebut. Dari rapat tersebut saya bisa mengutarakan pendapat saya terkait kinerja maupun kritik terhadap BMT”.<sup>49</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember kota dalam menciptakan nilai untuk mempertahankan kinerja perusahaan, BMT setiap

<sup>47</sup> Jauharul Mukhtar, Jember, 2024

<sup>48</sup> Alfian Rosyidi, Jember, 2024

<sup>49</sup> Yusuf, Jember, 2024

tahunnya melakukan rapat baik dengan anggotanya maupun dengan karyawannya yang dinamai PRA RAT, PRA RAT ini bertujuan memberi ruang kepada anggotanya untuk memberi kritik dan masukan terkait kinerja dan tujuan kedepannya, setelahnya BMT mempertimbangkan kembali masukan dari anggotanya.

c. Membangun strategi informasi

KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota dalam membangun strategi informasi selalu update dan

bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Berdasarkan penjelasan dari Jauharul Mukhtar menjelaskan bahwa :

“Terkait strategi informasi kita juga bisa besaing terkait hal itu contohnya kita sudah ada layanan M-banking, kita juga memiliki media sosial seperti instagram, youtube, facebook untuk kita memperkenalkan produk dan kegiatan kita”<sup>50</sup>

Hal serupa disampaikan Yusuf bahwa :

“Dengan adanya M-banking di bmt ini memudahkan saya dalam bertransaksi baik melakukan pembayaran maupun mengisi tabungan, saya juga melihat postingan di media sosial BMT jadi saya tau informasi terbaru dari BMT<sup>51</sup>”

Alfan Rosyidi juga menambahkan bahwa :

“ Dulu awal mula berdiriya BMT ini kita masih melakukan semuanya masih manual, seperti melakukan pencatatan kita dulu masih tulis tangan, tapi sekarang kita sudah ada aplikasi

<sup>50</sup> Jauharul Mukhtar, Jember, 2024

<sup>51</sup> Yusuf, Jember, 2024

sendiri jadi lebih mudah melakukan pencatatan”<sup>52</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota melakukan transisi dari proses pencatatan yang manual menjadi digital, hal itu mempermudah karyawan dan menjaga informasi anggota menjadi lebih efektif dan efisien. BMT juga sudah mempunyai aplikasi M-banking yang bisa diakses anggotanya dalam melakukan transaksi, selain itu BMT juga menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, dan youtube dalam mempromosikan produk dan jasa mereka dan sebagai dokumentasi atas kegiatan yang BMT laksanakan.

d. Membangun *alliance competence*

KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota juga berkerjasama dengan lembaga keuangan lain dengan tujuan menciptakan kemudahan anggota saat menggunakan jasa BMT. Berdasarkan penjelasan Jauharul Mukhtar menjelaskan bahwa:

“Dalam membangun *alliance competence* kita bekerjasama dengan Bank Syariah Indonesia , Bank Muamalat, Sinarmas, Bank BTN, Tujuannya kita saling membantu dari segi pelayanan”<sup>53</sup>

Hal serupa juga disampaikan Arief Noer bahwa :

“Kerjasama BMT dengan perusahaan tersebut memudahkan kita dalam memenuhi kebutuhan anggota dan sebagai peluang

<sup>52</sup> Alfian Rosyidi, Jember, 2024

<sup>53</sup> Jauharul Mukhtar, Jember, 2024

BMT untuk memperkenalkan Produk dan jasa kita, jadi tidak menutup kemungkinan orang tersebut akan memakai jasa atau produk kita setelahnya”<sup>54</sup>

Alfan Rosyidi juga menambahkan bahwa

“Kerjasama BMT dan Bank Syariah Indonesia itu terkait nasabah haji dan umroh, jika ada nasabah membayar *cash tempo* atau secara berkala maka diarahkan pada BMT begitu juga sebaliknya”<sup>55</sup>

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan KSPPS BMT UGT Nuasantara Capem Jember kota membangun aliansi dengan berbagai lembaga yaitu Bank Syariah Indoneisa, Bank Muamalat, Sinarmas dan Bank BTN, dengan tujuan agar pelayanan anggota menjadi lebih efektif dan efisien, salah satunya kerjasama antara BMT dan BSI yaitu terkait nasabah haji dan umroh, nasabah yang melakukan pembayaran *cash tempo* nasabah tersebut diarahkan ke BMT, sedangkan nasabah yang melakukan pembayaran secara *cash*, nasabah tersebut diarahkan langsung ke BSI untuk melakukan transaksi pembayaran.

---

<sup>54</sup> Arief Noer, Jember, 2024

<sup>55</sup> Alfan Rosyidi, Jember, 2024

## C. Pembahasan Temuan

### 1. Implementasi Strategi *customer centric* dalam Meningkatkan Daya Saing di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota

Strategi *customer centric* merupakan strategi memahami siapa pelanggannya dan apa yang dibutuhkan atau diharapkan oleh mereka.<sup>56</sup> Jadi, ketika suatu perusahaan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat maka perusahaan bisa tumbuh., tapi saat ini banyak perusahaan yang mengklaim dirinya sudah menjadi *customer centric*, bahkan dalam situs perusahaannya pun sudah memuat tentang visi dan misi yang mengarah ke customer oriented. Tetapi yang harus diperhatikan itu bukan yang tertulis, tetapi lebih apa yang dilakukan oleh perusahaan itu, apakah perusahaan itu benar-benar sudah menggambarkan consumer centric atau bukan.

Dikutip dari buku *On Becoming A Customer centric Company* dalam memenangkan persaingan dengan strategi *customer centric* terdiri dari segmentasi pelanggan, menciptakan *sustainable value*, membangun strategi teknologi informasi, membangun alliance competens. Demikian halnya BMT dalam memenangkan persaingan menggunakan *customer centric* peneliti menyimpulkan :

---

<sup>56</sup> Kompas. Com <https://money.kompas.com/read/2020/08/01/211200026/mengapa-customer-centric-penting-dalam-berbisnis->



a. Segmentasi pelanggan

Ada beberapa cara untuk mensegmentasi pelanggan, dari yang sederhana seperti geografi dan demografi hingga yang kompleks seperti psikografis. Segmentasi demografis adalah upaya membagi segmen seperti umur, pekerjaan, jenis kelamin, dan lain-lain. Segmentasi geografis yaitu membagi pasar area atau geografi tertentu. Sementara segmentasi psikografis merupakan upaya untuk mengelompokan pelanggan berdasarkan kesamaan sikap, minat dan opini mereka.<sup>57</sup>

Segmentasi pelanggan di BMT dibagi menjadi 3 terdiri dari segi geografis, segi demografik, segi psikografik. Dari segi geografis BMT sebagai Capem Jember kota pangsa pasarnya yaitu meliputi seluruh Jember kota. Sedangkan dari segi demografis BMT menargetkan semua kalangan dan jenis kelamin, BMT juga memberikan persyaratan untuk para anggotanya yang harus dipenuhi seluruh anggotanya. Dan yang terakhir dari segi psikografik BMT lebih menargetkan anggota yang berasal dari kalangan menengah kebawah.

b. Menciptakan *sustainable value*

Perusahaan top yang mampu merajai pasar pada umumnya menerapkan minimal salah satu dari tiga disiplin nilai

<sup>57</sup> Hermawan Kartajay DKK, "On Becoming A Customer Centric Company", Jakarta, PT Gramedia pustaka utama, 2004, 193-194

operasional *excellent*, *product excellence*, dan *customer intimacy*. Perusahaan yang menerapkan disiplin nilai *customer intimacy*. Disiplin ini lebih menekankan pada pentingnya perusahaan untuk memahami kebutuhan pelanggan. Kekuatan perusahaan ini mampu untuk menyesuaikan produk dan jasa yang disediakan untuk kebutuhan pelanggan.<sup>58</sup>

Dalam mempertahankan nilai atau kualitas pelayanannya BMT setiap tahun mengadakan yang namanya PRA RAT. PRA RAT adalah kegiatan tahunan BMT yang mengundang para tokoh dan lembaga – lembaga lain dengan tujuan selalu mengupdate kinerja yang dilakukan BMT selalu diminati oleh para anggota yang lama maupun yang baru.

c. Membangun Strategi informasi

Perubahan semakin cepat dan *uncertain* dunia bisnis menyebabkan peran IT menjadi semakin signifikan dalam proses pengambilan keputusan. Kecepatan dan ketepatan pengambilan keputusan saat tergantung pada ketersediaan data, fakta dan informasi *real time* yang mutlak didukung kecepatan akses informasi. Untuk mewujudkan hal tersebut di perlukan dukungan IT yang tepat.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Hermawan Kartajay DKK, “ On Becoming A Customer Centric Company”, Jakarta, PT Grameia pustaka utama, 2004, 207

<sup>59</sup> Hermawan Kartajay DKK, “ On Becoming A Customer Centric Company”, Jakarta, PT Grameia pustaka utama, 2004, 237

Strategi informasi yang dilakukan BMT antara lain yaitu BMT sudah mempunyai aplikasi resmi yang bisa di download playstore maupun appstore, dan juga website dengan alamat sebagai berikut [bmtugtnusantara.co.id](http://bmtugtnusantara.co.id). selain itu BMT juga sudah memiliki media sosial seperti instagram dan youtube dalam mempromosikan produk dan jasa di BMT tersebut, baik berupa pamflet atau berupa video.

d. Membangun *alliance competence*

Aliansi adalah sebuah Pendekatan kemitraan yang memiliki beberapa keuntungan sebagai berikut. Pertama aliansi memungkinkan penguasaan kapabilitas dengan lebih singkat. Kedua aliansi mampu meningkatkan posisi secara kompetitif yang akan berdampak pada market share. Ketiga aliansi memungkinkan penawaran produk /layannan yang lebih beragam, meningkatkan kesempatan untuk menjangkau segmen pasar baru dan lingkup cangkupan jaringan lebh besar<sup>60</sup>

BMT memiliki hubungan atau kerjasama dengan BSI, Muamalat, Sinarmas, BTN. dengan adanya kerjasama tersebut BMT mendapat keuntungan dengan adanya *markert share* pada produk haji dan umroh, BMT akan mendapatkan bagian pada nasabah haji dan umroh menggunakn *cash tempo* sedangkan

---

<sup>60</sup> Hermawan Kartajay DKK, “ On Becoming A Customer Centic Company”, Jakarta, PT Grameia pustaka utama, 2004, 259

nasab hagi dan umroh dengan cash akan diarahkan pada perusahaan yang bekerjasama dengan BMT tersebut.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

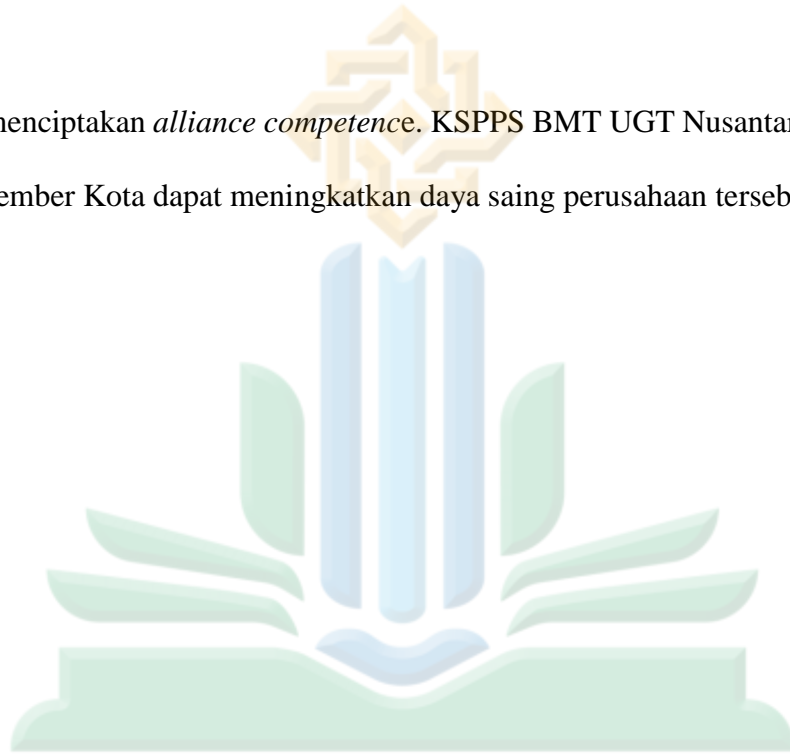
Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis strategi *customer centric* dalam meningkatkan daya saing perusahaan di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember kota, dapat disimpulkan bahwa KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember kota adalah perusahaan mengklaim sebagai *customer centric* dan dalam pelaksanaan yang pertama penerapan segmentasi pelanggan dari segi geografik, demografik dan psikologik.

Yang kedua menciptakan *sustainable value* yaitu dengan mengadakan PRA RAT setiap tahun guna menciptakan kinerja yang selalu diminati anggota. Yang ketiga membangun strategi teknologi informasi terdiri dari M – banking, website, beberapa sosial media guna mempromosikan produk dan jasa pada BMT. Yang keempat membangun *Allience Competence*, BMT bekerjasama dengan berbagai perusahaan seperti BSI, Muamalat, Sinarmas dan BTN guna memberikan keuntungan satu sama lain.

### B. Saran

Adapun saran yang dikemukakan oleh peneliti mengenai “ Analisis Strategi *customer centric* dalam meningkatkan daya saing perusahaan di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota yaitu, Peningkatan strategi *customer centric* secara konsisten, baik dari segi segmentasi pelanggan, menciptakan *sustainable value*, strategi informasi, dan

menciptakan *alliance competence*. KSPPS BMT UGT Nusantara Capem  
Jember Kota dapat meningkatkan daya saing perusahaan tersebut.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah Muhammad Khanifan, Aldi Rahman, Vaza Zahiduz Zaka, Hersa Farida Qoriani, “Analisis Implementasi Aplikasi Bsi Mobile Dalam Meningkatkan aKualitas Pelayanan Di BSI KCP Jember Balung”, Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu, Vol 2, No 3 (2024)
- Ana Dimas Elly , Arif Zunaidi “Strategi perbakan Syariah dalam memenagkan persaingandi masa pandemi Covid 19”, Jurnal febi iain kediri.
- BMT UGT NUSANTARA “Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah”[https:// bmtugtnusantara.co.id/tentangkami-6.html](https://bmtugtnusantara.co.id/tentangkami-6.html)
- Habel Johanes, Roland Kasemeier, Sascha Alavi, Philipp Haaf, Christian Schmitz, and Jan Wieseke,” *When do customers perceive customer centricity? The role of a firm’sand*
- Haris Abdul , Romdhoni Dita, Ratna sari, “ pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan reguilitas terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah”, Jurnal ekonomi islam
- Hermawan Kartajaya, Yuswohady, Dewi Madyani, *On Becoming A Customer Centic Company*”, (Jakarta, PT Grameia pustaka utama, 2004)
- Huda Anam Miftahul, Diana Elvianita Martanti, *Pengantar manajemen strategik*, ( Denpasar : jayapangus Press, 2018 )
- Husain Rifkhi Anugrah, Rahman Putra, “ Pengaruh aspek pengukuran kinerja dalam benenced scorecard terhadap daya saing perusahaan pdam kota makasar”. Jurnaal akutansi dan ekonomi.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. Alquran dan Terjamahan. <https://quran.kemenag.go.id/>, 2022
- Kompas.com<https://money.kompas.com/read/2020/08/01/211200026/menga-pa-customer-centric-penting-dalam-berbisnis->
- Kyuresh Sumail, “ *The role of engagement and contextualyzation in customer centric marketing*”, *Journal of economy, Busines and finace*.
- Lanniza Ilvia, Tuti Anggraini “Analisis strategi pemasaran kredit pembiayaan mitra gunadalam menarik minat nasabah di bank

Syariah Indonesia Ex bank Syariah mandiri KCP staba”. Journal economy dan currency study.

Mamun Sukron, Tri Hadmiatin Ningsih “Implementasi strategi layanan teknologi digital banking dan service quality dalm prespektif nasabah pada perbankan syariah ( studi kasus pada bank Syariah KCP tomang)”.Jurnal ekonomi Syariah pelita bangsa.

Murdianto Eko, *Metode penelitian kualitatif*, (Yogyakarta :Lembaga penelitian dan pengabdian pada masyarakat UPN “Veteran”Yogyakarta press, 2002)

Mutiara Aprilia Cahya, Rini Puji Astuti, Sharma Dian Safitri, “Efektifitas Muamalat DIN Transisi Progresif Dalam Pelayanan Nasabah Di Pt. Bank Muamalat KC Jember”, Gudang jurnal Multidisiplin Ilmu, Vol 2, No 2, (2024)

Mohamad Rifki, idris yanto niode “Analisis Strategi daya saing ( competitive) Kopia koronji Gorontalo”Jurnal kajian Ekonomi Dan Bisnis

Neeraja T S, Dr. Raji joseph, “ *Green initiates of SBI : Customer centric study*”, Internasional journal of economic and business.

Ningsih Retna Anggita, Niken Ayu Pusparani, Romziyeh,“Pelayanan Dan Pengembangan Pelaku Usaha Mikro Kelas Menengah (UMKM) Melalui Pembiayaan Usaha Rakyat(KUR) Di BRI Unit Kasiyan”, Gudang jurnal multidisiplin ilmu, Vol 2, No 2, (2024)

Raphael Olufemi Akinyede, Temitayo Elijah Balogun, Abiodun Buluwade Rotimi,“*a customer centric aplication in cinema house*”,applied computer science.

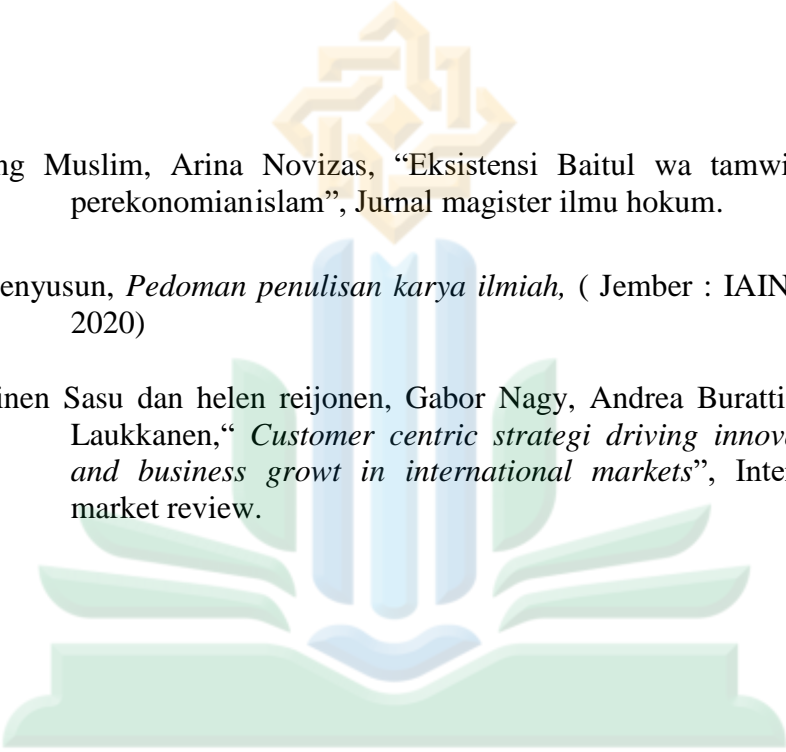
Rebecca Hsiuju, “ Understanding *customer centric* socialization in tourism services “, service business.

Setyawati Friecillia Eka, Alisah Marselia Saputri, Siti Alfiah, “Peran Kreditur Dalam Pengembangan Usaha Mikro Di BPR Nur Semesta Indah.”.Gudang jurnal multi disiplin ilmu, Vol 2, No 3, (2024)

Sugiono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, ( Bandung : Alfabeta, 2013)

Shalihah Alviatus, Rini Puji Astuti, Riski Febri Yanti, “Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Perbankan Syariah Di Indonesia”, Gudang jurnal multidisiplin ilmu, Vol 2, No 5, (2024)





Tanjung Muslim, Arina Novizas, “Eksistensi Baitul wa tamwil dalam perekonomian islam”, Jurnal magister ilmu hokum.

Tim Penyusun, *Pedoman penulisan karya ilmiah*, ( Jember : IAIN Jember, 2020)

Tuominen Sasu dan helen reijonen, Gabor Nagy, Andrea Buratti, Tommi Laukkanen,“ *Customer centric strategi driving innovativeness and business growt in international markets*”, Internasional market review.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber data	Metode penelitian	Fokus penelitian
Analisis Strategi Customer Centric Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota)	A. Strategi Customer Centric	1) Customer centric	a. Pengertian strategi customer centric b. Tujuan strategi customer centric c. Indikator customer centric	1) Informan : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jauharul mukhtar, jabatan ketua cabang pembantu jember kota</li> <li>• Alfian Rosyidi, jabatan AOAP</li> <li>• Arif Noer jabatan kasir</li> <li>• Yusuf selaku anggota</li> </ul> 2) Kepustakaan <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Buku</li> <li>b) Jurnal</li> <li>c) Artikel</li> </ol>	1. Pendekatan penelitian : Kualitatif 2. Jenis penelitian : Studi kasus 3. Teknik pengumpulan data : <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Wawancara</li> <li>b. Observasi</li> <li>c. Dokumentasi</li> </ol> 4. Teknik analisis data : <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Reduksi data</li> <li>b. Analisis data</li> <li>c. Pengambilan kesimpulan</li> </ol>	1. Bagaimana implementasi strategi customer centric dalam meningkatkan daya saing perusahaan di KSPPSBMT UGT Nusantara Capem Jember Kota.
	B. Daya Saing	1) Loyalitas Pelanggan	a. Pengertian daya saing perusahaan b. Faktor yang mempengaruhi daya saing perusahaan			
	C. Perusahaan	1) Koperasi	a. Pengertian koperasi b. Tujuan koperasi c. Jenis – jenis koperasi			

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adam Zulfan

NIM : 205105010002

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Customer Centric Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus KSPPS BMT UGT Nusantara CAPEM Jember Kota)" secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 30 Mei 2024

Saya yang bertanda tangan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **A. GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

1. Bagaimana sejarah berdirinya BMT UGT Nusantara ?
2. Apa visi dan misi BMT UGT Nusantara?
3. Bagaimana Struktur organisasi KSPPS BMT UGT Nusantara cabang pembantu jember kota ?
4. Apa tugas masing – masing dari struktur KSPPS BMT UGT Nusantara cabang pembantu jember kota ?
5. Bagaimana letak geografis KSPPS BMT UGT Nusantara cabang pembantu jember kota ?

### **B. PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

1. Bagaimana segmentasi pelanggan yang dilakukan KSPPS BMT UGT Nusantara cabang pembantu jember kota?
2. Bagaimana KSPPS BMT UGT Nusantara cabang pembantu jember kota dalam menciptakan sustainable value ?
3. Bagaimana membangun teknologi informasi di KSPPS BMT UGT Nusantara cabang pembantu jember kota?
4. Bagaimana membangun alliance competence di KSPPS BMT UGT Nusantara cabang pembantu jember kota ?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B- 52 /Un.22/7.a/PP.00.9/01/2024  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

31 Januari 2024

Kepada Yth.  
Pimpinan KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota.  
Jl. Kenanga, no 90-92, Darwo Timur, Gebang, Kec. Patrang, Kabupaten Jember,  
Jawa Timur 68117.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Adam Zulfan  
NIM : 205105010002  
Semester : VII ( Tujuh )  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Implementasi Strategi Customer centric di KSPPS BMT UGT Nusantara CAPEM Jember Kota, pada lingkungan/ lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,  
  
Nurul Hidayati Islami Rahayu





KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH  
**BMT UGT NUSANTARA**  
*Usaha Gabungan Terpadu*

Badan Hukum : AHLI-0002288.AH.01.28.TAHUN 2020 (31 Desember 2020)



**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini kami selaku Kepala Capem KSPPS BMT UGT NUSANTARA Capem Jember Kota menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : ADAM ZULFAN  
NIM : 205105010002  
Jurusan : EKONOMI ISLAM  
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH

Telah melaksanakan penelitian di KSPPS BMT UGT NUSANTARA Capem Jember Kota mulai tanggal 12 Febuari 2024 s/d Tgl 20 Mei 2024 Dengan judul :  
**ANALISIS STRATEGI CUSTOMER CENTRIC DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN (STUDI KASUS KSPPS BMT UGT NUSANTARA CAPEM JEMBER KOTA)**

Dengan demikian surat keterangan ini kami buat agar dipergunakan sebagaimana mestinya

Jember 20 Mei 2024  
Kepala Capem KSPPS BMT UGT  
Nusantara Capem Jember Kota

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
**JEMBER**

  
JALHARUL MUKHTAR RA




Lampiran :

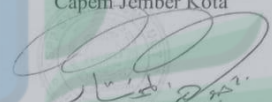
JURNAL PENELITIAN

No.	Hari, Tanggal	Informan	Kegiatan	Tanda Tangan
1.		Bapak Jauharul Mukhtar	Observasi tempat dan menanyakan apakah menerima mahasiswa untuk penelitian	
2.		Bapak Jauharul Mukhtar	Menyerahkan proposal penelitian dan surat izin penelitian	
3.		Bapak Jauharul Mukhtar	ACC Skripsi Penelitian di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota dan mengatur jadwal wawancara	
4.		Bapak Jauharul Mukhtar	Wawancara tentang bagaimana implementasi strategi customer centric	
5.		Bapak Alfian Rosyidi	Wawancara tentang bagaimana implementasi strategi customer centric	
6.		Bapak Jauharul Mukhtar	Wawancara tentang bagaimana manajemen resiko yang dilakukan BMT UGT Nusantara	
7.		Bapak Alfian Rosyidi	Wawancara tentang profil perusahaan	
8.		Bapak Jauharul	Meminta surat	



	Mukhtar	keterangan selesai penelitian di KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Jember Kota	
--	---------	---	---

Jember, 20 Mei 2024  
KSPPS BMT UGT Nusantara  
Capem Jember Kota

  
**Jauharul Mukhtar**  
Pimpinan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## DOKUMENTASI PENELITIAN



UNIVERSITAS KHARISMA  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Adam Zulfan  
NIM : 205105010002  
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH  
Judul : Analisis strategi customer centric dalam meningkatkan daya saing perusahaan (studi kasus KSPPS BMT UGT Nusantara CAPEM Jember kota)

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember,  
Operator Turnitin  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

(MARIYAH.ULPA.M.E.I.)





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



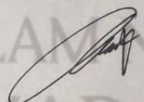
**SURAT KETERANGAN**

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Adam zulfan  
NIM : 205105010002  
Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 29 Mei 2024  
Koordinator Prodi Perbankan Syariah,

  
Ana Pratiwi, M.S.A

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## **BIODATA PENULIS**



### **DATA PRIBADI**

Nama : Adam Zulfan  
Tempat, tanggal, lahir : Jember, 07 Juli 2002  
Alamat : Dusun Krajan I, Desa Padomasan , Kecamatan Jombang, Kabupaten Jember  
NIM : 205105010002  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Email : [Adammada175@gmail.com](mailto:Adammada175@gmail.com)

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

2008 – 2014 : SDIT Ar – Rahmah Yosowilangun  
2014 – 2017 : SMP Al – Ikhlah Lumajang  
2017 – 2020 : MAN Lumajang  
2020 – 2024 : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember