

**KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* BMT NU
CABANG KALISAT DALAM MENUMBUHKAN LOYALITAS
NASABAH PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

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



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:
Siti Elita
NIM:211105010053

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2025**

**KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* BMT NU CABANG
KALISAT DALAM MENUMBUHKAN LOYALITAS NASABAH
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

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:

Siti Elita

NIM: 211105010053

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Disetujui Pembimbing

Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP: 196812261996031001

**KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* BMT NU CABANG
KALISAT DALAM MENUMBUHKAN LOYALITAS NASABAH
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Kamis
Tanggal : 20 Maret 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Dr. Sofiah, S.E.
NIP : 199105152019032005

Luluk Musfirah, M.Ak.
NIP : 198804122019032007

Anggota :

1. Dr. Ahmad Affif, M.E.I.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP: 196812261996031001

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا
بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya :Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemilik-Nya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat (Surah An-Nisa: 118).*



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

* Depag RI, 2019, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, Yayasan Penerbit Kitab Suci Jakarta, 118.

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, seiring ucapan syukur dengan rasa tulus dan kerendahan hati kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Dengan penuh rasa hormat dan cinta, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam kepada orang tua tercinta, Bapak Turrohim dan Ummik Maymunah, yang telah menjadi pilar utama dalam hidup saya. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti. Kalian adalah alasan terbesar saya untuk terus berjuang dan menyelesaikan perjalanan akademik ini. Segala kebaikan yang kalian berikan akan selalu menjadi motivasi dalam setiap langkah hidup saya.
2. Adikku tercinta Siti Rohmania dan Siti Saviroh, Terimakasih selalu memberikan dukungan penuh selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiranmu membawa keceriaan dan semangat di saat sulit. Terima kasih atas ssssssegala perhatian, candaan yang menghibur, dan doa yang selalu kau panjatkan untuk keberhasilanku, semangat adikku untuk mencari ilmu semoga kalian sukses selalu.
3. Sahabatku Luluk Sri Wahyuni, Alkarimatus Sa'idah, Inggit Kusuma Dewi, teman-temanku Perbankan Syariah 2, teman-teman PPL ku, teman-teman KKN ku, teman-teman Rumah Qur'an At-taqwa, serta teman-teman seperjuangan. Terimakasih telah mendukung, memberikan doa dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah, dan ridhanya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Sholawat serta salam senantiasa Allah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membina dan mengarahkan kita dari zaman jahiliah menuju zaman ilmiah.

Skripsi yang berjudul Kualitas Pelayanan *Customer service* BMT NU Cabang Kalisat Dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Perspektif Ekonomi Islam telah dapat penulis selesaikan dengan upaya semaksimal mungkin. Mengupayakan menyajikan yang terbaik sehingga terwujud penyusunan skripsi meskipun belum pada taraf ideal sebagai bentuk penghargaan, penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah menerima penulis sebagai mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sekaligus dosen pembimbing. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, dukungan, dan inspirasi yang telah Bapak berikan kepada saya selama ini. Terimakasih bapak telah berkenan meluangkan waktu dan memberikan pemikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi.

3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan, arahan, dan bimbingan yang Bapak berikan selama saya menempuh pendidikan di Jurusan Ekonomi Islam. Kepemimpinan dan dedikasi Bapak dalam memajukan jurusan ini menjadi inspirasi bagi kami sebagai mahasiswa untuk terus belajar dan berkembang.
4. Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA. Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, dukungan, dan perhatian yang Ibu berikan selama saya menempuh pendidikan di Program Studi Perbankan Syariah. Kepemimpinan Ibu yang bijaksana dan dedikasi yang tinggi dalam mengembangkan program studi ini sangat menginspirasi saya untuk terus berusaha mencapai prestasi terbaik.
5. Dr. Retna Anggitaningsih, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih yang tulus atas bimbingan, perhatian, dan dukungan yang Ibu berikan selama saya menjalani proses akademik. Bimbingan Ibu yang penuh kesabaran dan dedikasi telah membantu saya untuk menghadapi berbagai tantangan dan mencapai kemajuan dalam studi saya.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
7. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada BMT NU Cabang Kalisat atas kesempatan yang diberikan kepada saya untuk melakukan penelitian di lembaga ini. Dukungan, keramahan, dan kerja sama dari seluruh tim BMT NU Cabang Kalisat sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian

ini. Semoga BMT NU Cabang Kalisat terus berkembang, memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat.

Jember, 14 April 2025

Penulis



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

ABSTRAK

Siti Elita, Ubaidillah, 2025 : *Kualitas Pelayanan Customer service Bmt Nu Cabang Kalisat Dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Perspektif Ekonomi Islam.*

Kata kunci : kualitas pelayanan, *customer service*, loyalitas nasabah

Peningkatan kualitas pelayanan menjadi kunci bagi perusahaan jasa untuk bertahan di tengah persaingan. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan pendapatan jangka panjang. Untuk itu, dibutuhkan lembaga perantara seperti Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) yang memfasilitasi akses permodalan ke perbankan syariah, guna menjangkau masyarakat menengah ke bawah.

Alasan memilih Baitul Maal Wat Tamwil NU Cabang Kalisat karena Baitul Maal Wat Tamwil NU Cabang Kalisat mempunyai kualitas pelayanan yang tinggi dan menggunakan standar operasional prosedur yang sudah diterapkan oleh *customer service* BMT NU Cabang Kalisat.

Fokus penelitian dalam skripsi ini dengan rincian sebagai berikut: 1) Bagaimana dimensi kehandalan (*reliability*) dalam pelayanan *customer service*, khususnya terkait konsistensi, ketepatan, dan keakuratan pelayanan, dalam membentuk persepsi kepercayaan nasabah serta mendorong loyalitas mereka berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam. 2) Bagaimana dimensi daya tanggap (*responsiveness*) *customer service*, yaitu kecepatan, kesigapan, dan kesediaan dalam membantu nasabah, mampu meningkatkan kepuasan dan keterikatan emosional nasabah terhadap lembaga, dalam bingkai nilai-nilai pelayanan Islami. 3) Menganalisis dimensi jaminan (*assurance*), yang mencakup aspek kompetensi, sikap sopan, dan rasa aman yang diberikan oleh petugas, dalam menumbuhkan loyalitas nasabah yang berkelanjutan, sesuai dengan etika dan prinsip pelayanan dalam ekonomi Islam.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Mendeskripsikan kualitas pelayanan *customer service* pada dimensi kehandalan (*Reliability*) di BMT NU cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi Islam. 2) Mendeskripsikan kualitas pelayanan *customer service* pada dimensi daya tanggap (*Responsive*) di BMT NU cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi Islam. 3) Mendeskripsikan kualitas pelayanan *customer service* pada dimensi jaminan (*Assurance*) di BMT NU cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini bersifat analisis kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan, misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian bahwa kehandalan pelayanan di BMT NU Cabang Kalisat dikenal memiliki kehandalan yang tinggi. Daya tanggap yang diterapkan dalam setiap layanan menjadi aspek yang diutamakan. Jaminan pelayanan yang diberikan berperan penting dalam menciptakan hubungan yang erat dan berkelanjutan antara lembaga dan nasabah.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PESETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah	10
F. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
A. Penelitian Terdahulu	15
B. Kajian Teori	27
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	48

B. Lokasi Penelitian	49
C. Subyek Penelitian	50
D. Teknik Pengumpulan Data	51
E. Analisis Data	54
F. Keabsahan Data	57
G. Tahap-Tahap Penelitian	58
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	61
A. Gambaran Objek Penelitian	61
B. Penyajian Data Dan Analisis	77
C. Pembahasan Temuan	96
BAB V PENUTUP	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	114

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabulasi Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1 Tabulasi Hasil Temuan	96



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Wawancara Kepada Kepala Cabang	62
Gambar 4.2 Visi Misi BMT NU Cabang Kalisat	64
Gambar 4.3 Struktur Pengelola KSPP. Syariah BMT NU.....	67
Gambar 4.4 Gambar 2.4 Produk BMT NU Cabang Kalisat	70
Gambar 4.5 Produk dan Akad BMT NU Cabang Kalisat.....	74
Gambar 4.6 Dokumentasi Wawancara Bersama <i>Customer service</i> BMT NU Cabang Kalisat	77
Gambar 4.7 Dokumentasi Saat Wawancara.....	86
Gambar 4.8 <i>Customer service</i> Melayani Nasabah.....	89



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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan dan peningkatan kualitas pelayanan dari tahun ke tahun menjadi hal yang harus diperhatikan perusahaan untuk tetap bertahan ditengah meningkatnya persaingan usaha dalam sektor jasa pelayanan. Faktor penting yang harus diperhatikan adalah kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan loyalitas nasabah. Perusahaan dituntut untuk terus memberikan inovasi kepada nasabah agar dapat mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat.¹ Salah satunya adalah dengan meningkatkan strategi untuk mempertahankan nasabah lewat kualitas pelayanan, strategi untuk menjaga nasabah tetap loyal adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi.²

Kualitas pelayanan yang tinggi terhadap kepuasan nasabah dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya. Sejauh mana kemampuan perusahaan melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggan secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis.³ Kualitas pelayanan berfokus pada upaya

¹ Cusnul Rofiah, Dwi Wahyuni, "Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang," *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis (JREB)*12, No. 1 (April 2017), 69.

² Abdul Rahman, *Kepuasan Nasabah: Tinjauan Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Syariah*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2021), 120.

³ Hayatul Millah, Hamdiah Suryana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Desa Karangbong Kecamatan Pajaraka," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 6, no. 2 (2020): 135, <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i2.360>

pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.⁴ Citra positif perusahaan bisa dibangun dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dari karyawannya yang berhubungan langsung dengan para nasabah atau pelanggannya, karyawan yang diharapkan mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabah ini yang disebut *customer service*.⁵ Istilah *customer service* adalah layanan yang disediakan untuk pelanggan atau nasabah, yang bertujuan membantu mereka ketika menghadapi kesulitan, memiliki pertanyaan, atau membutuhkan sesuatu. Layanan ini berfokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan dengan memberikan solusi, informasi, atau bantuan yang sesuai dengan permintaan nasabah⁶.

Nasabah adalah aset berharga bagi bank, bank sebagai lembaga keuangan perlu mengkomunikasikan produk yang mereka tawarkan, hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan memiliki minat membeli manfaat atas produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.⁷ Pemasaran dalam bidang perbankan Islam memegang peranan penting dalam hal ini membentuk persepsi dan sikap pelanggan terhadap rangkaian produk

⁴ Tjiptono Dalam Doni Marlius, Izet Putriani, "Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan Dilihat Dari Kualitas Layanan *Customer Service*," *Jurnal Pundi 03*, no. 02 (July 2019):112.

⁵ Ahmad farid, *Menejemen Komplain D112an Customer Care* (Yogyakarta: Harapan Cahaya, 2024), 10.

⁶ Haryanto, *Manajemen Pelayanan Kualitas Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2020), 98.

⁷ Sofiyatul Madaniyah, Nurul Setianingrum, and Retna Anggitaningsih, "Impact of Hajj Savings Product Quality and Service Quality on Customer Loyaltyof PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep," *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies 3*, no. 2 (Desember 2023): 22.

dan layanan ditawarkan,⁸ Sehingga menjaga loyalitas mereka menjadi prioritas. Loyalitas nasabah mendukung keberlanjutan penggunaan produk dan jasa bank. Namun, masyarakat lapisan menengah kebawah sering kesulitan mengakses perbankan karena persyaratan pembiayaan yang sulit dipenuhi, terutama bagi usaha mikro. Oleh karena itu, diperlukan lembaga perantara untuk memfasilitasi akses permodalan ke perbankan syariah, guna mewujudkan tujuan perbankan syariah dalam menjangkau masyarakat menengah ke bawah seperti Baitul Maal Wat Tamwil (BMT).⁹

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan syariah yang beroperasi menggunakan gabungan konsep “Baitul Tamwil dan Baitul Maal” dengan target operasionalnya fokus kepada sektor Usaha Kecil Menengah (UKM). Konsep Baitul Tamwil (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usahausaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. Sedangkan konsep Baitul Maal (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infaq dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.¹⁰

Salah satu contoh yang relevan adalah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) NU Cabang Kalisat yang berlokasi di kecamatan Kalisat, Jember. BMT NU

⁸ M.F. Hidayatullah, Bambang Irawan, Sudaryanto, Ahmad Roziq, Sukron Ma'mun, “Peningkatan Nasabah di Perbankan Islam: Studi Kasus Bank Syariah Strategi Pemasaran Indonesia,” *International Journal of Islamic Business and Economics* 7, no. 2 (December 2023): 129

⁹ Muhammad Rofiki, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 9 Desember 2024.

¹⁰ Soemetra dalam Ficha Melina, “Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil,” *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (November 2020): 270.

Cabang Kalisat ini mempunyai kualitas pelayanan yang tinggi karena pelayanan yang dilakukan oleh *Customer service* (CS) di BMT NU Cabang Kalisat berpedoman pada prinsip 3S (Senyum, Sapa, Salam). Prinsip ini merupakan standar operasional prosedur yang harus diterapkan agar nasabah merasa nyaman dan semakin berminat menggunakan layanan di BMT NU Cabang Kalisat. *Customer service* diwajibkan untuk selalu menjaga profesionalisme, termasuk saat menghadapi masalah pribadi, seperti urusan keluarga masalah tersebut tidak boleh dibawa ke lingkungan kerja, karena bisa memengaruhi penilaian terhadap kinerja. Penilaian dilakukan setiap bulan, dan salah satu aspek yang dinilai adalah bagaimana *customer service* menerapkan 3S kepada nasabah. Selain itu, pihak pusat secara rutin melakukan kontrol melalui panggilan telepon kepada nasabah untuk mengevaluasi pelayanan yang diberikan oleh petugas, termasuk teller dan bagian keuangan. Penerapan 3S ini tidak hanya berlaku untuk *customer service*, tetapi juga untuk semua staf, termasuk kepala cabang, pembiayaan, dan bagian tabungan. Tujuannya adalah memastikan pelayanan yang konsisten dan berkualitas. Dengan adanya kontrol rutin dari pihak pusat, setiap petugas diharapkan dapat menjalankan tugasnya dengan maksimal sesuai prosedur yang ditetapkan.¹¹

Dikuatkan oleh observasi atau pengamatan langsung di lokasi penelitian bahwa pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* BMT NU Cabang Kalisat saat merespon atau melayani nasabah sangat cepat dan sigap

¹¹ Khoiratun nisa', diwawancarai oleh penulis, Kalisat, 6 Desember 2024.

karena hanya memerlukan waktu kurang lebih 5 menit dalam melayani pengambilan dan pembuatan tabungan nasabah dan untuk pengajuan pinjaman diperlukan waktu sekitar 10 menit.¹²

Disini penulis ingin mengetahui lebih lanjut tentang kualitas pelayanan *customer service* yang diterapkan di BMT NU Cabang Kalisat. Dalam hal ini peneliti berfokus pada kualitas pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah yang di terapkan oleh petugas yang melakukan pelayanan dibagian teller dan tabungan¹³.

Pelayanan yang baik dalam Islam tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga nilai-nilai moral dan etika yang harus dijunjung tinggi. Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Baqarah ayat 282:

وَلَا تَسْأَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا

Artinya : "Dan janganlah kamu jemu menulis utang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih mendekatkan kamu kepada tidak ragu-ragu." (QS. Al-Baqarah: 282).¹⁴

Ayat ini menunjukkan pentingnya transparansi dalam transaksi keuangan, termasuk dalam pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah seperti BMT NU. Dengan adanya pelayanan yang baik dan jujur, maka kepercayaan nasabah akan semakin meningkat.

¹² Observasi langsung di BMT NU Cabang Kalisat, Jember 6 Desember 2024.

¹³ Muhammad, *Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah*, (Jakarta: Neliti, 2019), 151.

¹⁴ Departemen RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah*, (Jakarta, Surat QS. Al-Baqarah: 282)

Selain memiliki dasar dalam ajaran Islam, kualitas pelayanan *customer service* juga diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menekankan bahwa layanan keuangan syariah harus memenuhi prinsip keadilan, transparansi, dan bertanggung jawab. Hal ini bertujuan untuk melindungi kepentingan nasabah serta memastikan bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah.¹⁵ Selain itu, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan juga mengatur bahwa setiap lembaga keuangan wajib memberikan informasi yang akurat, jelas, dan tidak menyesatkan kepada konsumen. Hal ini bertujuan agar nasabah dapat mengambil keputusan yang tepat dalam menggunakan layanan keuangan yang ditawarkan.¹⁶

Dengan adanya landasan religius dan yuridis ini, maka kualitas pelayanan *customer service* di BMT NU harus selalu ditingkatkan agar dapat menjaga kepercayaan dan loyalitas nasabah. Keberlanjutan hubungan baik antara lembaga dan nasabah akan memberikan dampak positif bagi perkembangan lembaga keuangan syariah dan perekonomian umat secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu *customer service* di BMT NU Cabang Kalisat diperoleh informasi bahwa peranan *customer service* yaitu dapat mempertahankan nasabah lama dan dapat menarik calon nasabah baru. *Customer service* selalu memberikan

¹⁵ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Pasal 34.

¹⁶ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan, Nomor 1/Pojk.07/2013, Pasal 3.

pelayanan yang terbaik dan menyampaikan berbagai informasi dengan bahasa yang mudah dipahami oleh nasabah sehingga nasabah merasa tidak canggung. Nasabah di BMT NU Cabang Kalisat termasuk loyal, yaitu dapat dilihat dari jumlah tabungan para nasabahnya semakin banyak dan dalam jumlah yang besar.¹⁷ Peran yang dilakukan oleh *customer service* memberikan dampak yang baik kepada daya tarik nasabah. Maka dapat diamati pelayanan *customer service* di BMT NU Cabang Kalisat tergolong baik, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai **“Kualitas Pelayanan *Customer service* BMT NU Cabang Kalisat Dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Perspektif Ekonomi Islam”**

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.

Fokus penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana kualitas pelayanan *customer service* pada dimensi kehandalan (*Reliability*) di BMT NU Cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi Islam?

¹⁷ Khoiratun Nisa', Diwawancarai Oleh Penulis, Jember 6 Desember 2024 Di Kalisat.

2. Bagaimana kualitas pelayanan *customer service* pada dimensi daya tanggap (*Responsive*) di BMT NU Cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi Islam?
3. Bagaimana kualitas pelayanan *customer service* pada dimensi jaminan (*Assurance*) di BMT NU Cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

1. Mendeskripsikan kualitas pelayanan *customer service* pada dimensi kehandalan (*Reliability*) di BMT NU Cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi Islam.
2. Mendeskripsikan kualitas pelayanan *customer service* pada dimensi daya tanggap (*Responsive*) di BMT NU Cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi Islam.
3. Mendeskripsikan kualitas pelayanan *customer service* pada dimensi jaminan (*Assurance*) di BMT NU Cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Manfaat dapat berupa manfaat yang bersifat teoritis dan manfaat praktis, seperti manfaat bagi peneliti, instansi dan

masyarakat secara keseluruhan. Manfaat penelitian harus realistis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Kajian ini dapat memberikan tambahan referensi teoritis untuk penelitian lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan *customer service* dalam perspektif ekonomi Islam. Untuk memudahkan peneliti selanjutnya dalam melakukan kajian terkait pelayanan yang baik dan dapat meningkatkan kualitas BMT NU Cabang Kalisat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Memperluas wawasan dan pengetahuan terkait kualitas pelayanan di BMT NU Cabang Kalisat.
- 2) Output dari penelitian ini dapat meluaskan ilmu pengetahuan yang sudah diperoleh dari penelitian ini.
- 3) Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti tentang BMT NU.

b. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu-ilmu tentang BMT NU dalam hal kualitas pelayanan *customer service*.

c. Bagi Lembaga UIN KHAS Jember

- 1) Hasil penelitian ini menunjang perkembangan ilmu pengetahuan dalam analisis keilmuan serta kemajuan teknologi.

- 2) Hasil penelitian ini dapat menjadi pengembangan dalam penelitian selanjutnya.
- 3) Hasil penelitian ini dapat menjadi literatur atau referensi pemanfaatan sumber belajar.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya adalah agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti. Dalam judul “Kualitas *Pelayanan Customer service* BMT NU Cabang Kalisat Dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Perspektif Ekonomi Islam”, ada beberapa istilah yang perlu diberikan definisi untuk memperjelas makna yang dimaksud. Istilah-istilah tersebut antara lain:

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Saragih, et.al Dalam Wahyu Hidayat dan Lilis Sulistiyani mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Menurunnya kepuasan konsumen tidak menutup kemungkinan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan kurang baik. Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan semakin baik, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.¹⁸

¹⁸ Saragih, et.al Dalam Wahyu Hidayat, Lilissulistiyani, “Efek Kualitas Produk, Kualitas pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Jasa Konstruksi CV Muna Sariy Jaya,” *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan* 9, no. 1 (July 2021): 10.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa Kualitas pelayanan merupakan tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh dari interaksi mereka dengan penyedia layanan, yang mencerminkan seberapa baik suatu layanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik menjadi kunci untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta mendukung keberlanjutan organisasi, berbagai perusahaan termasuk lembaga perbankan diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi nasabahnya. Kualitas pelayanan biasanya diukur berdasarkan beberapa dimensi utama, salah satunya yaitu: Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*).

2. *Customer Service*

Customer service adalah kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang diberikan seseorang sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas-tugas *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga seorang *customer service* dapat menjalankan tugasnya secara prima.¹⁹

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa *customer service* adalah layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan atau organisasi kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan, menjawab

¹⁹ Yunni Rusmawati Dj, Bhiartzika Ristyanadi, "Analisis Pelayanan Cs (*Customer Service*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Danamon Di Sukodadi Lamongan," *Jurnal Ekbis: Ekonomi Bisnis 1*, no 1 (Maret 2018): 1094.

pertanyaan, menyelesaikan masalah, dan memberikan bantuan terkait produk atau jasa yang ditawarkan. Tujuan utama *customer service* adalah memastikan pelanggan merasa puas, membangun hubungan yang baik, dan mendorong loyalitas pelanggan. Layanan ini dapat diberikan melalui berbagai saluran, seperti secara langsung (tatap muka), melalui telepon, email, obrolan daring, atau media sosial.

3. Loyalitas Nasabah

Menurut Dharmayanti dalam Nazaruddin Aziz, Rino Dwi Putra, Loyalitas atau kesetiaan didefinisikan sebagai komitmen yang di pegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku.²⁰

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah komitmen jangka panjang seorang nasabah untuk terus menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan, seperti bank, meskipun ada pilihan alternatif di pasar. Loyalitas ini tercermin dalam perilaku seperti melakukan transaksi berulang, memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, dan tetap setia pada lembaga tersebut dalam jangka waktu yang lama.

4. BMT NU Cabang Kalisat Jember

BMT NU Cabang Kalisat Jember merupakan sebuah lembaga keuangan berbentuk koperasi yang berada dibawah naungan Majelis

²⁰ Dharmayanti Dalam Nazaruddin Aziz, Rino Dwi Putra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Nagari Sumatera Barat Cabang Simpang Empat Pasaman Barat," *Jurnal Pundi 04*, no. 03 (November 2020): 357.

Wakil Cabang Nahdatul Ulama (MWCNU) yang terletak di jalan Imam Bonjol, Krajan II, Glagahwero, Kalisat, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68193, Indonesia.

Berdasarkan definisi-definisi istilah diatas maka saya dapat menegaskan bahwa yang dibahas dalam skripsi ini berbicara tentang kualitas pelayanan *customer service* dalam menumbuhkan loyalitas nasabah terkait tiga aspek yaitu kehandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*).

F. Sistematika Penulisan

Dalam hal ini, peneliti akan membagi menjadi lima bab secara tersusun dan sistematis yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dan pembaca dalam memahami data yang disajikan. Dalam sistematika penulisan penelitian ini berdasarkan pada buku “Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Tahun 2021”. Adapun dalam penyusunan skripsi ini, penulis membahas bab yang akan diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bagian awal terdiri dari halaman sampul, lembar persetujuan pembimbing, pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, tabel, daftar gambar. Sedangkan bagian inti, terdiri dari bab I pendahuluan sampai bab V penutup.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab I pendahuluan terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah serta sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab II kajian pustaka terdiri dari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan dan kajian teori yang dijadikan sebagai sumber acuan dalam penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdapat pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV: PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini terdiri atas gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis serta pembahasan temuan.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang bersifat konstruktif sebagai tindak lanjut dari penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, laporan penelitian, artikel yang dimuat pada jurnal ilmiah, dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinilitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan. Adapun hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Muhammad Idris (2020) “Strategi Pemasaran Produk Dalam Rangka Menarik Minat Masyarakat Di Bmt Nu Cabang Tanah Merah” Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran produk dalam rangka menarik minat masyarakat, penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan dari penelitian ini ada dua orang pengelola dan satu nasabah dari BMT NU Cabang Tanah Merah. Setelah data terkumpul, diolah melalui proses editing dan deskripsi.²²

Perbedaan peneliti terdahulu dengan peneliti saat ini yaitu peneliti terdahulu membahas tentang strategi pemasaran produk dalam rangka

²² Muhammad Idris, “Strategi Pemasaran Produk Dalam Rangka Menarik Minat Masyarakat Di Bmt Nu Cabang Tanah Merah” (Skripsi, Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Bangkalan, 2020), 1.

menarik minat masyarakat, sedangkan peneliti membahas tentang kualitas pelayanan *customer service* BMT NU, sedangkan persamaannya yaitu sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

2. Skripsi ismawati (2020) “peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Pangkajene (analisis manajemen syariah)”. Penelitian ini membahas tentang peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Rakyat Indonesia Cabang Pangkajene. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.²³

Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian peneliti yaitu objek yang diteliti subjek penelitian terdahulu yaitu di BRI sedangkan penelitian peneliti berobjek di BMT. Sedangkan persamaannya yaitu menggunakan pendekatan kualitatif.

3. Mila Ropah Siregar (2021) dengan judul “Peran *Customer service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan”. Penelitian ini menjelaskan tentang peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui peran *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan. *Customer*

²³ Ismawati, “Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Rakyat Indonesia Cabang Pangkajene (Analisis Manajemen Syariah)” (Skripsi, Iain Parepare, 2020), Xi.

service berfungsi untuk memberikan jasa layanan kepada nasabah dalam hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, *cross selling*, dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul. Seorang *customer service* harus memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya.²⁴

Perbedaan dalam penelitian ini yaitu dilihat dari lembaga yang diteliti dimana peneliti terdahulu melaksanakan di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungan, sedangkan persamaan penelitian ini adalah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama membahas tentang *customer service* dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini langsung terjun ke lapangan wawancara langsung pada pihak PT Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan dan nasabahnya.

4. Mey Dwi Nur Aini (2022) dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Customer Relationship Management* (Crm) Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Bmt Nu Jombang)”. Penelitian ini menjelaskan tentang kualitas pelayanan Dan *Customer Relationship Management* (Crm) terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan, *customer relationship*

²⁴ Mila Ropah Siregar, “Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kcp Panyabungan” (Skripsi, Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2021), I.

management (CRM) dan kepuasan dapat berpengaruh dalam pencapaian loyalitas nasabah.²⁵

Persamaan penelitian ini adalah membahas kualitas pelayanan *customer service*, sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu metode penelitiannya menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menyelidiki hipotesis yang sebelumnya disusun melalui proses pengolahan data. Penelitian dilakukan dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari penggunaan alat-alat penelitian seperti kuesioner yang diisi oleh sampel yang telah ditentukan sebelumnya. Sedangkan metode yang digunakan dalam kajian ini adalah metode survey.

5. Sahla Wafira (2022) Dengan Judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Bmt Nu Cabang Kota Sumenep Pada Tahun 2022”, penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah anggota BMT NU, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dikembangkan oleh BMT NU Cabang Kota Sumenep dalam meningkatkan jumlah anggota yang ditinjau melalui pendekatan marketing mix. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi.²⁶

Perbedaan peneliti terdahulu dengan peneliti yaitu peneliti terdahulu membahas tentang strategi pemasaran yang dikembangkan oleh BMT NU,

²⁵ Mey Dwi Nur Aini, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Bmt Nu Jombang)” (Skripsi, UIN Malang, 2022), Xi.

²⁶ Sahla Wafira, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Bmt Nu Cabang Kota Sumenep” (Skripsi, UIN Malang, 2022), xvi.

sedangkan peneliti membahas tentang kualitas pelayanan *customer service*, persamaannya yaitu sama menggunakan pendekatan kualitatif.

6. Reni Yulistian Arianti (2022) “Strategi Pelayanan *Customer service* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bprs Bhakti Sumekar Kantor Cabang Jember”. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pelayanan *customer service* di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Jember, untuk mengetahui upaya pelayanan *customer service* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Jember. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif.²⁷

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu membahas strategi pelayanan *customer service* sedangkan peneliti membahas kualitas pelayanan *customer service*, persamaan penelitian ini sama menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian untuk analisis data menggunakan empat langkah yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

7. Aisar Riski Baizura (2022) Dengan Judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Meulaboh Nasional 1 Pada Era Pandemi Covid-19”, penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan menggunakan dimensi kehandalan

²⁷ Reni Yulistian Arianti, “Strategi Pelayanan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bprs Bhakti Sumekar Kantor Cabang Jember” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022), viii.

(*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), dan daya tanggap (*responsiveness*) terhadap peningkatan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Meulaboh Nasional. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang tergolong dalam jenis penelitian kausalitas. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner. Sampel yang dipilih sebanyak 100 responden berdasarkan rumus slovin. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.²⁸

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu peneliti ini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan persamaannya yaitu kualitas pelayanan menggunakan dimensi kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), dan daya tanggap (*responsiveness*).

8. Iin Safitri (2023) “Kualitas Pelayanan *Customer service* Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kcp. Parepare”. Tujuan penelitian ini yaitu membahas kualitas pelayanan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk layanan *customer service* pada nasabah Bank Muamalat KCP. Parepare, untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan *customer service* pada Bank Muamalat KCP. Parepare, dan untuk

²⁸ Aisar Riski Baizura, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Meulaboh Nasional 1 Pada Era Pandemi Covid-19” (Skripsi, UIN AR-RANIRY, 2022), x.

mengetahui upaya pelayanan yang dilakukan *customer service* untuk memenuhi kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP. Parepare.²⁹

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu subjek penelitiannya di Bank Muamalat KCP. Parepare sedangkan peneliti di BMT NU Cabang Kalisat. Persamaan penelitian ini sama menggunakan pendekatan kualitatif.

9. Atika Isfirani (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service*, Kualitas Produk, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Kota Pematang Sari)”, penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan *customer service*, kualitas produk, dan literasi keuangan syariah terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini adalah *field research* dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah penyebaran kuesioner dan penyebaran angket yang dibagikan langsung kepada nasabah Bank Syariah Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode probability sampling. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 26 sebagai pengolahan data.³⁰

²⁹ In Safitri, “Kualitas Pelayanan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kcp. Parepare” (Skripsi, Insitut Agama Islam Negeri Parepare, 2023), vii.

³⁰ Atika Isfirani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service*, Kualitas Produk, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Kota Pematang Sari)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2023), ix.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah metode penelitiannya menggunakan pendekatan kuantitatif dan lokasi penelitiannya di BSI sedangkan penelitian ini di BMT, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan untuk persamaannya penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama sama membahas kualitas pelayanan *customer service*.

10. Wildan Diki Afisena (2023) “Strategi Pelayanan Prima Di Pt. Bank Perkreditan Rakyat Nur Semesta Indah Kantor Pusat Kencong Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” penelitian ini menjelaskan tentang strategi pelayanan prima di Pt. Bank Perkreditan Rakyat Nur Semesta Indah Kantor Pusat Kencong dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pelayanan prima di PT Bank Perkreditan Rakyat Nur Semesta Indah Kantor Pusat Kencong, mengetahui strategi pelayanan prima di PT Bank Perkreditan Rakyat Nur Semesta Indah Kantor Pusat Kencong dalam perspektif etika bisnis Islam, mengetahui kendala strategi pelayanan prima PT Bank Perkreditan Rakyat Nur Semesta Indah Kantor Pusat Kencong.³¹

Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu penelitian ini membahas tentang strategi pelayanan prima sedangkan penelitian ini membahas tentang kualitas pelayanan, sedangkan persamaannya menggunakan metode penelitian kualitatif.

³¹ Wildan Diki Afisena, “Strategi Pelayanan Prima Di Pt. Bank Perkreditan Rakyat Nur Semesta Indah Kantor Pusat Kencong Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023), Viii.

Adapun tabel untuk lebih mempermudah pembaca untuk mengetahui persamaan, perbedaan dan hasil dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

No	Judul penelitian / tahun	Persamaan dan Perbedaan	Hasil penelitian
1	Muhammad Idris 2020.	Persamaan peneliti terdahulu dan peneliti yaitu sama sa menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, Sedangkan Perbedaan peneliti terdahulu dengan peneliti saat ini yaitu peneliti terdahulu membahas tentang strategi pemasaran produk dalam rangka menarik minat masyarakat sedangkan peneliti membahas tentang kualitas pelayanan <i>customer servive</i> BMT NU.	Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa strategi pemasaran yang diterapkan PT. Pegadaian Syariah Unit Burneh Bangkalan menggunakan bauran pemasaran, yaitu strategi produk, tempat dan harga.
2	Ismawati,2020.	Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian peneliti yaitu objek yang di teliti subjek penelitian terdahulu yaitu di BRI sedangkan penelitian peneliti berobjek di BMT. Sedangkan persamaannya yaitu menggunakan pendekatan kualitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa satu dengan adanya peran <i>customer service</i> dalam peningkatan loyalitas nasabah sangatlah penting untuk mendapatkan kekuasaan nasabah sehingga memperoleh tanggapan yang positif dan citra perusahaan dimana nasabah semakin baik.
3	Mila Ropah, 2021.	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu dilihat dari lembaga yang di teliti dimana peneliti terdahulu melaksanakan di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungan, sedangkan persamaan penelitian ini adalah sama sama	Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas pelayanan <i>customer service</i> berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan hasil 12,695, kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan hasil 13,325, literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap

		menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama membahas tentang <i>customer service</i> dalam meningkatkan loyalitas nasabah.	loyalitas nasabah dengan hasil 14,406, loyalitas nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hasil 16,924.
4	Mey Dwi Nur Aini, 2022.	Persamaan penelitian ini adalah membahas kualitas pelayanan <i>customer service</i> , sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu metode penelitiannya menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menyelidiki hipotesis yang sebelumnya disusun melalui proses pengolahan data.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan dan program CRM yang diterapkan BMT mampu meningkatkan kepuasan dan ketiganya memiliki pengaruh secara langsung dalam meningkatkan loyalitas nasabah.
5	Asar Riski Baizura, 2022	Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu peneliti ini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan persamaannya yaitu kualitas pelayanan menggunakan dimensi kehandalan (<i>reliability</i>), jaminan (<i>assurance</i>), bukti fisik (<i>tangible</i>), empati (<i>empathy</i>), dan daya tanggap (<i>responsiveness</i>).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan <i>customer service</i> berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan hasil 12,695, kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan hasil 13,325, literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan hasil 14,406, loyalitas nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hasil 16,924, selain itu, kualitas pelayanan <i>customer service</i> berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hasil 13,470, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hasil 16,791, literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hasil 19,382, selain itu kepuasan nasabah juga dapat memediasi antara ketiga variabel tersebut.
6	Sahla Wafira,	Perbedaan peneliti terdahulu	Penelitian ini menghasilkan

	2022.	<p>dengan peneliti yaitu peneliti terdahulu membahas tentang strategi pemasaran yang dikembangkan oleh BMT NU, sedangkan peneliti membahas tentang kualitas pelayanan <i>customer service</i>, persamaannya yaitu sama menggunakan pendekatan kualitatif.</p>	<p>temuan berupa Strategi pemasaran yang digunakan BMT NU Cabang Kota Sumenep untuk meningkatkan jumlah anggota menggunakan bauran pemasaran 7P (<i>product, price, place, promotion, people, procces, physical evidence</i>), dalam menghadapi persaingan bisnis menggunakan bauran pemasaran 4P (<i>price, people, procces, physical evidence</i>), Kendala yang dihadapi yaitu banyaknya pesaing, Upaya yang dilakukan yaitu tetap menjalin silaturahmi dengan anggota, memberikan pelayanan yang baik, Kebaruan penelitian ini yaitu terdapat pada strategi harga, strategi manusia, dan strategi proses.</p>
7	Reni Yulistian Arianti, 2022.	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu membahas strategi pelayanan <i>customer service</i> sedangkan peneliti membahas kualitas pelayanan <i>customer service</i>, persamaan penelitian ini sama menggunakan metode kualitatif.</p>	<p>Hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa (1) Bentuk strategi pelayanan <i>customer service</i> di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Jember dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yaitu, memberikan pelayanan prima, kompetensi, cepat tanggap, dapat dipercaya, kejujuran, kontribusi, perubahan. (2) Upaya yang dilakukan <i>customer service</i> dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Jember adalah pertama dengan memberikan pelayanan prima, kedua melakukan cross selling, dan ketiga melakukan evaluasi dengan cara role play.</p>
8	Iin Safitri, 2023	<p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu subjek penelitiannya di Bank</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; (1) Berbagai layanan, seperti pembukaan rekening, tutup</p>

		<p>Muamalat KCP. Parepare sedangkan peneliti di BMT NU Cabang Kalisat. Persamaan penelitian ini sama menggunakan pendekatan kualitatif.</p>	<p>rekening, pembuatan ATM, pengaduan nasabah, crossselling, dan mobile banking, telah dijalankan dengan baik. (2) Kepuasan nasabah terhadap layanan bank ini secara umum tinggi, kecuali pada layanan mobile banking dan penyelesaian keluhan nasabah yang dinilai kurang memuaskan. (3) Upaya perbaikan melibatkan peningkatan kualitas layanan, pemberian pelayanan yang lebih baik, pemanfaatan teknologi, pengumpulan umpan balik, dan pendengaran aktif terhadap keluhan nasabah. Perhatian khusus diperlukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah terkait layanan mobile banking dan penanganan keluhan.</p>
9	Atika Isfirani, 2023.	<p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah metode penelitiannya menggunakan pendekatan kuantitatif dan lokasi penelitiannya di BSI sedangkan penelitian ini di BMT, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan untuk persamaannya penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama sama membahas kualitas pelayanan <i>customer service</i>.</p>	<p>Hasil penelitian yang diperoleh melalui uji T (Parsial) menunjukkan bahwa reliability, assurance, tangible, empathy, dan responsiveness berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Meulaboh Nasional 1. Adapun pengujian secara simultan (Uji F) kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi reliability, assurance, tangible, empathy, dan responsiveness secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Meulaboh nasional 1 sebesar 90,6%.</p>
10	Wildan Diki Afisena, 2023.	<p>Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu penelitian ini membahas tentang strategi</p>	<p>Bahwa lembaga PT. Bank Perkreditan Rakyat Nur Semesta Indah Kantor Pusat Kencong menerapkan strategi</p>

		<p>pelayanan prima sedangkan penelitian ini membahas tentang kualitas pelayanan, sedangkan persamaannya menggunakan metode penelitian kualitatif.</p>	<p>pelayanan prima yaitu strategi A6 yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab, pelayanan prima dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan oleh PT. BPR Nur Semesta Indah Kantor Pusat Kencong sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.</p>
--	--	---	--

Sumber : penulis

B. Kajian Teori

Untuk memberikan arah yang jelas dalam penelitian ini, diperlukankerangka teori yang berfungsi sebagai landasan untuk menjelaskan dan membatasi teori yang akan digunakan. Kajian teori ini dirancang untuk membahas secara menyeluruh dan mendalam konsep-konsep yang relevan, sehingga dapat menjadi kerangka kerja dalam memahami dan menganalisis permasalahan yang diangkat. Bagian ini mencakup pembahasan teori yang dijadikan perspektif dalam melaksanakan penelitian, memberikan wawasan yang lebih luas dan mendalam bagi peneliti dalam mengkaji permasalahan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

1. Teori kualitas pelayanan

Menurut Indrasari dalam Apriliana dan Sukaris mendefinisikan kualitas pelayanan atau *customer service* ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat diubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik

lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun *feedback* tentang pelayanan yang telah diberikan”.³² Menurut Saragih, et.al Dalam Wahyu Hidayat dan Lilis Sulistiyani mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Menurunnya kepuasan konsumen tidak menutup kemungkinan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan kurang baik. Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan semakin baik, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.³³

Dikuatkan dengan penelitian skripsi Tiara Purnama Sari menurut Wyckof, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan memiliki berbagai definisi yang berbeda, dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang lebih strategis. Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk itu atau dapat dikatakan bahwa kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan. Definisi kualitas layanan juga berpusat pada upaya

³² Indasari Dalam Apriliana, Sukaris, “Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara,” *Jurnal Maneksi 11*, no.2 (Desember 2022): 500.

³³ Saragih, et.al Dalam Wahyu Hidayat, Lilissulistiyani, “Efek Kualitas Produk, Kualitaspelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Jasa Konstruksi CV Muna Sariy Jaya,” *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan 9*, no. 1 (July 2021): 10.

pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.³⁴ Dari pengertian diatas maka kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dimiliki oleh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa pelayanan. Pola konsumsi dan gaya hidup yang menuntut perusahaan untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality*.

Kualitas merupakan variabel yang penting dalam dunia bisnis. Termasuk dalam bisnis jasa. Terdapat berbagai definisi tentang kualitas, namun hal yang paling penting adalah bahwa kualitas ditentukan oleh konsumen.³⁵ Citra positif perusahaan bisa dibangun dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dari karyawannya yang berhubungan langsung dengan para nasabah atau pelanggannya, karyawan yang diharapkan mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabah ini yang disebut *customer service*.³⁶

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa *customer service* memiliki peran yang sangat penting dalam berbagai perusahaan. Dalam dunia perbankan, tugas utama *customer service* adalah memberikan pelayanan serta membangun hubungan baik dengan

³⁴ Tiara Purnama Sari Dalam Wickof, "Penerapan Etika *Customer Service* Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Nasabah Bank Muamalat Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan" (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2021), 29-30.

³⁵ Khamdan Rifa'i, *kepuasan konsumen* (Jember: UIN KHAS PRESS, 2023), 11.

³⁶ Andrew Hermawan Harahap, Et Al. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, (Oktober 2023): 78.

masyarakat. Dalam melayani nasabah, *customer service* bank berupaya menarik minat calon nasabah dengan meyakinkan mereka melalui berbagai pendekatan, sekaligus menjaga loyalitas nasabah lama maupun baru agar tetap setia menggunakan layanan bank. Seorang *customer service* juga dituntut untuk memahami karakter setiap nasabah yang datang ke perusahaan dan berusaha memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu.

Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono Dalam Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto, terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:³⁷

a. Kehandalan (*Reliability*), kemampuan untuk memberikan layanan dengan segera, akurat, konsisten., dan memuaskan. Terdapat beberapa indikator kehandalan diantaranya:

- 1) Layanan yang diberikan tepat waktu, akurat dan terpercaya.
- 2) Memiliki standar pelayanan yang jelas.
- 3) Penyediaan layanan sesuai jadwal yang dijanjikan.

b. Daya Tanggap (*Responsive*), kemauan dalam kemampuan dari karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. Kesiapan para karyawan untuk memenuhi keinginan konsumen dengan tanggap dan ramah. Terdapat beberapa indikator daya tanggap, diantaranya:

- 1) Kesiediaan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat.

³⁷ Tjiptono Dalam Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air," *Jurnal Emba* 6, no. 3 (Juli 2018): 1660.

- 2) Kesiediaan karyawan dalam membantu keluhan nasabah.
- 3) Informasi yang diberikan kepada nasabah harus jelas dan rinci.

c. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff mengenai janji yang diberikan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Terdapat beberapa indikator jaminan, diantaranya:

- 1) Keamanan (*security*), nasabah merasa aman bertransaksi di BMT.
- 2) Sopan santun (*courtesy*), karyawan bersikap ramah dan sopan kepada nasabah.
- 3) Kompeten (*competence*), karyawan dapat menyelesaikan masalah nasabah dengan baik.
- 4) Kredibilitas (*credibility*), jaminan kerahasiaan nasabah terjamin, sehingga dapat meumbuhkan rasa percaya nasabah kepada perusahaan.

d. Empati (*Empathy*), berarti kesediaan karyawan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual pelanggan. Terdapat beberapa indikator empati

diantaranya:

- 1) Perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah.
- 2) Memahami kebutuhan nasabah secara spesifik.
- 3) Setiap karyawan harus menjaga hubungan baik dengan nasabahnya.

- 4) Setiap nasabah harus mendapatkan pelayanan yang sama.
- e. Bukti Fisik (*Tangibles*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi yang terlihat yang dapat dinilai baik. Terdapat beberapa indikator bukti fisik, diantaranya:
- 1) Penampilan karyawan yang bersih dan rapi.
 - 2) Desain interior ruangan front office yang nyaman.
 - 3) Ruang tunggu yang nyaman dan bersih.
 - 4) Kelengkapan peralatan yang lengkap dan memadai.

2. Teori *Customer Service*

Customer service adalah kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang diberikan seseorang sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas-tugas *customer service* harus benar-benar dipahami sehingga seorang *customer service* dapat menjalankan tugasnya secara prima.³⁸

Seorang *customer service* dituntut untuk selalu bisa membangun kerja sama yang baik dengan para nasabah dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik agar nasabah betah untuk tetap menjadi nasabah di bank tersebut. *Customer service* bank dalam melayani nasabahnya harus selalu berusaha untuk dapat merayu nasabah dengan cara ramah dan merayu agar mau menjadi nasabah tetap di bank tersebut.

³⁸ Yuni Rusmawati Dj, Bhiastika Ristyanadi, "Analisis Pelayanan Cs (*Customer Service*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Danamon Di Sukodadi Lamongan," *Jurnal Ekbis: Ekonomi Bisnis 1*, no 1 (Maret 2018): 1094.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *customer service* mempunyai peran yang sangat penting dalam hal pelayanan terhadap nasabah. *Customer service* bank dalam melayani nasabah harus selalu berusaha menarik dengan cara merayu calon nasabahnya agar tertarik pada produk bank yang ditawarkan.

a. Fungsi *customer service* ³⁹

Beberapa fungsi *customer service* antara lain yaitu:

1) Sebagai resepsionis

Artinya *customer service* memiliki fungsi sebagai penerima tamu yang datang. Menerima tamu maksudnya melayani nasabah yang memiliki keperluan. Dalam hal ini *customer service* harus memberikan informasi selengkap mungkin dan bersikap dengan menyenangkan, ramah tamah dan sopan.

2) Sebagai deskman

Artinya seorang *customer service* paham dan mengerti dalam melayani nasabah dengan berbagai macam aplikasi yang diajukan oleh calon nasabah dan nasabah.

3) Sebagai salesman

Artinya *customer service* memiliki fungsi yaitu orang yang menjual produk. Dalam artian menawarkan produk kepada para calon nasabah yang datang. Dalam hal ini *customer service* harus

³⁹ Fernos, Doni Marlius, "Peranan *Customer Service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada Pt. Bpd Sumatera Barat Cabang Pasar Raya Padang," 1-8, <https://doi.org/10.31227/osf.io/cq458>.

pandai merayu dan meyakinkan nasabah hingga jadi membeli produk yang ditawarkan.

4) Sebagai *customer relation officer*

Artinya memiliki fungsi menjadi orang yang bisa membangun hubungan baik dengan para nasabah, termasuk membujuk agar nasabah tetap ingin bertahan.

5) Sebagai komunikator

Artinya sebagai orang yang berkomunikasi dengan nasabah dan memberi tahu tentang segala informasi yang ada.

- b. Dalam melayani nasabah sangat diperlukan berbagai sikap *customer service* yang mampu menarik minat dan sabar dalam hubungan dengan *customer service* beberapa sikap yang harus diteladani oleh seorang *customer service* diantaranya: ⁴⁰

1) Memberikan kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan

keinginannya dalam hal ini petugas *customer service* harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

2) Dengarkan baik-baik, selama nasabah mengemukakan

pendapatnya dengar dan simak dengan baik-baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan.

⁴⁰ Ismawati, “ Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Rakyat Indonesia Cabang Pangkajene (Analisis Manajemen Syariah)” (Skripsi, Iain Parepare, 2020), 24-25.

- 3) Jangan menyelah pembicaraan sebelum nasabah selesai bicara, sebelum nasabah selesai bicara petugas *customer service* dilarang memotong atau menyala pembicaraan usahakan nasabah sudah benar-benar selesai baru petugas *customer service* menanggapi.
- 4) Ajukan pertanyaan setelah nasabah berbicara, pengajuan pertanyaan kepada nasabah perlu dilakukan apabila nasabah sudah selesai berbicara pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik singkat dan jelas.
- 5) Jangan marah dan jangan mudah tersinggung, cara bicara sikap atau nada bicara jangan sekali-sekali menyinggung nasabah, kemudian *customer service* jangan mudah marah terhadap nasabah yang bertemperamen.
- 6) Jangan mendebat nasabah, jika ada hal-hal yang kurang disetujui usahakan beri penjelasan sopan dan jangan sekali-kali berdebat untuk memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh nasabah.
- 7) Jaga sikap sopan, ramah dan selalu sikap tenang, dalam melayani nasabah sikap sopan, santun, ramah, tamah, harus selalu dijaga begitu pula dengan emosi harus tetap dikendali dan selalu berlaku tenang dan menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.
- 8) Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya, sebaiknya petugas *customer service* tidak menangani tugas-tugas yang bukan menjadi wewenangnya serahkan kepada petugas yang

berhak sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.

- 9) Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu menasabah yang datang ke bank pada prinsipnya ingin membantu oleh karena itu berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa mereka kita ingin membantu nasabah.

3. BMT (Baitul Maal Wat Tamwil)

Baitul Maal Wat Tamwil adalah suatu institusi atau lembaga keuangan syariah yang usaha pokoknya menghimpun dana dari pihak ketiga (anggota penyimpan) dan menyalurkan pembiayaan kepada usaha-usaha yang produktif dan menguntungkan. Sumber dana Baitul Tamwil berasal dari simpanan masyarakat (dana pihak ketiga) yang meliputi tabungan, simpanan berjangka, modal dan simpanan lainnya dan tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan dan perundangundangan yang berlaku. Baitul Maal (rumah harta) yaitu menerima titipan dana zakat, infak dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) juga merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu Baitul Maal dan Baitul Tamwil. Baitul Maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti zakat, infaq, dan sedekah. Adapun baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.⁴¹

⁴¹ Muhammad Akbar, Lutfi Hery Rahmawan, Afif Rosyid, Peran Bmt Nu Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kecamatan Pringsewu, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam 01*, no. 03- 08 (2023): 4.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berdasarkan islam.

Operasional BMT didasarkan pada prinsip bagi hasil, transaksi jual beli (ijarah), dan penitipan (wadiah). Meskipun memiliki kemiripan dengan bank syariah, BMT memiliki segmen pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang sering merasa enggan atau kurang nyaman berinteraksi dengan bank. Sejak awal berdiri, BMT dirancang sebagai lembaga ekonomi yang berperan sebagai lembaga ekonomi rakyat. Fokus utamanya yaitu melayani masyarakat dengan kondisi ekonomi menengah ke bawah. BMT berkomitmen untuk mendukung pengembangan usaha mikro kecil, khususnya melalui penyediaan bantuan permodalan atau pembiayaan. Untuk mendukung kegiatan pembiayaan tersebut, BMT juga menghimpun dana dari masyarakat sekitar, terutama dari lingkungan lokal. Dengan demikian, BMT berfungsi sebagai wadah yang mengorganisasi upaya gotong royong masyarakat dalam mengatasi masalah ekonomi di komunitasnya.

a. Produk produk BMT NU diantaranya: ⁴²

1) SIAGA (simpanan anggota)

Disediakan bagi yang berminat menjadi anggota sekaligus pemilik BMT NU dengan bagi hasil yang menguntungkan 70% dari SHU dengan menggunakan akad musyarakah. SIAGA terdiri

⁴² Dokumentasi BMT NU Cabang Kaslisat, Jember 9 Desember 2024 Di Kalisat.

dari SIAGA pokok dibayar 1 kali sebesar Rp 100.00, SIAGA wajib perbulan RP.20.000 dan SIAGA khusus dibyr kapan saja dengan setoran minimal Rp. 100.000, Siaga pokok dan wajib hanya bisa ditarik ketika berhenti dari keanggotaan sedangkan SIAGA khusus dapat ditrik setiap bulan januari.

2) SIBERKAH (simpanan berjangka mudharabah)

Keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65%. Menggunakan akad mudharabah muthlqah. Setoran minimal Rp. 500.000 dengan jangka waktu minimal 9 bulan.

3) SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah)

Simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Menggunakan akad wadiah yad al-dhamanah dan dapat ditarik pada waktu berdasarkan ketentuan yang berlaku.

4) SIDIK Fathonah (simpanan pendidikan fathonah)

Simpanan dana bagi yang ingin meraih cita- cita pendidikan secara sempurna dengan bagi hasil 45% dengan menggunakan akad mudharabah muthlaqah. Bisa disetor kapan saja dan penarikh pada saat tahun ajaran baru dan semesteran. Setoran awal Rp. 2.500 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 500.

5) SABAR (simpanan lebaran)

Simpanan yang bisa mempermudah memenuhi kebutuhan lebaran dengan memperoleh hasil sebesar 55%. Menggunakan akad

mudharabah muthlaqah dengan setoran awal Rp 10.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000. Setoran kapan saja sedangkan penarikan pada saat bulan ramadhan saja.

6) SAHARA (simpanan haji dan umrah)

Simpanan yang bisa mempermudah pelaksanaan ibadah haji dan umroh dengan memperoleh keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% sebagai tambahan pengaturan biaya haji dan umroh. Menggunakan akad Mudharabah Muthalaqah, simpanan awal dasar adalah Rp. 1.000.000 dan setoran berikutnya sesuai kemampuan. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan ketika melaksanakan haji dan umroh kecuali terdapat Udzur Syar'i.

7) TABAH (tabungan Mudharabah)

Tabungan bisa mempermudah untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dan memperoleh 40% bagi hasil menggunakan akad Mudharabah Muthalaqah. Mulai toko Rp. 10.000 dan mulai saat itu paling sedikit Rp. 2.500.

8) TARAWI (tabungan Ukhrawi)

Tabungan sekaligus beramal tanpa kehilangan uang tabungan, dana ini akan diberikan kepada orang miskin dan yatim piatu. Menggunakan akad Mudharah Muthalaqah dengan setoran awal

sebesar Rp. 10.000 dan selanjutnya minimal Rp. 5.000 dengan bagi hasil 50 %.

Persyaratan pembukaan tabungan yaitu:

- a) Photo copy KTP/SIM/KARTANU atau kartu identitas lainnya.
 - b) Mengisi form pada aplikasi atau registrasi di kantor cabang atau secara online melalui aplikasi BMT NU keren.
 - c) Membayar biaya administrasi pembukaan tabungan Rp. 5.000 (simpanan Non SIAGA).
- b. Prinsip operasional BMT dalam pengelolaan dana yang dimiliki sebagai berikut:⁴³
- 1) Prinsip bagi hasil, berarti bahwa dalam setiap jenis usaha di mana diterapkan, terjadi pembagian hasil antara BMT dan nasabahnya.
 - 2) Prinsip jual beli, adalah suatu prinsip di mana BMT menggunakan nasabah sebagai agen yang bertindak atas nama BMT dalam melakukan pembelian barang. Setelah itu, BMT bertindak sebagai penjual dengan menjual kembali barang yang telah dibeli. Keuntungan yang diperoleh oleh BMT akan dibagi bersama dengan pihak yang menyediakan dana berdasarkan kesepakatan yang telah ditetapkan.
 - 3) Prinsip non profit, adalah prinsip yang dikenal sebagai pembiayaan kebajikan atau pembiayaan yang bersifat sosial dan tidak bersifat komersial. Dalam pembiayaan ini, nasabah hanya

⁴³ Sudarsono Dalam Fichra Melina, "Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil," *Jurnal Tabarru Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (November 2020): 273.

perlu mengembalikan jumlah pinjaman pokok saja, tanpa adanya keuntungan yang harus dibayarkan.

- 4) Prinsip akad bersyarikat, merupakan bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih di mana setiap pihak menyumbangkan modal dalam berbagai bentuk, dengan adanya perjanjian untuk membagi keuntungan atau kerugian sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati.
- 5) Prinsip pembiayaan penyediaan uang dan tagihan didasarkan pada persetujuan atau kesepakatan pinjaman antara BMT dan pihak lain. Pihak yang meminjam diwajibkan untuk melunasi hutangnya beserta bagi hasil setelah periode waktu tertentu.

Selain prinsip-prinsip di atas, BMT juga menerapkan prinsip-prinsip non bisnis lainnya dalam operasionalnya. Salah satunya adalah melalui produk-produk pengumpulan dana ibadah, seperti zakat, infaq, dan sedekah yang disalurkan langsung kepada penerima yang berhak.

4. Loyalitas nasabah

Teori *service profit chain* merupakan teori yang diprakarsai oleh Heskett, Jones, Loveman, Sasser Jr. dan Schlesinger. Menurut teori ini, loyalitas dan pertumbuhan bisnis dapat terbentuk melalui penciptaan internal *service quality* yang baik terlebih dahulu. Dengan terbentuknya internal *service quality* yang dirasakan baik, maka akan tercipta kepuasan karyawan. Jika karyawan terpuaskan maka selanjutnya akan terbentuk retensi dan produktivitas karyawan, dimana kedua hal tersebut yang

menjadi dasar terbentuknya *external service value* yang baik bagi pelanggan. Karyawan yang menunjukkan *positive value* kepada pelanggan pada akhirnya akan membuat pelanggan tersebut semakin tertarik dan merasa terpuaskan.⁴⁴ Ketika pelanggan merasa puas, secara bertahap mendorong terbentuknya loyalitas terhadap perusahaan. Pada akhirnya, upaya mempertahankan pelanggan tersebut dapat meningkatkan kinerja keuangan, termasuk profitabilitas dan pertumbuhan pendapatan, serta mendukung keberlanjutan operasional perusahaan.

Menurut Dharmayanti dalam Nazaruddin Aziz, Rino Dwi Putra, Loyalitas atau kesetiaan didefinisikan sebagai komitmen yang di pegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang. Loyalitas adalah respon perilaku pembelian yang bersifat bias dan terungkap secara terus-menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternative dari sejumlah merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis. Namun perlu ditekankan bahwa hal tersebut berbeda dengan

⁴⁴ Heskett, Jones, Loveman, Sasser Jr. Dan Schlesinger Dalam Fathan Budiman, "Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali", *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, no. 02 (Desember 2020), 175.

perilaku beli ulang, loyalitas pelanggan menyertakan aspek perasaan didalamnya.⁴⁵

Berdasarkan penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah dianggap sebagai hasil dari kepuasan nasabah, ketika nasabah yang memiliki pengalaman yang baik dengan pelayanan perusahaan akan terus berurusan dengan perusahaan yang menganggapnya kurang berisiko, sehingga membuat mereka loyal dan rasional dalam pengambilan. Kepuasan nasabah merupakan fondasi utama untuk membentuk loyalitas nasabah.

a. Indikator loyalitas pelanggan tampaknya merupakan ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan keuangan. Berikut indikator pengukuran loyalitas nasabah yang dapat digunakan untuk mengukur loyalitas nasabah, yaitu:⁴⁶

- 1) Pembelian, kesediaan nasabah untuk membeli produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Membeli antar lain produk dan jasa. Pelanggan yang loyal tidak hanya akan membeli satu produk atau jasa dari suatu perusahaan, tetapi mereka juga produk atau jasa lain yang disediakan oleh perusahaan tersebut.
- 2) Pilihan Pertama, nasabah bersedia menjadikan perusahaan sebagai pilihan pertama dari keputusannya. Menunjukkan kekebalan

⁴⁵ Dharmayanti Dalam Nazaruddin Aziz, Rino Dwi Putra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Nagari Sumatera Barat Cabang Simpang Empat Pasaman Barat," *Jurnal Pundi 04*, no. 03 (November 2020): 357.

⁴⁶ Andrew Hermawan Harahap, "Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan 9*, no. 19, (Oktober 2023), 80. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.8378841>

terhadap tarikan pesaing. Pelanggan yang loyal selalu menolak produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan lain (pesaing). Mereka telah mengembangkan hasrat untuk produk atau layanan yang telah mereka gunakan.

- 3) Pembelian ulang, kesediaan nasabah untuk melakukan pembelian ulang. Melakukan pembelian berulang secara teratur. Pelanggan yang loyal adalah mereka yang sering membeli barang atau jasa, bahkan jika harganya naik, mereka akan terus membeli.
- 4) Rekomendasi, kesediaan nasabah untuk mengajak orang lain melakukan pembelian menggunakan produk atau jasa pada perusahaan tersebut. Mereferensikan kepada orang lain. Pelanggan yang setia selalu ingin merekomendasikan produk atau jasa yang mereka gunakan kepada orang lain, termasuk teman dan kerabat.
- 5) *Word of mouth*, nasabah bersedia untuk berbicara dengan orang lain tentang hal-hal positif menyangkut produk atau layanan perusahaan. Mereka selalu berusaha mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk atau jasa yang sama, dan selalu menceritakan keunggulan produk atau jasa yang digunakan sampai orang tersebut tertarik untuk mencoba menggunakannya.

b. Faktor faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah

Pada dasarnya perusahaan harus memperhatikan dalam membangun dan meningkatkan loyalitas pelanggan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi diantaranya:

- 1) Faktor utama yang mempengaruhi yaitu, perhatian utama perhatian perusahaan harus dapat mengatasi dan melihat segala kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan. Dengan demikian, semakin suatu perusahaan itu menunjukkan perhatiannya kepada pelanggan, maka akan semakin besar loyalitas nasabah muncul.
- 2) Faktor yang kedua yaitu, kepercayaan, timbulnya suatu kepercayaan karena adanya proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai satu sama lain. Apabila kepercayaan sudah terjalin diantara pelanggan dan perusahaan, maka dalam usaha untuk membinanya akan lebih mudah. Salah satu cara dalam pembinaan hubungan pelanggan, yaitu segala jenis produk yang dihasilkan perusahaan memiliki kualitas yang bagus, sehingga tidak merasa tertipu. Sehingga pelanggan tidak menjadi loyal terhadap perusahaan dari produk yang di tawarkan.
- 3) Faktor yang ketiga yaitu, perlindungan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggannya, baik itu berupa kualitas, produk, maupun pelayanan. Dengan demikian pelanggan tidak akan khawatir terhadap perusahaan saat berhubungan dengan perusahaan, karena pelanggan merasa aman dalam perlindungan perusahaan yang mereka berikan terhadap pelanggan.

5. Teori kualitas pelayanan perspektif Islam

Kualitas pelayanan diberikan oleh sebuah perusahaan tentunya tidak hanya ber-tujuan untuk memberikan kepuasan semata. Menurut perspektif ekonomi Islam dalam memberikan pelayanan harus berprinsip pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanan dan menjalankan syariat Islam. Islam menyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap masalah. Nilai-nilai Islami yang diterapkan guna mewujudkan pelayanan yang maksimal, yaitu : ⁴⁷

- a. Kesopanan dan keramahan (tabligh)
- b. Jujur (sidiq)
- c. Amanah
- d. Profesional (fathonah).

Menurut Saeed et al dalam Andrew Hermawan Harahap et al layanan perspektif Islam mengatakan terdapat tiga karakteristik etika pemasaran dari perspektif Islam. Pertama, etika pemasaran Islam didasarkan pada Al-Quran dan tidak meninggalkan ruang untuk intepretasi yang ambigu. Kedua, perbedaan utama adalah aspek transedental dari kemutlakan dan sifat non-lunak. Ketiga, pendekatan Islam yang menekankan pemaksimalan nilai dalam pandangan kebaikan di masyarakat daripada mengejar sifat egois pribadi dengan

⁴⁷ Rumiyanthi Dalam Nurul Adimah, Mokh. Irsyad Nasution, Wawan Oktriawan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Muttaqien* 3, no. 2 (Juli 2022):181.

memaksimalkan keuntungan. Pemberian pelayanan yang berkualitas dan sesuai syariat Islam yang dilakukan secara terus-menerus akan mengantarkan pada konsumen yang puas, khususnya bagi konsumen Muslim. Konsumen Muslim cenderung lebih puas apabila kebutuhan syariah yang mereka butuhkan terpenuhi. terdapat hubungan kuat antara kualitas jasa perspektif Islam dengan kepuasan konsumen. Seorang konsumen yang puas, belum tentu akan menjadi loyal, namun apabila kepuasan yang didapatkan oleh konsumen itu berlangsung terus-menerus sehingga semua kebutuhan dan keinginannya tercapai, maka mereka akan loyal dengan sendirinya.⁴⁸

Berdasarkan pemaparan di atas, maka semua kegiatan termasuk kegiatan muamalah (ekonomi) harus memberikan pelayanan yang terbaik. Salah satu yang menentukan berhasil tidaknya suatu perusahaan adalah seberapa baik pelayanannya. Setiap orang disarankan bersikap moderat agar nyaman dan dapat menjalin hubungan baik dengan orang lain dalam segala hal termasuk berbisnis, hubungan yang baik harus dijaga agar konsumen loyal dan tidak beralih ke perusahaan lain.

⁴⁸ Saeed Et Al. Dalam Andrew Hermawan Harahap Et Al, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 19 (Oktober 2023):78, <https://doi.org/10.5281/zenodo.8378841>

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif.⁴⁹ Metode penelitian kualitatif yang merupakan salah satu metode untuk memperoleh kebenaran serta mengklasifikasi sebagai penelitian ilmiah yang dibangun atas dasar teori-teori yang dikembangkan melalui penelitian terkontrol secara empirik. Penelitian kualitatif merupakan cara dalam menjelaskan suatu masalah dan menganalisisnya kembali untuk menarik kesimpulan berdasarkan data yang ada. Dalam metode penelitian kualitatif ini, peneliti merupakan kunci dari sebuah penelitian.⁵⁰ Alasan menggunakan metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami pengalaman, persepsi, dan pandangan nasabah terhadap kualitas pelayanan *customer service* di BMT NU Cabang Kalisat. Hal ini relevan karena loyalitas nasabah sering kali terjadi oleh faktor subjektif yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, seperti rasa puas, kepercayaan, dan keterikatan emosional.

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu mengumpulkan data berdasarkan fakta yang telah terungkap secara langsung di lapangan dengan cara mengumpulkan dan menyaring sumber data yang sudah diperoleh dari lokasi penelitian melalui survei dan bertatap muka langsung untuk melakukan sesi

⁴⁹ Nurul Widyawati Islami Rahayu, "Good Service Governance Menggunakan Multiple Agency Pada Pt Pengelolaan Zakat," *International Journal of Management And Administrative Sciences (Ijmas)* 4, no 6 (2017): 16.

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 9.

wawancara dengan pihak BMT NU Cabang Kalisat sehingga akan diperoleh informasi yang jelas, akurat dan nyata, yang kemudian dianalisis kebenarannya. Alasan menggunakan jenis deskriptif bukan study kasus karena bertujuan untuk memberikan gambaran yang mendetail dan faktual mengenai kualitas pelayanan *customer service* di BMT NU Cabang Kalisat dan tujuan penelitian yang lebih luas. Pendekatan ini cocok untuk memahami bagaimana pelayanan yang diberikan dan bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap loyalitas nasabah.

B. Lokasi penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian adalah lokasi bertempat di BMT NU Jawa Timur tepatnya di Cabang Kalisat dengan alamat Jalan Imam Bonjol Desa Glagahwero, Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68193, HP. 0823 3894 1777.⁵¹

Lokasi ini dipilih karena *customer service* BMT NU Cabang Kalisat menggunakan bahasa daerah menyesuaikan lokasi BMT NU tersebut, dan bahasa yang digunakan di BMT NU Cabang Kalisat yaitu bahasa madura halus (engghi bhunten), sehingga dapat menarik banyak nasabah karena penyampaiannya mudah dipahami. Selain itu BMT NU Cabang Kalisat menggunakan strategi pemasaran dengan teknik *personal selling* yaitu interaksi tatap muka secara langsung dengan nasabah. Hal tersebut menjadi difrensiasi dengan bank lainnya. BMT NU juga beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yang membuatnya menjadi pilihan bagi nasabah yang

⁵¹ Muhammad Rofiki, Diwawancarai Oleh Penulis, Jember, 9 Desember 2024.

ingin menghindari riba dan transaksi yang tidak sesuai dengan ajaran islam. Lokasi ini dapat menarik nasabah yang ingin menjaga kepatuhan terhadap nilai-nilai agama.⁵²

C. Subyek penelitian

Penelitian ini penentuan subjek penelitian menggunakan menggunakan teknik penentuan purposive,⁵³ yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Dengan maksud penentuan sumber data dengan melakukan observasi, dokumentasi dan mewawancarai orang-orang yang dipandang mengetahui tentang situasi sosial atau hal-hal yang akan diteliti oleh peneliti, sehingga mudah bagi peneliti mendapatkan informasi yang diinginkan.

Kemudian dalam penelitian ini pihak yang dianggap atau dipercaya dapat mengetahui dan menjawab persoalan mengenai kualitas pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi islam pada BMT NU Cabang Kalisat sehingga dipilih subjek dalam penelitian ini adalah:

1. Pimpinan di BMT NU Cabang Kalisat : Mohammad Rofiki S. E.
(selaku kepala cabang BMT NU Cabang Kalisat dan yang mengetahui secara luas tentang BMT NU Cabang Kalisat)
2. *Customer service* di BMT NU Cabang Kalisat: Khairatun nisa'.
(karena yang melakukan pelayanan terhadap nasabah)

⁵² Khairatun Nisa, Diwawancarai Oleh Penulis, Jember, 6 Desember 2024.

⁵³ Siti Indah Purwaning Yuwana Dan Ayu Wulandarai, "Pengaruh Brand Pride, Web Design Quality, E-Service Quality dan Customer Experience terhadap Repurchase Intention E-Commerceshoppee Pada Konsumen Milenial Mahasiswa Febi Uin Khas Jember," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no.2 (September 2023): 114.

3. Nasabah BMT NU Cabang Kalisat : Sundaryani (paling rajin menabung dan nasabah terlama bergabung di BMT NU Cabang Kalisat mulai 02-02-2016), Siti Nur Hoviva (nasabah paling banyak saldonya).⁵⁴

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini diuraikan teknik pengumpulan data yang akan digunakan, misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumen. Masing-masing harus dideskripsikan tentang data apa saja yang diperoleh melalui teknik- teknik tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang mendalam terkait kualitas pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat.

1. Observasi

Observasi yang dipakai dalam penelitian ini yaitu observasi partisipan pasif yang dilakukan secara langsung di BMT NU Cabang Kalisat, khususnya di area layanan *customer service* dan lingkungan sekitar, digunakan oleh peneliti untuk menggali data tentang kualitas pelayanan *customer service*. Fokus penelitian diarahkan pada tiga aspek utama: kehandalan, daya tanggap, dan jaminan yang diberikan kepada nasabah. Kehandalan diamati melalui konsistensi dan ketepatan *customer service* dalam memberikan informasi serta menyelesaikan kebutuhan atau keluhan nasabah. Daya tanggap dianalisis berdasarkan

⁵⁴ Muhammad Rofiki, Diwawancarai Oleh Penulis, Jember, 9 Januari 2025.

kecepatan dan kesigapan mereka dalam merespons permintaan nasabah. Sementara itu, jaminan dievaluasi dari tingkat profesionalitas, kepercayaan, dan rasa aman yang mampu diberikan oleh *customer service* kepada nasabah. Dalam observasi ini, peneliti memperhatikan interaksi langsung antara nasabah dan *customer service* untuk mendapatkan gambaran nyata tentang kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini dilakukan untuk memahami sejauh mana aspek-aspek tersebut mendukung terciptanya kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap BMT NU Cabang Kalisat.

2. Wawancara

Wawancara yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dilakukan terhadap dua kelompok utama, yaitu petugas *customer service* dan nasabah BMT NU Cabang Kalisat, untuk menggali data tentang kualitas pelayanan *customer service*. Fokus wawancara mencakup tiga aspek utama: kehandalan, daya tanggap, dan jaminan dalam layanan yang diberikan. Wawancara dengan petugas *customer service* bertujuan untuk memahami bagaimana proses pemberian layanan kepada nasabah dilakukan, termasuk langkah-langkah yang diambil dalam membantu nasabah yang mengalami kendala atau kesulitan terkait pembiayaan, simpanan, dan transaksi. Kehandalan dilihat dari konsistensi dan ketepatan petugas dalam memberikan solusi, daya tanggap dianalisis dari kecepatan dan kesiapan mereka menghadapi kebutuhan nasabah, sementara jaminan dievaluasi melalui

profesionalisme dan rasa aman yang mereka berikan dalam pelayanan. Sementara itu, wawancara dengan nasabah difokuskan pada pengalaman langsung mereka selama berinteraksi dengan *customer service*. Peneliti menggali bagaimana nasabah menilai kehandalan petugas dalam menyelesaikan kebutuhan mereka, daya tanggap *customer service* dalam memberikan bantuan secara cepat, serta tingkat kepercayaan dan rasa aman yang mereka rasakan dari pelayanan yang diberikan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas atau menyeluruh mengenai kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap BMT NU Cabang Kalisat

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen dan data terkait dari BMT NU Cabang Kalisat untuk menggali informasi mendalam tentang kualitas pelayanan *customer service*. Fokus penelitian diarahkan pada aspek kehandalan, daya tanggap, dan jaminan yang dapat diidentifikasi melalui data dokumentasi yang tersedia. Dokumentasi meliputi data jumlah nasabah yang aktif menabung dan yang memiliki pinjaman pembiayaan sebagai indikator tingkat kepercayaan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Selain itu, brosur, panduan, dan dokumen lain yang disediakan oleh BMT NU Cabang Kalisat untuk nasabah dianalisis untuk mengevaluasi kehandalan informasi yang diberikan. Kehandalan terlihat dari kelengkapan dan keakuratan informasi dalam dokumen tersebut, sementara daya tanggap

dievaluasi melalui kemudahan nasabah dalam memahami dan mengakses informasi tersebut. Aspek jaminan dianalisis dari bagaimana dokumen dan panduan yang disediakan mencerminkan komitmen BMT NU Cabang Kalisat terhadap profesionalisme, keamanan, dan kenyamanan nasabah. Dengan dokumentasi ini, peneliti dapat memahami lebih lanjut bagaimana kualitas pelayanan *customer service* didukung secara administratif untuk memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah.

E. Analisis data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan secara kualitatif menggunakan pendekatan analisis tematik untuk memahami pola-pola dan makna dari data yang telah dikumpulkan terkait kualitas pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat dengan menggunakan model analisis interaktif. Proses analisis data ini melibatkan beberapa tahapan, yaitu:

1. Kondensasi data

Kondensasi data dalam penelitian ini, peneliti melakukan penyaring data, memilih data, dan merangkum data yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terkait kualitas pelayanan *customer service* di BMT NU Cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah. Peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan tiga dimensi utama pelayanan, yaitu kehandalan, daya tanggap, dan jaminan. Proses ini dilakukan dengan meninjau kembali transkrip wawancara, catatan hasil observasi, serta dokumen pendukung

terkait pelayanan di BMT NU Cabang Kalisat. Setiap data yang dianggap tidak relevan dengan fokus penelitian diabaikan, sementara data yang sesuai dikategorikan berdasarkan indikator yang telah ditetapkan. Selain itu, hasil observasi mengenai interaksi antara petugas dan nasabah, kesesuaian layanan dengan SOP, serta responsivitas *customer service* dalam menangani keluhan juga dikondensasi untuk mendapatkan pola pelayanan yang dominan. Dengan demikian, data menjadi lebih sistematis dan siap untuk dianalisis lebih lanjut guna menjawab tujuan penelitian.

2. Penyajian data

Setelah dilakukan kondensasi data, peneliti melakukan langkah berikutnya yaitu dengan menyajikan data dalam bentuk yang lebih sistematis agar dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kualitas pelayanan *customer service* di BMT NU Cabang Kalisat. Peneliti menyajikan data yang telah dikategorikan ke dalam narasi deskriptif yang menjelaskan hasil wawancara, temuan dari observasi, serta informasi dari dokumen terkait.

Peneliti mengorganisasikan data dalam bentuk deskripsi kualitatif mengenai bagaimana *customer service* BMT NU melaksanakan layanan sesuai dengan indikator kehandalan, daya tanggap, dan jaminan. Setiap temuan yang relevan didukung dengan kutipan dari wawancara dengan nasabah dan petugas BMT NU serta hasil observasi yang dilakukan langsung di lokasi penelitian. Selain itu, peneliti juga menyusun tabel data guna mempermudah pembacaan pola pelayanan dan perbandingan

antara temuan dari berbagai sumber. Dengan demikian, penyajian data ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kualitas pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat dalam membangun loyalitas nasabah.

3. Penarikan kesimpulan

Pada tahap akhir analisis data, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan pola temuan yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kesimpulan ini dibuat dengan menghubungkan data yang telah disajikan dengan tujuan penelitian serta teori mengenai kualitas pelayanan *customer service* dan loyalitas nasabah.

Peneliti membandingkan hasil penelitian dengan standar pelayanan yang berlaku di BMT NU Cabang Kalisat serta prinsip pelayanan dalam perbankan syariah. Untuk memastikan keakuratan hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi sumber dengan mencocokkan informasi dari berbagai sumber, baik dari wawancara dengan *customer service* dan nasabah, catatan observasi di lapangan, dan triangulasi teknik dengan hasil observasi dan dokumentasi kebijakan pelayanan yang diterapkan oleh BMT NU. Kesimpulan yang dihasilkan menjadi dasar dalam memberikan rekomendasi konkret bagi BMT NU Cabang Kalisat dalam meningkatkan kualitas pelayanan mereka guna memperkuat loyalitas nasabah.

Proses analisis data dilakukan secara berulang dengan membaca kembali hasil observasi dan wawancara untuk memastikan validitas dan konsistensi data. Melalui pendekatan ini, peneliti diharapkan mampu

memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kualitas pelayanan BMT NU Cabang Kalisat, serta rekomendasi untuk peningkatan layanan di masa mendatang.

F. Keabsahan data

Pada penelitian ini, keabsahan data memuat usaha-usaha yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang valid dan dapat dipercaya. Agar data yang diperoleh absah, perlu dilakukan beberapa teknik keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi atau teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu.⁵⁵ Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:⁵⁶

1. Triangulasi sumber adalah teknik yang digunakan dalam penelitian untuk memastikan keabsahan dan kredibilitas data dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari beberapa sumber yang berbeda. Teknik ini bertujuan untuk meminimalkan bias, memperkuat kepercayaan terhadap temuan, dan memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang fenomena yang diteliti.
2. Triangulasi teknik sebagai teknik mencapai keabsahan data atau untuk menguji kredibilitas data, yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Bila

⁵⁵ J.Moleong, Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 330.

⁵⁶ Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum* (Tangerang Selatan: Unpam Press, 2018), 162-163.

dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti beberapa tahapan yang sistematis untuk memastikan keberhasilan dan validitas penelitian mengenai kualitas pelayanan *customer service* BMT NU dalam menumbuhkan loyalitas nasabah. Adapun tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Persiapan penelitian

- a. Identifikasi Masalah: Peneliti mengidentifikasi masalah yang ingin diteliti, yaitu bagaimana kualitas pelayanan *customer service* BMT NU dalam menumbuhkan loyalitas nasabah.
- b. Tinjauan Pustaka: Melakukan studi literatur untuk memahami teori-teori yang relevan dengan kualitas pelayanan *customer service* serta penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik ini.
- c. Perumusan tujuan penelitian: Menetapkan tujuan penelitian yang jelas, seperti untuk mengeksplorasi pengalaman nasabah dalam kualitas pengalaman dan untuk menganalisis faktor faktor yang memengaruhi adopsi layanan ini.⁵⁷

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif* (Bandung : Alfabeta 2017), 41.

2. Perancangan penelitian

- a. Metode penelitian: Memilih pendekatan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi.
- b. Pengembangan instrumen penelitian: Menyusun panduan wawancara dan format observasi yang akan digunakan dalam pengumpulan data.⁵⁸

3. Pengumpulan data

- a. Observasi: Melakukan observasi langsung di BMT NU Cabang Kalisat untuk memahami bagaimana nasabah berinteraksi dengan pelayan *customer service*.
- b. Wawancara: Melakukan wawancara dengan petugas *customer service* dan nasabah untuk mendapatkan informasi tentang pengalaman dan persepsi mereka.
- c. Dokumentasi: Mengumpulkan dokumen dan data terkait dari BMT NU Cabang Kalisat, seperti statistik pelayanan *customer service* dan materi edukasi untuk nasabah.⁵⁹

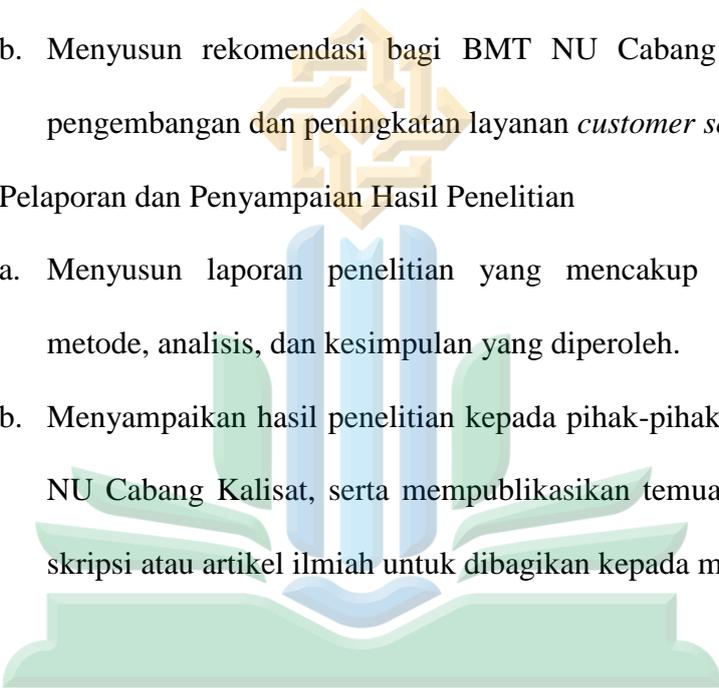
4. Analisis data

- a. Mengolah data yang telah dikumpulkan dengan melakukan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.

⁵⁸ Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : Pt Remaja Rosdakarya, 2018), 38.

⁵⁹ Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta : Kencana, 2011), 75.

- b. Menggunakan teknik triangulasi untuk memastikan keakuratan dan konsistensi data dari berbagai sumber.⁶⁰
5. Penarikan kesimpulan
 - a. Menyusun kesimpulan berdasarkan analisis data yang dilakukan, serta mengaitkan temuan dengan tujuan penelitian.
 - b. Menyusun rekomendasi bagi BMT NU Cabang Kalisat terkait pengembangan dan peningkatan layanan *customer service*.⁶¹
 6. Pelaporan dan Penyampaian Hasil Penelitian
 - a. Menyusun laporan penelitian yang mencakup latar belakang, metode, analisis, dan kesimpulan yang diperoleh.
 - b. Menyampaikan hasil penelitian kepada pihak-pihak terkait di BMT NU Cabang Kalisat, serta mempublikasikan temuan dalam bentuk skripsi atau artikel ilmiah untuk dibagikan kepada masyarakat luas.



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

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif* (Bandung : Al Fabeta, 2017), 39.

⁶¹ Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2018), 55.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

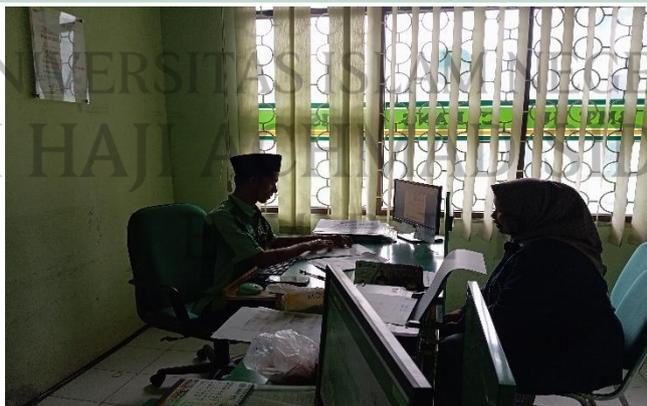
1. Sejarah berdirinya KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat Jember

BMT NU Cabang Kalisat merupakan salah satu lembaga keuangan mikro yang didirikan untuk mendukung perkembangan ekonomi umat, khususnya di kalangan masyarakat Nahdlatul Ulama (NU). Berdirinya BMT NU Cabang Kalisat berawal dari komitmen untuk membantu masyarakat yang kesulitan mengakses layanan perbankan konvensional dengan menawarkan alternatif pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah. BMT NU Cabang Kalisat didirikan oleh sejumlah tokoh NU di wilayah Kalisat dengan tujuan untuk memfasilitasi pembiayaan bagi masyarakat dalam berbagai sektor ekonomi, seperti perdagangan, pertanian, dan usaha kecil lainnya. Lembaga ini dibangun untuk menjadi solusi bagi umat yang membutuhkan dukungan finansial tanpa harus terjerat dengan sistem bunga yang ada dalam perbankan konvensional. Seiring berjalannya waktu, BMT NU Cabang Kalisat berkembang dengan memberikan layanan yang lebih beragam, seperti simpanan, pembiayaan usaha, dan produk keuangan syariah lainnya. Dengan dukungan dari NU dan masyarakat sekitar, BMT ini terus berusaha menjadi lembaga yang memberikan manfaat sosial dan ekonomi, mengedepankan prinsip keadilan dan keberkahan dalam setiap transaksi.

BMT NU Cabang Kalisat resmi berdiri pada 24 November 2015 dan menjadi cabang kedua yang didirikan di Kabupaten Jember. Pendirian cabang ini lahir dari semangat, dedikasi, serta partisipasi aktif pengurus MWC NU Kalisat, yang berupaya menghadirkan lembaga keuangan berbasis syariah di kecamatan tersebut. Lembaga ini berperan dalam menghimpun dan menyalurkan aset anggota sesuai prinsip syariah. Sebelumnya, masyarakat Kecamatan Kalisat belum mengenal konsep BMT. Dengan visi dan misi yang kuat, BMT NU Cabang Kalisat berkomitmen memberikan edukasi tentang keuangan syariah, mendorong pengembangan ekonomi masyarakat, serta mencetak wirausaha yang unggul dan berintegritas, sehingga keberhasilan mereka dapat dirasakan dengan penuh keberkahan.⁶²

Dikuatkan oleh dokumentasi peneliti

Gambar 4.1 Wawancara Kepada Kepala Cabang



⁶² Mohammad Rofiki, Diwawancara Oleh Penulis, Kalisat 9 Desember 2024.

2. Visi dan Misi KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat Jember

a. Visi ⁶³

Terwujudnya BMT NU yang amanah, mandiri, berkah dan bermanfaat sehingga unggul dalam layanan maupun kinerja secara berkelanjutan menuju tahun 2028 dengan 128 kantor cabang dan aset 1,8 Triliun untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota dan umat.

b. Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan yang berkesinambungan menuju terbentuknya 128 kantor cabang dengan aset 1,8 triliun pada tahun 2028.
- 2) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan amanah sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.
- 3) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang amanah dan profesional dengan memiliki integritas dan loyalitas.
- 4) Memperkuat keunggulan pelayanan kinerja dan kemandirian likuiditas yang berkelanjutan sesuai manajemen berbasis kehati-hatian.
- 5) Memperkuat kepedulian anggota serta sinergi ekonomi antar anggota dan umat.

⁶³ Dokumentasi Bmt Nu Jawa Timur Cabang Kalisat Jember 9 Desember 2024.

- 6) Menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai Syariah sesuai ahlussunnah Wal jamaah an nahdliyah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang amanah dan berkah.
- 7) Mengoptimalkan penghimpunan dan penyaluran infaq shodaqoh dan wakaf.
- 8) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada anggota dan umat dengan berbasis dana tamwill dan maal.
- 9) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada anggota umat dan lingkungan sesuai jati diri Nahdlatul Ulama.

Dikuatkan dengan adanya dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti di BMT NU Cabang Kalisat :



Sumber : Dokumentasi oleh peneliti, Kalisat 9 Desember 2024.

3. Struktur Pengelola KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat Kabupaten Jember.⁶⁴

Struktur organisasi merupakan kerangka dasar dari sebuah perusahaan yang sudah diatur agar dapat mengetahui tugas dari masing-masing karyawan. Berikut adalah struktur dalam bentuk deskripsi:

a. Kepala cabang

Kepala cabang adalah pimpinan di perusahaan/instansi yang bertanggung jawab atas semua kegiatan perusahaan di BMT NU Cabang Kalisat. Tugas – tugas kepala cabang diantaranya:

- 1) Membuat rencana kegiatan untuk perusahaan/instansi yang di pimpin.
- 2) Bertanggung jawab atas segala aktivitas yang berkaitan dengan perusahaan yang di pimpin.
- 3) Monitoring segala kegiatan yang akan dilaksanakan.
- 4) Bertanggung jawab terhadap kesejahteraan pengelola.
- 5) Menjaga hubungan yang baik terhadap anggota, mitra, dan instansi cabang lain.
- 6) Menandatangani dokumen – dokumen penting.

b. Keuangan & Admin

Administrasi keuangan adalah mencakup seluruh kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan, pendataan, serta pengeluaran untuk pendanaan berbagai kegiatan operasional perusahaan/instansi

⁶⁴ Dokumentasi BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat Jember 9 Desember 2024.

dalam bentuk pengelolaan keuangan, akuntabilitas, serta pengawasan keuangan. Adapun tugas dan wewenang pengelola bagian keuangan dan administrasi yaitu:

- 1) Buat *cash flow* keuangan harian.
- 2) Administrasi pendaftaran anggota.
- 3) Melayani permohonan pinjaman mitra.
- 4) Pelayanan transfer.
- 5) Membuat laporan kasir harian teller.
- 6) Pengarsipan berkas anggota dan mitra.
- 7) Rekap gaji pengelola.
- 8) Input absen dan lembur pengelola.

c. Teller

Pengelola yang bertanggung jawab untuk menerima simpanan, mencairkan penarikan, dan memberikan jasa pelayanan kepada masyarakat. Adapun tugas dan wewenang teller yaitu:

- 1) Menginput tabungan nasabah.
- 2) Realisasi pembiayaan mitra.
- 3) Input angsuran.
- 4) Pembiayaan personal dan lasisma.
- 5) Membuat laporan hasil harian

d. Bagian Tabungan

Adapun tugas pengelola dari unit tabungan, yaitu:

- 1) Menjemput tabungan.

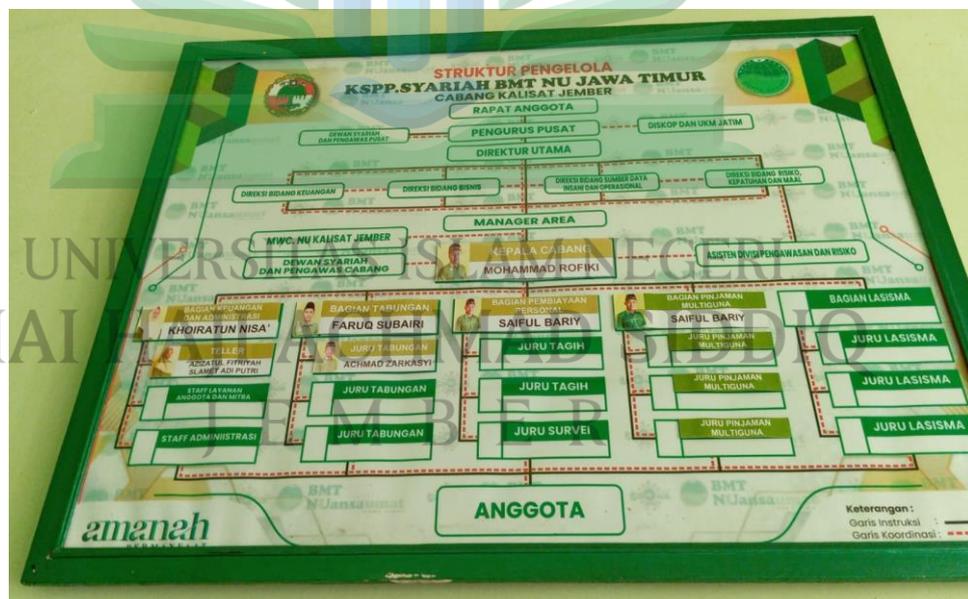
- 2) Pemasaran produk tabungan.
 - 3) Membuat laporan kasir harian ketika transaksi online (TO).
 - 4) Perantara pencairan penarikan tabungan anggota.
- e. Bagian Pembiayaan

Pengelola yang bertugas untuk:

- 1) Survei pembiayaan lasisma dan personal.
- 2) Penagihan tunggakan angsuran.
- 3) Pemasaran produk pembiayaan.

Dikuatkan oleh dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti di BMT NU Cabang Kalisat :

Gambar 4.3 Struktur Pengelola KSPP. Syariah BMT NU



Sumber : Dokumentasi oleh peneliti, Kalisat 9 Desember 2024.

4. Produk- produk dan akad pembiayaan BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat Jember

a. Produk simpanan

1) SIAGA (simpanan anggota)

Disediakan bagi yang berminat menjadi anggota sekaligus pemilik BMT NU dengan bagi hasil yang menguntungkan 70% dari SHU dengan menggunakan akad musyarakah. SIAGA terdiri dari SIAGA pokok dibayar 1 kali sebesar Rp 100.000, SIAGA wajib perbulan Rp.20.000 dan SIAGA khusus dibayar kapan saja dengan setoran minimal Rp. 100.000, Siaga pokok dan wajib hanya bisa ditarik ketika berhenti dari keanggotaan sedangkan SIAGA khusus dapat ditarik setiap bulan Januari.

2) SIBERKAH (simpanan berjangka mudharabah)

Keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65%.

Menggunakan akad mudharabah muthlaqah. Setoran minimal Rp. 500.000 dengan jangka waktu minimal 9 bulan.

3) SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah)

Simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Menggunakan akad wadiah yad al-dhamanah dan dapat ditarik pada waktu berdasarkan ketentuan yang berlaku.

4) SIDIK Fathonah (simpanan pendidikan fathonah)

Simpanan dana bagi yang ingin meraih cita-cita pendidikan secara sempurna dengan bagi hasil 45% dengan menggunakan akad mudharabah muthlaqah. Bisa disetor kapan saja dan penarikan pada saat tahun ajaran baru dan semesteran. Setoran awal Rp. 2.500 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 500.

5) SABAR (simpanan lebaran)

Simpanan yang bisa mempermudah memenuhi kebutuhan lebaran dengan memperoleh hasil sebesar 55%. Menggunakan akad mudharabah muthlaqah dengan setoran awal Rp 10.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000. Setoran kapan saja sedangkan penarikan pada saat bulan ramadhan saja.

6) SAHARA (simpanan haji dan umrah)

Simpanan yang bisa mempermudah pelaksanaan ibadah haji dan umroh dengan memperoleh keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% sebagai tambahan pengaturan biaya haji dan umroh. Menggunakan akad Mudharabah Muthalaqah, simpanan awal dasar adalah Rp. 1.000.000 dan setoran berikutnya sesuai kemampuan. Setoran kapan saja dan penarikan hanya bisa dilakukan ketika melaksanakan haji dan umroh kecuali terdapat Udzur Syar'i.

7) TABAH (tabungan Mudharabah)

Tabungan bisa mempermudah untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dan memperoleh 40% bagi hasil menggunakan akad Mudharabah Muthalaqah. Mulai toko Rp. 10.000 dan mulai saat itu paling sedikit Rp. 2.500.

8) TARAWI (tabungan Ukhrawi)

Tabungan sekaligus beramal tanpa kehilangan uang tabungan, dana ini akan diberikan kepada orang miskin dan yatim piatu. Menggunakan akad Mudharah Muthalaqah dengan setoran awal sebesar Rp. 10.000 dan selanjutnya minimal Rp. 5.000 dengan bagi hasil 50 %.

Dikuatkan dengan hasil dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti di BMT NU Cabang Kalisat :

Gambar 4.4 Produk BMT NU Cabang Kalisat



Sumber : Dokumentasi oleh peneliti, Kalisat 29 Desember 2024.

Persyaratan pembukaan tabungan yaitu: ⁶⁵

- b. Photo copy KTP/SIM/KARTANU atau kartu identitas lainnya.
 - 1) Mengisi form pada aplikasi atau registrasi di kantor cabang atau secara online melalui aplikasi BMT NU keren.
 - 2) Membayar biaya administrasi pembukaan tabungan Rp. 5.000 (Simpanan Non SIAGA).
- c. Produk Jasa ⁶⁶
 - 1) Layanan antar jemput tabungan dan pembiayaan
- d. Produk Maal
 - 1) Waqof Uang Tunai Infaq Harian

Untuk masjid atau mushollah, ummat sehat, bina usaha, kampung berseri, bantuan anak yatim, guru ngaji dan kaum dluafa.
- e. Produk Pembiayaan
 - 1) Al-Qardlul Hasan

Pembiayaan dengan jasa seiklasnya dengan jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran mingguan, bulanan, 4 bulan, 6 bulanan dan atau cash tempo.
 - 2) Murabahah dan Bai' Bitsamanil Ajil

Pembiayaan dengan pola jual beli barang. Harga pokok diketahui bersama dengan harga jual berdasarkan kesepakatan. Selisih harga pokok dengan harga jual merupakan

⁶⁵ Khoiratun Nisa, Diwawancarai Oleh penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

⁶⁶ Dokumentasi BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat Jember, 9 desember 2024.

margin/keuntungan BMT NU. Jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan, 4 bulanan, 6 bulanan (Bai' Bitsmail Ajil) dan atau cash tempo (murabahah).

3) Mudharabah dan Musyarakah

Pembiayaan seluruh modal kerja yang dibutuhkan (mudharabah) atau sebagian modal kerja (musyarakah). Bagi hasil dihitung berdasarkan keuntungan yang sebenarnya dengan berdasarkan kesepakatan (mudharabah) atau sesuai proporsi modal (musyarakah). Jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran mingguan, bulanan, 4 bulan, 6 bulanan dan atau cash tempo.

4) Rahn/ Gadai

Pembiayaan dengan menyerahkan barang atau bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman maksimal 95% dari harga barang. Masa pinjaman maksimal 4 bulan dan diperpanjang maksimal 3 kali. Barang yang diserahkan berupa barang berharga seperti perhiasan emas dan sebagainya. Biaya taksir dan uji barang ditanggung pemilik barang. BMT NU mendapatkan ujroh/ ongkos penitipan barang setiap harinya sebesar RP 6 untuk setiap kelipatan Rp. 10.000 dari harga barang.

f. Pembiayaan Tanpa Jaminan (LASISMA)

Layanan berbasis jamaah (LASISMA) merupakan layanan pinjaman/ pembiayaan tanpa jaminan bagi anggota yang berpenghasilan rendah dengan membentuk kelompok.

g. Talangan umroh

Talangan umroh di BMT NU adalah fasilitas pinjaman yang disediakan untuk membantu jamaah umroh yang ingin menunaikan ibadah umroh namun tidak memiliki dana cukup. Fasilitas ini berbasis prinsip syariah, sehingga tidak melibatkan riba atau bunga dalam prosesnya. Biasanya, BMT NU akan menawarkan talangan umroh dengan persyaratan yang jelas, seperti pembayaran kembali dalam jangka waktu tertentu setelah kepulangan dari umroh, dan tanpa tambahan biaya bunga. Prosesnya melibatkan analisis keuangan yang cermat untuk menentukan kemampuan calon jamaah umroh dalam mengembalikan pinjaman sesuai dengan prinsip keadilan dan kesepakatan bersama. Ini semua dilakukan dalam kerangka untuk memberikan akses yang lebih mudah bagi umat Islam yang berkeinginan untuk menunaikan umroh tanpa harus terbebani dengan kewajiban riba.

h. Pinjaman KURMA (Kredit Usaha Rohmatan lil ‘Alamin)

Pinjaman KURMA (Kredit Usaha Rohmatan lil ‘Alamin) adalah salah satu produk pembiayaan dari BMT NU yang dirancang untuk membantu anggota dalam mengembangkan usaha

mereka dengan prinsip syariah. Pinjaman ini diberikan tanpa riba dan biasanya menggunakan akad Murabahah (jual beli dengan margin keuntungan tetap), Mudharabah (bagi hasil), atau Qardhul Hasan (pinjaman kebajikan tanpa tambahan keuntungan) sesuai dengan kesepakatan antara BMT dan peminjam.

i. Pinjaman Multiguna Berkah

Pinjaman Multiguna Berkah adalah salah satu produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BMT NU untuk membantu anggota memenuhi berbagai kebutuhan finansial dengan prinsip syariah. Pinjaman ini dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti pendidikan, renovasi rumah, kesehatan, atau kebutuhan lainnya yang bersifat konsumtif tetapi tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Dikuatkan dengan hasil dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti

di BMT NU Cabang Kalisat :

Gambar 4.5 Produk Dan Akad BMT NU Cabang Kalisat



Sumber : Dokumentasi oleh peneleiti, Kalisat 9 Desember 2024.

Persyaratan Pembiayaan diantaranya: ⁶⁷

- a) Memasukkan data pada aplikasi permohonan pembiayaan dikantor Cabang BMT NU terdekat.
 - b) Menjadi anggota KSSPS BMT NU Jawa Timur.
 - c) Sanggup untuk diwawancarai, dilakukan survei usaha serta kelayakan dan dinilai jaminannya.
 - d) Memberikan bukti kepemilikan barang jaminan berupa sertifikat tanah/ bangunan BPKB mobil / motor, SK pertama dan SK terakhir pengangkatan PNS, dan jaminan tabungan atau atas nama perorangan atau lembaga.
 - e) Photo Copy KTP/ SIM/ KARTANU, kartu tanda pengenal lainnya serta administrasi lainnya yang ditentukan kemudian.
- SOM dan SOP Permohonan Pembiayaan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat Jember

- a) Bagian layanan memberikan penjelasan dan memberikan form.
- b) Anggota menerima form dan mengisi form.
- c) Bagian layanan memberikan form dan mempersilahkan anggota masuk keruangan kepala cabang.
- d) Kepala cabang menerima berkas dan melakukan wawancara serta memberikan berkas dan disposisi survei pada SUKMA.
- e) Bagian pembiayaan menerima disposisi SUKMA, melakukan survei, mengirim SUKMA hasil survei.

⁶⁷ Khoiratun Nisa, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

- f) Anggota disurvei.
- g) Kepala cabang menerima SUKMA hasil survei, memberikan rasio, membuat dan menyerahkan putusan pembiayaan.
- h) Bagian keuangan dan admin melakukan verifikasi putusan, dan menyerahkan hasil verifikasi.
- i) Kepala cabang mengadakan rapat komite pembiayaan, meminta rekom ke pusat jika putusan diatas otoritas.
- j) Bagian keuangan dan admin membuat berita acara rapat komite, membuat SP3 dan menyerahkan SP3.
- k) Bagian pembiayaan menerima SP3 dan mengantarkan SP3.
- l) Anggota menerima SP3.

SOM dan SOP Realisasi Pembiayaan BMT NU Cabang Kalisat Jember.

- a) Ruangan kepala cabang untuk pelaksanaan realisasi.
- b) Bagian keuangan dan admin menerima dan memeriksa perlengkapan dan kebenaran persyaratan. Mencatat pada buku kepemilikan barang jaminan, buku putusan dan registrasi pembiayaan serta membuat dan menyerahkan slip, akad dan pengikatan agunan.
- c) Bagian pembiayaan melakukan cek fisik nomor rangka dan mesin kendaraan.
- d) Kepala cabang menerima, memeriksa dan menandatangani berkas, input putusan, menjelaskan akad dan doa bersama serta meminta tanda tangan menyerahkan slip dan berkas.
- e) Anggota melakukan doa tanda tangan dan menerima slip.

- f) Bagian keuangan dan admin menerima berkas dan mengarsip berakad.
- g) Bagian teller menerima dan memeriksa slip, input data validasi dan print out buku rekening serta meminta tanda tangan. Menyerahkan sejumlah uang, slip dan buku rekening.
- h) Anggota tanda tangan, menerima sejumlah uang, buku rekening dan tanda bukti.

Dikuatkan oleh dokumentasi peneliti bersama *customer service* BMT NU Cabang Kalisat :

Gambar 4.6 Dokumentasi Wawancara Bersama *Customer service* BMT NU Cabang Kalisat



B. Penyajian dan Analisis Data

Pada setiap penelitian dilengkapi dengan penyajian data. penyajian data adalah suatu rangkaian kegiatan dalam proses penyelesaian hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Pada penelitian ini, peneliti memaparkan hasil temuan dilapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan observasi,

wawancara dan dokumentasi sebagai alat untuk mendapat data sebanyak-banyaknya untuk mendukung dalam mempelajari dan mengumpulkan data pada penelitian ini.

Pada penelitian ini untuk mendapatkan data terkait memperoleh data mengenai “Kualitas pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas”, yaitu melalui data yang didapat melalui observasi, wawancara, tentang sesuatu yang berhubungan dengan fokus masalah pada penelitian ini.

Kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam sebuah perusahaan karena mencakup berbagai elemen, seperti produk, jasa, manusia, dan lingkungan, yang harus mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan perusahaan didasarkan pada persepsi masyarakat terhadap layanan yang mereka terima.

untuk membangun citra positif, perusahaan perlu memberikan pelayanan terbaik melalui karyawannya, khususnya mereka yang berinteraksi langsung dengan pelanggan atau nasabah. Karyawan yang bertugas memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah inilah yang disebut dengan *customer service*. *Customer service* harus memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah adapun salah satu indikator kualitas pelayanan terdapat dimemnsi utama yang disusun sesuai dengan urutan tingkat kepentingan diantaranya kehandalan, daya tanggap dan jaminan.

1. Kualitas Pelayanan *Customer service* Pada Dimensi Kehandalan Di BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat

Kualitas pelayanan menjadi landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan pada dimensi kehandalan berkaitan dengan kemampuan lembaga BMT NU Cabang Kalisat untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Tujuan kualitas pelayanan adalah untuk memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan.

Loyalitas para nasabah merupakan kesetiaan para nasabah terhadap penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan kepadanya. Loyalitas para nasabah dapat dilihat dari layanan yang diberikan tepat waktu, akurat dan terpercaya. *Customer service* menyatakan bahwa:

“Terkait layanan yang diberikan oleh para *customer service* memberikan layanan yang tepat waktu kepada nasabah, dan terkait informasi yang diberikan kepada nasabah selalu akurat dan dapat dipercaya, didukung dengan bukti nyata. Setiap transaksi tabungan yang dilakukan akan dipastikan kebenarannya, dan pengecekan dilakukan secara rutin. Salah satu bentuk verifikasi adalah melalui telepon dari pihak pusat kepada nasabah, yang memastikan semua transaksi telah tercatat dengan benar. Hal tersebut untuk memberikan kesan kepada nasabah bahwa BMT benar-benar memperhatikan dan menjaga keamanan tabungan mereka. Nasabah pun merasa yakin bahwa uang mereka tidak disalahgunakan oleh pengelola BMT dan dikelola dengan penuh tanggung jawab”.⁶⁸

Sejalan dengan pendapat yang telah diungkapkan sebelumnya, Ibu Sundaryani, seorang pemilik toko pecah belah yang berlokasi di daerah Kalisat, turut memberikan pandangannya. Ibu Sundaryani adalah salah satu nasabah senior di BMT NU Cabang Kalisat. Beliau dikenal sebagai

⁶⁸ Khoiratun Nisa, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

nasabah yang telah menjadi anggota paling lama sejak awal berdirinya BMT ini. Tidak hanya itu, beliau juga dikenal sebagai nasabah yang sangat disiplin dalam menabung dan rutin melakukan transaksi keuangan di BMT tersebut. Karena konsistensinya, Ibu Sundaryani sering menjadi contoh atau inspirasi bagi nasabah lainnya dalam memanfaatkan layanan keuangan syariah. Dalam kesempatan ini, beliau mengungkapkan bahwa :

“Petugas BMT NU Cabang Kalisat memberikan layanan dengan tepat waktu dan informasi yang disampaikan oleh petugas pun sangat akurat, terpercaya, dan sesuai dengan apa yang dijanjikan sebelumnya, sehingga menumbuhkan rasa kepercayaan yang tinggi dari para nasabah. Sebagai contoh, kegiatan seperti penjemputan tabungan dan pelaksanaan survei dilakukan dengan tepat waktu sesuai dengan kesepakatan, tanpa ada keterlambatan atau perubahan yang tidak diinformasikan terlebih dahulu. Dan apabila ada kendala untuk penjemputan maka *customer service* selalu memberi kabar”.⁶⁹

Ibu Siti Nur Hovivah adalah seorang pedagang yang aktif sebagai nasabah di BMT NU Cabang Kalisat. Di antara seluruh nasabah yang ada, beliau menempati posisi sebagai nasabah dengan jumlah nominal simpanan atau transaksi terbesar di BMT tersebut. Ibu Siti Nur Hovivah mengatakan bahwa :

“Pelayanan yang diberikan oleh BMT NU Cabang Kalisat dapat dikatakan sangat memuaskan. Hal ini tidak hanya karena informasi yang disampaikan selalu sesuai dengan janji awal dan dapat dipercaya, tetapi juga karena setiap nasabah selalu dilayani dengan sikap ramah dan sopan. Dari pengalaman pribadi, saya merasakan langsung bagaimana pelayanan *customer service* di BMT NU Cabang Kalisat menunjukkan tingkat profesionalisme yang tinggi”.⁷⁰

⁶⁹ Sundaryani, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

⁷⁰ Siti Nur Hovivah, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

Selain dari layanan yang diberikan tepat waktu, akurat dan terpercaya, standar pelayanan yang jelas pada BMT NU sangat penting karena mencerminkan komitmen mereka terhadap kepuasan nasabah. Sebagai lembaga keuangan yang berbasis pada prinsip syariah, BMT NU tidak hanya bertujuan untuk menyediakan layanan yang efisien dan aman, tetapi juga memastikan bahwa setiap nasabah merasa dihargai dan diperlakukan secara adil. Dengan adanya standar pelayanan yang terperinci, BMT NU dapat menjaga konsistensi dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, mulai dari proses pembukaan rekening, pemberian pembiayaan, hingga penyelesaian keluhan nasabah. Khoiratun nisa selaku *customer service* mengatakan bahwa:

“pelayanan di BMT NU Cabang Kalisat juga menerapkan pada prinsip 3S (Senyum, Sapa, Salam). Prinsip ini merupakan prosedur standar yang harus diterapkan agar nasabah merasa nyaman atas pelayanan yang diberikan dan seluruh proses pelayanan pastinya tetap mengikuti SOP (*Standar Operasional Prosedur*) dan SOM (*Standard Operating Manual*) yang berlaku”.⁷¹

Sejalan dengan pendapat yang telah diungkapkan sebelumnya, Ibu Sundaryani, seorang pemilik toko pecah belah yang berlokasi di daerah Kalisat, turut memberikan pandangannya. Dalam kesempatan ini, beliau mengungkapkan bahwa :

“Petugas BMT NU Cabang Kalisat tidak hanya profesional dalam memberikan layanan, tetapi juga menerapkan SOP yang berlaku mereka selalu menunjukkan sikap sopan santun, murah senyum, ramah dan tidak lupa mengucapkan salam kepada nasabah dalam setiap interaksi. Hal ini memberikan suasana yang nyaman dan

⁷¹ Khoiratun Nisa, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

menyenangkan bagi saya sebagai nasabah saat berkomunikasi atau bertransaksi”⁷².

Petugas BMT NU Cabang Kalisat tidak hanya menunjukkan profesionalisme dalam memberikan layanan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan nyaman bagi nasabah melalui penerapan SOP yang baik. Sikap sopan santun, ramah, murah senyum, dan selalu mengucapkan salam dalam setiap interaksi mencerminkan nilai-nilai pelayanan yang berkualitas. Ibu Siti Nur Hovivah mengatakan bahwa :

“Mereka tidak hanya bersikap sopan dan santun dalam melayani, tetapi juga memiliki kepedulian yang tulus terhadap kebutuhan nasabah. Tingkat tanggung jawab mereka terhadap setiap permasalahan atau kebutuhan nasabah sangat tinggi, sehingga memberikan rasa nyaman dan kepercayaan penuh kepada nasabah”⁷³.

Standar pelayanan yang jelas mempunyai tanggapan yang positif dari nasabah akan tetapi penyediaan layanan sesuai jadwal yang dijanjikan sangat penting untuk memastikan kenyamanan dan kepuasan nasabah. Ketika BMT NU memastikan bahwa layanan diberikan tepat waktu sesuai dengan waktu yang telah disepakati, nasabah dapat merasa lebih percaya dan nyaman dalam bertransaksi. Hal ini juga menunjukkan bahwa BMT NU memiliki manajemen waktu yang baik dan menghargai waktu nasabah. Dengan begitu, nasabah tidak perlu khawatir akan adanya penundaan yang dapat mengganggu aktivitas mereka, dan mereka bisa merasa lebih yakin bahwa BMT NU adalah lembaga yang dapat

⁷² Sundaryani , Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

⁷³ Siti Nur Hovivah, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

diandalkan dalam memenuhi janji layanan. Khoirtun nisa mengatakan bahwa:

“saya sebagai *customer service* selalu memberi layanan sesuai jadwal yang diberikan, akan tetapi Jika dalam situasi tertentu terjadi keterlambatan yang tidak terduga, kami selalu berupaya menginformasikan kepada nasabah secepat mungkin. Dengan komunikasi yang baik, nasabah dapat memahami kondisi yang ada, dan kami dapat mencari solusi terbaik bersama. Dengan demikian, kepercayaan nasabah terhadap BMT NU Cabang Kalisat semakin meningkat”.⁷⁴

Khoiratun nisa, menjelaskan bahwa standar pelayanan yang jelas mempunyai tanggapan yang positif dari nasabah akan tetapi penyediaan layanan sesuai jadwal yang dijanjikan sangat penting untuk memastikan kenyamanan dan kepuasan nasabah. Ibu Siti Nur Hovivah mengatakan bahwa:

“Dengan pelayanan yang ramah, tepat waktu, dan penuh perhatian terhadap kebutuhan nasabah, BMT NU Cabang Kalisat berhasil menciptakan hubungan yang erat dan penuh kepercayaan dengan para nasabahnya. Hal ini mencerminkan komitmen mereka dalam memberikan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial, tetapi juga memperhatikan kenyamanan dan kepuasan setiap nasabah”.⁷⁵

BMT NU Cabang Kalisat berhasil membangun hubungan yang kuat dan penuh kepercayaan dengan para nasabahnya melalui pelayanan yang ramah, tepat waktu, dan penuh perhatian. Komitmen mereka untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial, tetapi juga menjaga kenyamanan dan kepuasan nasabah, mencerminkan dedikasi BMT NU dalam memberikan layanan yang berkualitas. Hal ini memperkuat citra BMT NU sebagai lembaga yang peduli dan dapat diandalkan, yang pada

⁷⁴ Khoiratun nisa, Diwawancarai oleh penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

⁷⁵ Siti Nur Hovivah, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

akhirnya meningkatkan loyalitas dan kepercayaan nasabah. Dalam kesempatan ini, beliau mengungkapkan bahwa :

“ Komitmen mereka menjalankan layanan sesuai jadwal yang dijanjikan dalam menjaga kualitas layanan menjadi salah satu alasan mengapa saya merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini menjadikan BMT NU Cabang Kalisat layak menjadi pilihan utama bagi siapa saja yang mencari lembaga keuangan syariah dengan pelayanan prima dan penuh empati”⁷⁶

Dikuatkan oleh observasi langsung yang dilakukan oleh peneliti di BMT NU Caabangg Kalisat bahwa *customer service* sudah memberikan informasi yang jelas, akurat dan terpercaya kepada nasabah. Dalam transaksi keuangan, pencatatan dan pelaporan dilakukan secara sistematis untuk menghindari kesalahan. Dan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat sudah melakukan SOP yang berlaku seperti salam, senyum, sapa terhadap setiap nasabah. Dan juga para *customer service* selalau melayani nasabah sesuai dengan jadwal yang dijanjikan, apabila *customer service* mengalami halangan maka *customer service* segera menghubungi nasabah untuk konfirmasi.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa responden, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah BMT NU Cabang Kalisat mengungkapkan kepuasan mereka terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Para nasabah menjelaskan bahwa pelayanan yang diberikan oleh BMT NU Cabang Kalisat telah menggunakan standar operasional prosedur (SOP) yang berlaku, yang memastikan setiap proses transaksi dan interaksi dilakukan secara terstruktur, profesional, dan

⁷⁶ Sundaryani, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

konsisten. Pelaksanaan SOP ini mencakup berbagai aspek pelayanan, mulai dari proses administrasi, transaksi keuangan, hingga komunikasi antara petugas dengan nasabah.

Nasabah juga mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT NU Cabang Kalisat tidak hanya memenuhi, tetapi sering kali melampaui harapan mereka. Hal ini terlihat dari cara petugas melayani dengan sikap yang ramah, sopan, dan responsif terhadap kebutuhan nasabah. Selain itu, setiap informasi yang diberikan oleh petugas selalu jelas, mudah dipahami, dan sesuai dengan apa yang dijanjikan, sehingga menambah kepercayaan para nasabah.

Kenyamanan yang dirasakan para nasabah menjadi salah satu bukti nyata bahwa BMT NU Cabang Kalisat telah berhasil menciptakan suasana pelayanan yang positif. Dengan pelayanan yang konsisten, terpercaya, dan berbasis pada prinsip syariah, nasabah merasa yakin untuk terus menjalin hubungan keuangan dengan lembaga ini. Rasa percaya ini tumbuh dari kombinasi antara kualitas pelayanan yang profesional dan sikap petugas yang berorientasi pada kepuasan nasabah.

Dengan demikian, BMT NU Cabang Kalisat tidak hanya menjadi tempat untuk memenuhi kebutuhan keuangan syariah, tetapi juga menjadi lembaga yang mampu memberikan pengalaman pelayanan yang menyenangkan, aman, dan penuh kepercayaan bagi setiap nasabahnya. Hal ini membuktikan bahwa penerapan standar pelayanan yang baik dapat menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas nasabah.

Dikuatkan dengan hasil dokumentasi saat wawancara dengan *customer service* dan juga nasabah BMT NU Cabang Kalisat:

Gambar 4.7 Dokumentasi Saat Wawancara



2. Kualitas Pelayanan *Customer service* Pada Dimensi Daya Tanggap Di BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat

Kualitas pelayanan merupakan perbedaan antara kinerja yang diterima dengan harapan. Kualitas pelayanan mempunyai peran yang sangat penting dan berpengaruh pada tingkat kepuasan para nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMT. Hal ini juga akan menentukan tingkat loyalitas nasabah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan hendaknya mendapatkan perhatian dan prioritas utama. Salah satu dimensi pelayanan yang dilakukan adalah daya tanggap. Daya tanggap adalah

kesigapan dan kecepatan dalam melayani serta memberikan tanggapan kepada nasabah. Terdapat beberapa indikator daya tanggap, di antaranya:

- a. Kesediaan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat.
- b. Kesediaan karyawan dalam membantu keluhan nasabah.
- c. Informasi yang diberikan kepada nasabah harus jelas dan rinci.

Kesediaan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat" berarti seberapa cepat dan sigap karyawan BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat dalam melayani nasabah. Ini meliputi bagaimana mereka siap memberikan bantuan kepada nasabah tanpa membuat mereka menunggu terlalu lama, baik saat nasabah datang langsung maupun saat berkomunikasi melalui telepon atau media lain. Khairatun Nisa, seorang *customer service* BMT NU Cabang Kalisat, mengungkapkan bahwa:

“ *Customer service* memberikan layanan dengan cepat dan sigap kepada nasabah, baik dalam proses pembuatan tabungan, penarikan dana, maupun pengajuan pinjaman. Jika ada nasabah yang mengajukan pertanyaan atau memiliki kendala, *customer service* akan segera memberikan solusi yang jelas dan mudah dipahami. Jika nasabah belum memahami, petugas akan menjelaskan ulang hingga nasabah benar-benar mengerti. Pelayanan yang diberikan juga dilakukan dengan penuh keramahan sehingga nasabah merasa nyaman dan dihargai dalam setiap transaksi “⁷⁷

Pelayanan yang diberikan oleh *customer service* BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat sangat baik dalam hal kecepatan dan ketanggapan. Mereka sigap dalam menangani berbagai kebutuhan nasabah, seperti pembuatan tabungan, penarikan dana, dan pengajuan pinjaman. Selain itu, mereka juga cepat memberikan solusi yang jelas dan mudah dipahami jika

⁷⁷ Koiratun Nisa, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

nasabah memiliki pertanyaan atau masalah. Jika nasabah belum mengerti, *customer service* dengan sabar akan menjelaskan kembali hingga nasabah benar-benar paham. Pelayanan yang dilakukan juga disertai dengan sikap ramah, membuat nasabah merasa nyaman dan dihargai dalam setiap transaksi yang dilakukan. Hal ini berkontribusi pada peningkatan loyalitas nasabah terhadap BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat. Sejalan dengan pernyataan tersebut, Ibu Siti Nur Hovivah mengatakan bahwa :

“ Respons petugas dalam melayani kebutuhan nasabah sangat cepat. Petugas tidak hanya sigap dalam menangani transaksi, tetapi juga mampu memberikan solusi yang relevan dalam waktu singkat. Dengan demikian, nasabah merasa mendapatkan perhatian penuh dari lembaga keuangan ini. Saya menambahkan bahwa kecepatan pelayanan ini menjadi salah satu alasan utama mengapa saya tetap setia menggunakan layanan BMT NU Cabang Kalisat ”.⁷⁸

Dari hasil observasi yang dilakukan di BMT NU Cabang Kalisat, terlihat bahwa *customer service* mampu melayani nasabah dengan cepat dan tepat. Waktu yang diperlukan untuk proses transaksi seperti penarikan atau penyetoran dana hanya sekitar lima menit. Hal ini menunjukkan efisiensi pelayanan yang tinggi dan komitmen BMT NU Cabang Kalisat dalam menjaga kepuasan nasabah.

Dikuatkan dengan hasil dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti saat *customer service* melayani nasabah.

⁷⁸ Siti Nur Hovivah, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

Gambar 4.8 customer service melayani nasabah



Kesediaan karyawan dalam membantu keluhan nasabah menunjukkan komitmen dan dedikasi mereka dalam memberikan pelayanan yang memuaskan. Karyawan yang siap mendengarkan, menangani, dan menyelesaikan keluhan nasabah dengan sikap ramah dan profesional akan menciptakan pengalaman yang positif bagi nasabah. Mereka tidak hanya memberikan solusi yang efektif, tetapi juga memastikan nasabah merasa dihargai dan diperhatikan. Ibu Sundaryani mengungkapkan bahwa :

“Daya tanggap petugas BMT NU Cabang Kalisat dalam menangani keluhan nasabah sangat baik. Petugas selalu bersikap sabar, profesional, dan memberikan penjelasan yang rinci terkait permasalahan yang dihadapi oleh nasabah. Sebagai contoh, jika ada nasabah yang kurang memahami produk tabungan tertentu, petugas akan memberikan penjelasan yang detail dengan bahasa yang mudah dimengerti. Saya juga menambahkan bahwa petugas *customer service* selalu memastikan bahwa setiap keluhan nasabah mendapatkan solusi yang memadai sehingga nasabah tidak merasa diabaikan”⁷⁹.

Tanggapan nasabah sangat positif karena daya tanggap petugas BMT NU Cabang Kalisat dalam menangani keluhan nasabah sangat baik, ditunjukkan dengan sikap sabar, profesional, dan kemampuan

⁷⁹ Sundaryani , Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

memberikan penjelasan yang jelas. Petugas selalu berusaha memastikan bahwa nasabah memahami setiap informasi terkait produk atau masalah yang dihadapi. Selain itu, setiap keluhan nasabah ditangani dengan serius dan diberikan solusi yang memadai, sehingga nasabah merasa dihargai dan tidak diabaikan. Hal ini menciptakan rasa kepercayaan dan kepuasan yang tinggi dari nasabah, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka terhadap layanan BMT NU Cabang Kalisat. Ibu Siti Nur Hovivah juga menambahkan bahwa :

“Setiap kali saya mengalami kendala dalam layanan, *customer service* selalu memberikan solusi yang cepat dan tepat. Mereka tidak hanya mendengarkan keluhan, tetapi juga memberikan langkah-langkah yang jelas dalam menyelesaikan masalah. Hal ini menciptakan rasa aman bagi nasabah dan memperkuat kepercayaan mereka terhadap pelayanan BMT NU Cabang Kalisat”⁸⁰.

Dari hasil observasi yang dilakukan, terlihat bahwa *petugas customer service* selalu siap membantu menyelesaikan keluhan nasabah dengan pendekatan yang ramah dan profesional. Mereka memastikan bahwa setiap permasalahan yang disampaikan segera ditindaklanjuti dan diberikan solusi yang memadai. Proses penyampaian keluhan juga dibuat transparan agar nasabah merasa lebih dihargai dan mendapatkan kepastian atas penyelesaian masalah mereka.

Memberikan informasi yang jelas dan rinci kepada nasabah sangat penting untuk memastikan nasabah memahami dengan baik produk, layanan, atau prosedur yang ditawarkan. Dengan informasi yang lengkap dan mudah dipahami, nasabah dapat membuat keputusan yang tepat dan

⁸⁰Siti Nur Hovivah, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

merasa lebih percaya diri dalam menggunakan layanan. Hal ini juga dapat mengurangi kebingungannya, meningkatkan kepuasan, serta memperkuat hubungan antara nasabah dan penyedia layanan, yang pada akhirnya mendukung loyalitas nasabah. Ibu Siti Nur Hovivah menambahkan bahwa:

“Informasi yang diberikan oleh *customer service* BMT NU Cabang Kalisat selalu jelas dan rinci. Petugas tidak hanya memberikan informasi sesuai permintaan nasabah, tetapi juga memastikan bahwa nasabah memahami setiap detail layanan yang diberikan. Saya menuturkan bahwa setiap pertanyaan yang saya ajukan selalu dijawab dengan sabar dan rinci, sehingga saya merasa yakin dalam mengambil keputusan keuangan”⁸¹.

Sejalan dengan hal ini, Ibu Sundaryani juga menyampaikan bahwa :

“Petugas BMT NU Cabang Kalisat memiliki cara komunikasi yang baik dalam menjelaskan informasi kepada nasabah. Mereka menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan tidak terburu-buru dalam memberikan penjelasan. Selain itu, mereka juga memastikan bahwa nasabah tidak hanya sekadar menerima informasi tetapi benar-benar memahami setiap aspek layanan yang mereka gunakan.”⁸²

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa *customer service* selalu menyampaikan informasi dengan bahasa yang mudah dipahami dan tidak terburu-buru dalam menjelaskan. Jika ada pertanyaan tambahan dari nasabah, petugas dengan sabar menjawab dan memastikan tidak ada kebingungan yang tersisa. Hal ini membuktikan bahwa BMT NU Cabang Kalisat tidak hanya berfokus pada transaksi keuangan, tetapi juga pada edukasi dan pemahaman nasabah terhadap produk dan layanan yang mereka gunakan.

⁸¹ Siti Nur Hovivah, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

⁸² Sundaryani, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

3. Kualitas Pelayanan *Customer service* Pada Jaminan (*Asurance*) Di BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat

Kualitas pelayanan sangat berdampak pada tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMT NU Cabang Kalisat, yang selanjutnya akan menentukan tingkat loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan harus mendapatkan perhatian dan prioritas utama agar dapat menumbuhkan rasa kepercayaan antara nasabah dan BMT NU Cabang Kalisat. Pelayanan yang diberikan hendaknya dilakukan sesuai prinsip syariah, kesopanan, serta keterampilan pegawai dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap lembaga. Terdapat beberapa indikator dalam dimensi jaminan, di antaranya:

- a. Keamanan dalam transaksi dan pengelolaan jaminan.
- b. Kredibilitas dan kompetensi petugas.
- c. Kesopanan dan komunikasi dalam pelayanan.

Loyalitas para nasabah merupakan kesetiaan mereka terhadap penyedia jasa yang telah memberikan pelayanan terbaik. Di sini, peneliti ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat dalam dimensi jaminan.

a. Keamanan dalam Transaksi dan Pengelolaan Jaminan

Keamanan dalam transaksi dan pengelolaan jaminan merupakan aspek yang sangat penting dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap penyedia layanan. Dengan memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan dengan aman dan pengelolaan jaminan dilakukan secara hati-

hati dan transparan, nasabah merasa lebih tenang dan percaya bahwa aset mereka dilindungi dengan baik. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga memperkuat loyalitas mereka terhadap layanan yang diberikan, karena mereka merasa aman dan terlindungi dalam setiap transaksi yang dilakukan. Ibu Sundaryani, seorang pemilik toko pecah belah berlokasi di Kalisat, menyatakan bahwa:

“BMT NU Cabang Kalisat selalu memastikan bahwa setiap transaksi yang dilakukan oleh nasabah tercatat dengan baik dan memiliki bukti fisik berupa dokumen tertulis, seperti slip transaksi atau buku tabungan. Hal ini memberikan rasa aman dan transparansi kepada nasabah terkait aktivitas keuangan mereka”.⁸³

Sejalan dengan pernyataan tersebut, BMT NU Cabang Kalisat juga memiliki sistem penyimpanan jaminan yang aman. Bagi nasabah yang menggadaikan BPKB kendaraan sebagai jaminan, BMT memastikan bahwa dokumen tersebut disimpan dengan baik dalam brankas khusus. Jika nasabah ingin mengambil kembali jaminan mereka, ada prosedur yang harus dipenuhi, seperti pelunasan pinjaman terlebih dahulu. Semua transaksi terkait jaminan dicatat secara rinci dalam buku besar, sehingga memberikan transparansi bagi nasabah.⁸⁴

Dari hasil observasi yang dilakukan, terlihat bahwa sistem pencatatan transaksi di BMT NU Cabang Kalisat sangat terorganisir. Nasabah diberikan akses terhadap informasi keuangan mereka secara

⁸³ Sundaryani, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

⁸⁴ Khoiratun Nisa, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

jelas, sehingga mereka merasa lebih yakin bahwa dana atau jaminan mereka dikelola dengan profesional dan sesuai aturan yang berlaku.

b. Kredibilitas dan Kompetensi Petugas

Ibu Siti Nur Hovivah, seorang pedagang yang memiliki jumlah saldo terbesar di BMT NU Cabang Kalisat, menyatakan bahwa:

“Pelayanan yang diberikan sangat profesional. Setiap transaksi yang dilakukan oleh nasabah selalu tercatat dengan baik dan memiliki bukti fisik berupa dokumen tertulis, seperti slip transaksi atau buku tabungan. Hal ini memberikan rasa aman dan transparansi kepada nasabah dalam mengelola aktivitas keuangan mereka. Selain itu, petugas BMT NU Cabang Kalisat memiliki kompetensi yang tinggi dalam memberikan informasi mengenai produk dan layanan keuangan. Mereka dapat menjelaskan prosedur dengan jelas dan memberikan panduan bagi nasabah yang mengalami kesulitan dalam memahami produk yang ditawarkan. Sikap profesionalisme ini menjadi salah satu faktor utama dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap BMT NU Cabang Kalisat”⁸⁵

Hasil observasi menunjukkan bahwa petugas *customer service* selalu memberikan informasi yang akurat dan tidak menyesatkan.

Mereka juga memiliki pemahaman yang mendalam terkait produk yang mereka tawarkan, sehingga nasabah merasa terbantu dalam setiap keputusan keuangan yang mereka buat.

c. Kesopan dan komunikasi yang baik

Kesopanan dan komunikasi yang baik dalam pelayanan sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang positif bagi nasabah. Karyawan yang sopan dan ramah dapat membuat nasabah merasa dihargai dan nyaman, sementara komunikasi yang jelas dan efektif

⁸⁵ Siti Nur Hovivah, Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

memastikan bahwa nasabah memahami informasi yang diberikan. Kombinasi dari keduanya membantu membangun hubungan yang kuat antara nasabah dan penyedia layanan, meningkatkan kepuasan nasabah, dan mendorong loyalitas yang lebih tinggi terhadap layanan yang diberikan. Ibu Sundaryani juga menuturkan bahwa:

“Petugas BMT NU Cabang Kalisat selalu mengedepankan kesopanan dalam setiap interaksi dengan nasabah. Setiap kali berkunjung ke kantor BMT, saya selalu disambut dengan senyum, salam, dan sapa yang mencerminkan keramahan petugas. Sikap ini memberikan rasa nyaman bagi nasabah dan membuat mereka merasa dihargai sebagai bagian dari komunitas BMT NU Cabang Kalisat. Selain itu, dalam setiap komunikasi dengan nasabah, petugas selalu menggunakan bahasa yang sopan dan mudah dipahami. Mereka tidak hanya sekadar memberikan layanan, tetapi juga memastikan bahwa nasabah benar-benar memahami setiap informasi yang disampaikan”⁸⁶.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa interaksi antara petugas dan nasabah berlangsung dengan suasana yang ramah dan penuh rasa hormat. Setiap nasabah yang datang dilayani dengan baik, tanpa membedakan latar belakang atau jumlah transaksi yang mereka lakukan. Hal ini menunjukkan bahwa BMT NU Cabang Kalisat tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kepuasan dan kenyamanan nasabah.

Dikuatkan dengan hasil dokumentasi saat *customer service* berkomunikasi dengan nasabah saat melakukan pembiaian:

⁸⁶ Sundaryani , Diwawancarai Oleh Penulis, Kalisat 6 Desember 2024.

Gambar 4.8 *customer service* berkomunikasi dengan nasabah



Tabel 4.1 Tabulasi Hasil Temuan

No	Dimensi penelitian	Hasil temuan penelitian
1	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Hasil penelitian bahwa kehandalan pelayanan di BMT NU Cabang Kalisat dikenal memiliki kehandalan yang tinggi, sehingga mampu membangun loyalitas nasabah secara kuat.
2	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa di BMT NU Cabang Kalisat, daya tanggap menjadi salah satu dimensi pelayanan yang sangat diutamakan.
3	Jaminan (<i>Asurance</i>)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan pelayanan berperan penting dalam membangun hubungan yang kokoh antara lembaga dan nasabah.

Sumber : Penulis

C. Pembahasan Hasil Temuan

1. Kualitas Pelayanan *Customer service* Pada Dimensi Kehandalan (*Reliability*) Di BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat Dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan data temuan terkait dengan dimensi kehandalan bahwa kehandalan dalam pelayanan BMT NU Cabang Kalisat dalam

memberikan layanan yang konsisten, akurat, dan sesuai dengan harapan serta janji yang telah disampaikan kepada nasabah. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kehandalan pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Aspek kehandalan ini mencakup ketepatan waktu dalam pelayanan, keakuratan informasi yang diberikan, serta kejelasan prosedur dalam berbagai layanan perbankan syariah yang ditawarkan. Dalam perspektif ekonomi Islam, kehandalan ini mencerminkan nilai amanah (kepercayaan) yang harus dijaga dalam setiap interaksi antara lembaga keuangan dan nasabah. Indikator kehandalan yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi ketepatan waktu dalam menangani transaksi dan permohonan layanan, keakuratan informasi terkait produk keuangan yang disampaikan kepada nasabah, serta konsistensi dalam menerapkan prosedur layanan tanpa ada perubahan yang tidak terduga.

Kehandalan (*Reliability*) salah satu dimensi utama dalam kualitas pelayanan yang berkontribusi besar terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Kehandalan dalam konteks pelayanan di BMT NU Cabang Kalisat merujuk pada kemampuan institusi dalam memberikan layanan yang sesuai dengan janji yang telah disampaikan kepada nasabah secara konsisten, akurat, dan terpercaya. Menurut Tjiptono Dalam Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto, kehandalan mencakup aspek-aspek utama seperti ketepatan waktu dalam memberikan layanan, keakuratan informasi, serta konsistensi dalam memenuhi

kebutuhan pelanggan.⁸⁷ Dalam perspektif ekonomi Islam, konsep kehandalan erat kaitannya dengan nilai-nilai moral seperti amanah (kepercayaan), kejujuran, dan tanggung jawab. Selain itu, dalam konteks muamalah Islam, kehandalan merupakan salah satu prinsip dasar dalam menjalankan bisnis dan aktivitas ekonomi, sebagaimana ditegaskan dalam prinsip *shiddiq* (kejujuran) yang menjadi pilar utama dalam interaksi ekonomi yang adil dan transparan.⁸⁸

Kehandalan dalam pelayanan BMT NU Cabang Kalisat diwujudkan melalui ketepatan waktu dalam layanan, keakuratan informasi, dan transparansi, serta konsistensi dalam memberikan layanan yang berkualitas. Berdasarkan observasi, proses transaksi keuangan seperti penyetoran dan penarikan tabungan dapat diselesaikan dalam waktu rata-rata 5 menit, sementara proses pengajuan pembiayaan membutuhkan waktu sekitar 10 menit tergantung pada kelengkapan dokumen yang disediakan nasabah. Efisiensi waktu ini menunjukkan komitmen BMT dalam memberikan layanan yang cepat dan tepat sesuai harapan nasabah. Keakuratan informasi yang diberikan kepada nasabah juga menjadi fokus utama, di mana *customer service* dilatih untuk menyampaikan informasi yang jelas dan transparan terkait produk keuangan yang ditawarkan. Oleh karena itu, BMT memastikan bahwa

⁸⁷ Tjiptono Dalam Freekley Steyfli Maramis, Irsyad Nasution, Wawan Oktriawan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Muttaqin* 3, no. 2 (Juli 2022): 181.

⁸⁸ Rumiyaniti Dalam Nurul Adimah, Mokh. Irsyad Nasution, Wawan Oktriawan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Muttaqien* 3, no. 2 (Juli 2022):181.

semua informasi mengenai produk simpanan dan pembiayaan disampaikan secara transparan kepada nasabah. Hal ini juga selaras dengan konsep *hisbah* dalam Islam, yang menekankan pentingnya adanya pengawasan dalam praktik ekonomi guna memastikan keadilan dan keseimbangan dalam interaksi bisnis.

Konsistensi dalam pelayanan merupakan aspek penting dalam membangun loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah, mayoritas dari mereka menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh *customer service* BMT NU Cabang Kalisat selalu ramah dan profesional, tanpa adanya diskriminasi. Standar pelayanan yang diterapkan, seperti penerapan prinsip 3S (Senyum, Salam, Sapa), memastikan bahwa setiap nasabah mendapatkan pengalaman yang positif setiap kali berinteraksi dengan lembaga tersebut. Konsistensi dalam memberikan pelayanan juga dipastikan dengan pelatihan rutin bagi petugas *customer service* untuk meningkatkan kompetensi dan pemahaman mereka terhadap kebutuhan nasabah. Evaluasi berkala dilakukan untuk menilai kinerja karyawan dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan guna menjaga kualitas pelayanan tetap optimal. Untuk menjaga standar kehandalan, BMT NU Cabang Kalisat melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja layanan *customer service*. Salah satu metode yang digunakan adalah survei kepuasan nasabah dan panggilan kontrol dari pusat untuk mengevaluasi pelayanan yang diberikan. Jika ditemukan adanya ketidaksesuaian dalam layanan, manajemen segera

melakukan perbaikan. Pendekatan ini sejalan dengan konsep hisbah dalam Islam, yang menekankan pentingnya pengawasan dalam kegiatan ekonomi guna memastikan bahwa semua transaksi berjalan sesuai dengan prinsip syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehandalan pelayanan di BMT NU Cabang Kalisat memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Nasabah yang merasakan layanan yang cepat, akurat, dan konsisten cenderung memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Kepercayaan yang terbentuk dari pelayanan yang andal membuat nasabah lebih cenderung untuk tetap menggunakan produk keuangan BMT, bahkan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Dari perspektif ekonomi Islam, loyalitas nasabah dapat dikaitkan dengan konsep ukhuwah Islamiyah, yaitu hubungan persaudaraan yang didasarkan pada kepercayaan dan kejujuran. Ketika BMT mampu menjaga amanah dalam pelayanan, nasabah akan lebih nyaman dan percaya untuk menjadikan BMT sebagai mitra keuangan jangka panjang. Loyalitas ini semakin diperkuat dengan adanya prinsip *ta'awun* (tolong-menolong) dalam Islam, di mana nasabah yang merasa puas dengan layanan akan dengan sukarela merekomendasikan BMT kepada orang lain, sehingga jaringan loyalitas terus berkembang secara organik.

Kehandalan dalam pelayanan merupakan faktor kunci dalam menumbuhkan loyalitas nasabah di BMT NU Cabang Kalisat. Dengan memastikan ketepatan waktu, keakuratan informasi, konsistensi layanan,

serta penerapan sistem evaluasi yang baik, BMT dapat membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan nasabah. Hal ini tidak hanya meningkatkan reputasi BMT sebagai lembaga keuangan syariah yang terpercaya, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Selain itu, keberlanjutan kehandalan dalam pelayanan ini juga sejalan dengan prinsip maqashid syariah, yang menekankan perlindungan terhadap harta (*hifzhul maal*) serta peningkatan kesejahteraan umat melalui sistem ekonomi yang adil dan transparan. Dengan demikian, BMT tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan keuangan, tetapi juga sebagai institusi yang berkontribusi terhadap stabilitas ekonomi berbasis syariah.

2. Kualitas Pelayanan *Customer service* Pada Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) Di BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat Dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan data temuan terkait dimensi daya tanggap bahwa kemampuan lembaga dalam memberikan respon yang cepat dan tepat terhadap permintaan, pertanyaan, dan keluhan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tanggap merupakan salah satu dimensi pelayanan yang sangat diutamakan oleh BMT NU Cabang Kalisat. Petugas *customer service* diketahui selalu berusaha melayani nasabah dengan sigap, ramah, serta memastikan setiap transaksi dilakukan tanpa penundaan yang tidak perlu. Indikator daya tanggap dalam penelitian ini meliputi kecepatan dalam menangani transaksi dan pertanyaan nasabah,

kesigapan dalam membantu menyelesaikan permasalahan atau kendala yang dihadapi nasabah, serta kemampuan petugas dalam memberikan solusi yang cepat dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dalam perspektif ekonomi Islam, daya tanggap ini dapat dikaitkan dengan konsep ihsan, yaitu memberikan layanan dengan penuh kesungguhan dan kualitas terbaik melebihi ekspektasi nasabah.

Daya tanggap dalam pelayanan juga dapat dikaitkan dengan teori kualitas pelayanan dari Tjiptono dalam freekley steyfli maramis, irsyad nasution, wawan oktriawan yang menekankan bahwa responsivitas melibatkan kemauan dan kemampuan staf dalam membantu pelanggan serta memberikan pelayanan yang cepat. Indikator utama dalam mengukur daya tanggap *mencakup* kesediaan pegawai dalam membantu nasabah, kecepatan dalam menangani transaksi, serta kesiapan dalam menanggapi keluhan. Dalam ekonomi Islam, konsep ini sejalan dengan prinsip *maslahah* (kemanfaatan) yang menekankan bahwa setiap pelayanan harus membawa manfaat yang maksimal bagi pelanggan. Oleh karena itu, semakin baik daya tanggap yang diberikan, semakin besar pula tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap BMT NU Cabang Kalisat.⁸⁹

Daya Tanggap (*Responsiveness*) merupakan kemampuan BMT NU Cabang Kalisat untuk memberikan respon yang cepat, sigap, dan tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah. Hal ini mencakup berbagai aspek, mulai dari kecepatan dalam menangani transaksi, kesigapan dalam

⁸⁹ Tjiptono Dalam Freekley Steyfli Maramis, Irsyad Nasution, Wawan Oktriawan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Muttaqin* 3, no. 2 (Juli 2022): 181.

melayani permintaan, hingga kemampuan dalam merespons keluhan nasabah secara efektif. Dalam praktiknya, daya tanggap mencerminkan kesiapan staf atau petugas BMT untuk memberikan pelayanan terbaik tanpa menunda-nunda waktu, sehingga nasabah merasa dihargai dan diperhatikan. Daya tanggap tidak hanya berkaitan dengan kecepatan dalam memberikan pelayanan, tetapi juga dengan ketepatan dalam memahami kebutuhan nasabah. Misalnya, ketika nasabah mengalami kendala atau memiliki keluhan, staf BMT NU diharapkan mampu memberikan solusi dengan cepat dan tepat. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap mencerminkan tingkat kepedulian lembaga keuangan terhadap kepuasan nasabahnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di BMT NU Cabang Kalisat, daya tanggap menjadi salah satu dimensi pelayanan yang sangat diutamakan. Staf BMT diketahui melayani setiap transaksi nasabah dengan penuh kesigapan, memastikan bahwa layanan diberikan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan. Selain itu, BMT NU juga menunjukkan kecepatan dalam merespons keluhan atau masalah yang diajukan oleh nasabah, sehingga mereka *merasa* didengar dan diprioritaskan. Sikap ini menciptakan rasa percaya dan loyalitas yang tinggi di kalangan nasabah. Dalam konteks ekonomi Islam, daya tanggap memiliki dimensi moral yang mendalam. Konsep ini mencerminkan prinsip ihsan (kebaikan) yang dianjurkan dalam Islam, yaitu memberikan pelayanan dengan penuh kesungguhan, kualitas terbaik, dan tepat waktu. Ihsan bukan hanya soal memberikan layanan yang baik, tetapi juga

melampaui ekspektasi untuk menciptakan kenyamanan dan kepuasan bagi orang lain. Dengan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, BMT NU Cabang Kalisat tidak hanya menjalankan fungsi sebagai lembaga keuangan, tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai Islam dalam interaksinya dengan nasabah. Ketanggapan yang baik dari BMT NU terbukti memiliki dampak positif terhadap loyalitas nasabah. Ketika nasabah merasa bahwa kebutuhan mereka dilayani dengan cepat, tepat, dan sigap, mereka akan cenderung mempercayai dan terus menggunakan layanan dari BMT. Hal ini pada akhirnya memperkuat hubungan antara lembaga keuangan dan nasabah, sekaligus meningkatkan reputasi BMT sebagai lembaga keuangan syariah yang unggul dan terpercaya.

Kehandalan dan daya tanggap dalam pelayanan merupakan faktor kunci dalam menumbuhkan loyalitas nasabah di BMT NU Cabang Kalisat. Dengan memastikan ketepatan waktu, keakuratan informasi, konsistensi layanan, serta penerapan sistem evaluasi yang baik, BMT dapat membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan nasabah. Hal ini tidak hanya meningkatkan reputasi BMT sebagai lembaga keuangan syariah yang terpercaya, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Selain itu, keberlanjutan kehandalan dalam pelayanan ini juga sejalan dengan prinsip maqashid syariah, yang menekankan perlindungan terhadap harta (*hifzhul maal*) serta peningkatan kesejahteraan umat melalui sistem ekonomi yang adil dan transparan. Dengan demikian, BMT tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan

keuangan, tetapi juga sebagai institusi yang berkontribusi terhadap stabilitas ekonomi berbasis syariah.

3. Kualitas Pelayanan *Customer service* Pada Dimensi Jaminan (Assurance) Di BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat Dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil temuan terkait dimensi jaminan menunjukkan bahwa jaminan pelayanan berperan penting dalam membangun hubungan yang kokoh antara lembaga dan nasabah, karena faktor ini menentukan tingkat kepercayaan nasabah terhadap lembaga. Indikator jaminan yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi keahlian petugas dalam memberikan informasi yang benar dan jelas kepada nasabah, kesopanan dan keramahan petugas dalam berinteraksi dengan nasabah, serta rasa aman yang diberikan dalam setiap transaksi, termasuk perlindungan data dan keamanan dana nasabah. Dalam perspektif ekonomi Islam, jaminan ini mencerminkan nilai amanah (tanggung jawab) dan shiddiq (kejujuran), yang harus diterapkan dalam setiap interaksi keuangan agar tercipta hubungan yang sehat dan penuh keberkahan antara lembaga dan nasabah.

Jaminan (*Assurance*) salah satu dimensi utama dalam kualitas pelayanan yang memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah. Dimensi ini melibatkan aspek-aspek seperti keahlian petugas, kesopanan dalam pelayanan, serta rasa aman yang diberikan kepada nasabah. Jaminan tidak hanya sebatas memberikan informasi yang akurat dan layanan yang ramah, tetapi juga mencerminkan upaya institusi dalam menanamkan kepercayaan kepada nasabah bahwa

transaksi keuangan mereka dilakukan dengan aman, profesional, dan sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, jaminan dalam pelayanan juga mencakup bagaimana lembaga keuangan memberikan rasa nyaman dan kepastian bahwa seluruh sistem dan prosedur yang digunakan tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga pada kemaslahatan nasabah.

Jaminan dalam pelayanan yang diterapkan oleh BMT NU Cabang Kalisat juga sejalan dengan teori kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Tjiptono dalam freekley steyfli maramis, irsyad nasution, wawan oktriawan, yang menyatakan bahwa jaminan terdiri dari beberapa indikator utama, yaitu keahlian (*competence*), kesopanan (*courtesy*), kredibilitas (*credibility*), dan keamanan (*security*).⁹⁰ Keempat indikator ini sangat relevan dengan praktik pelayanan di BMT NU Cabang Kalisat. Keahlian petugas dalam memberikan informasi dan bimbingan keuangan, kesopanan mereka dalam berkomunikasi dengan nasabah, kredibilitas lembaga dalam menjalankan prinsip syariah secara ketat, serta keamanan dalam setiap transaksi menjadi faktor utama yang mendukung loyalitas nasabah. Indikator lain yang juga berperan adalah bagaimana BMT NU membangun citra profesionalisme melalui sistem kerja yang tertata, struktur organisasi yang jelas, serta keterbukaan informasi bagi nasabah agar mereka merasa dihargai dan dilibatkan dalam setiap keputusan keuangan.

⁹⁰ Tjiptono Dalam Freekley Steyfli Maramis, Irsyad Nasution, Wawan Oktriawan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Muttaqin* 3, no. 2 (Juli 2022): 181.

Di BMT NU Cabang Kalisat, jaminan dalam pelayanan tercermin dalam berbagai bentuk. Salah satunya adalah kompetensi petugas dalam memberikan penjelasan terkait produk dan layanan keuangan secara detail dan jelas, sehingga nasabah memiliki pemahaman yang cukup sebelum mengambil keputusan keuangan. Pelatihan rutin yang diberikan kepada petugas *customer service* menjadi langkah strategis dalam memastikan bahwa mereka memiliki keterampilan komunikasi dan pemahaman mendalam tentang kebijakan syariah dalam perbankan. Selain itu, sikap sopan santun dan keramahan petugas juga menjadi bagian dari standar pelayanan yang diterapkan oleh BMT NU, yang mencerminkan nilai-nilai Islam seperti kesabaran dan kejujuran dalam berinteraksi dengan nasabah. Nasabah yang merasa dihormati dan dilayani dengan baik akan cenderung membangun hubungan jangka panjang dengan lembaga keuangan.

Keamanan transaksi juga menjadi aspek penting dalam dimensi jaminan. BMT NU Cabang Kalisat menerapkan sistem keamanan yang ketat dalam setiap transaksi keuangan, termasuk prosedur verifikasi identitas dan pencatatan transaksi secara rinci. Nasabah diberikan bukti transaksi berupa struk atau dokumen resmi untuk setiap aktivitas keuangan, sehingga mereka merasa yakin bahwa dana mereka dikelola dengan baik. Transparansi dalam sistem administrasi dan akuntansi juga menjadi faktor yang memperkuat kepercayaan nasabah, karena mereka dapat memantau dan mengevaluasi keuangan mereka dengan mudah. Selain itu, implementasi teknologi dalam sistem pelayanan juga

meningkatkan jaminan terhadap keamanan data dan informasi pribadi nasabah, sehingga meminimalisir risiko kebocoran data atau tindakan penipuan.

Dalam perspektif ekonomi Islam, jaminan dalam pelayanan mencerminkan nilai-nilai kejujuran (*shiddiq*), tanggung jawab (*amanah*), dan keadilan (*'adl*). Konsep ini diperkuat dengan adanya prinsip *hisbah*, yaitu mekanisme pengawasan dalam Islam yang memastikan bahwa transaksi dilakukan secara adil dan tidak merugikan pihak mana pun. Dengan demikian, jaminan dalam pelayanan di BMT NU Cabang Kalisat tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan loyalitas nasabah, tetapi juga untuk menjalankan aktivitas ekonomi yang sesuai dengan syariat Islam. Jaminan juga dapat dikaitkan dengan konsep *ihsan*, yang berarti memberikan pelayanan terbaik dan melampaui ekspektasi nasabah demi terciptanya rasa aman dan kepercayaan.⁹¹

Penelitian menunjukkan bahwa jaminan yang diberikan oleh BMT NU Cabang Kalisat berperan penting dalam menumbuhkan loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa bahwa mereka mendapatkan perlindungan, informasi yang jelas, serta pelayanan yang sopan dan profesional cenderung memiliki kepercayaan lebih besar terhadap BMT. Kepercayaan ini kemudian berkontribusi pada keputusan mereka untuk tetap menggunakan layanan BMT dalam jangka panjang serta merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan kata lain, semakin

⁹¹ Rumiyanthi Dalam Nurul Adimah, Mokh. Irsyad Nasution, Wawan Oktriawan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Muttaqien* 3, no. 2, (Juli 2022):181.

tinggi tingkat jaminan yang diberikan, semakin besar pula kemungkinan nasabah untuk tetap loyal terhadap institusi keuangan tersebut. Loyalitas nasabah ini juga dipengaruhi oleh kepastian bahwa sistem operasional dan keuangan yang diterapkan oleh BMT NU telah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang transparan dan bebas dari unsur riba.

Dengan demikian, jaminan dalam pelayanan bukan hanya sekadar aspek teknis dalam memberikan layanan, tetapi juga merupakan elemen fundamental yang mencerminkan prinsip-prinsip Islam dalam dunia perbankan dan keuangan. BMT NU Cabang Kalisat telah membuktikan bahwa dengan mengutamakan jaminan dalam pelayanan, mereka dapat membangun hubungan yang kokoh dengan nasabah, meningkatkan kepuasan dan loyalitas, serta memperkuat reputasi sebagai lembaga keuangan syariah yang terpercaya dan berkualitas tinggi. Penerapan jaminan yang optimal tidak hanya meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap BMT, tetapi juga menciptakan ekosistem keuangan syariah yang berkelanjutan, yang mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis nilai-nilai Islam serta kesejahteraan masyarakat secara luas.

Dari hasil penelitian yang telah disusun dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa ketiga dimensi utama dalam pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat—kehandalan, daya tanggap, dan jaminan—memiliki peran yang sangat signifikan dalam menumbuhkan loyalitas nasabah. Dengan memastikan bahwa layanan yang diberikan selalu tepat waktu, responsif, dan dapat diandalkan, lembaga ini berhasil

membangun hubungan jangka panjang yang kokoh dengan nasabahnya. Dalam konteks ekonomi Islam, penerapan nilai-nilai syariah dalam setiap aspek pelayanan semakin memperkuat kepercayaan nasabah terhadap BMT NU Cabang Kalisat sebagai lembaga keuangan syariah yang berkualitas dan terpercaya.



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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai kualitas pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi islam. Kesimpulannya sebagai berikut :

Kualitas Pelayanan *Customer service* BMT NU Cabang Kalisat Dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Terkait Dimensi Keandalan (*Reliability*) Perspektif Ekonomi Islam mencerminkan kemampuan BMT untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji secara akurat dan konsisten. Keandalan ini mencerminkan sikap amanah dan tanggung jawab dalam perspektif ekonomi Islam, yang membangun kepercayaan nasabah terhadap kualitas layanan BMT. Pelayanan yang andal memastikan bahwa nasabah merasa puas karena kebutuhannya selalu terpenuhi dengan baik. Kualitas Pelayanan *Customer service* BMT NU Cabang Kalisat Dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Terkait Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) Perspektif Ekonomi Islam menunjukkan kesigapan petugas dalam merespons kebutuhan nasabah, baik dalam melayani transaksi, menangani keluhan, maupun memberikan informasi secara cepat dan tepat. Daya tanggap ini mencerminkan nilai ihsan dalam Islam, yaitu memberikan pelayanan dengan kebaikan dan kepedulian. Sikap responsif membantu menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, yang berujung pada peningkatan loyalitas

mereka. Kualitas Pelayanan *Customer service* BMT NU Cabang Kalisat Dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Terkait Dimensi Jaminan (*Assurance*) Perspektif Ekonomi Islam mencakup pengetahuan, kesopanan, keterampilan petugas, serta kemampuan lembaga untuk menanamkan rasa aman dan kepercayaan kepada nasabah. Dalam konteks ekonomi Islam, jaminan ini didasarkan pada kejujuran dan integritas. Dengan memberikan rasa aman melalui keamanan transaksi dan kualitas layanan yang baik, nasabah merasa yakin bahwa dana mereka dikelola secara profesional dan sesuai prinsip syariah.

B. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang penulis sampaikan antara lain :

1. Saran untuk BMT NU Cabang Kalisat.

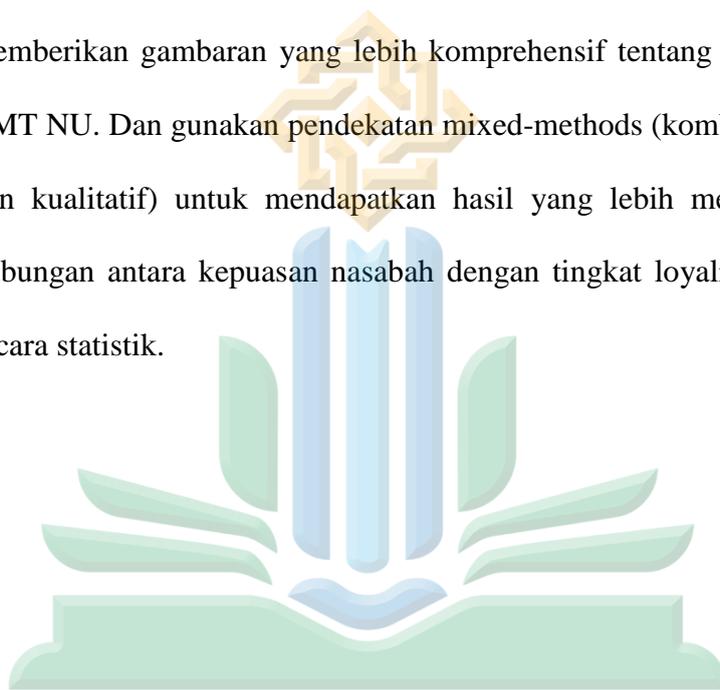
Penguatan Kehandalan (*Reliability*): Tingkatkan pelatihan bagi staf untuk memastikan mereka memiliki kemampuan dalam memberikan layanan yang konsisten dan sesuai dengan janji dan Gunakan teknologi digital untuk mempercepat dan memastikan akurasi transaksi, seperti aplikasi mobile banking berbasis syariah atau sistem notifikasi otomatis.

Peningkatan Daya Tanggap (*Responsiveness*): Buat mekanisme pelaporan keluhan yang lebih efisien, seperti aplikasi keluhan online, sehingga nasabah dapat melaporkan masalah kapan saja. Memperkuat Jaminan (*Assurance*): Adakan pelatihan komunikasi dan keterampilan layanan

kepada staf agar mereka dapat memberikan penjelasan yang jelas dan meyakinkan kepada nasabah.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Lakukan penelitian lebih lanjut dengan memasukkan dimensi pelayanan lain, seperti empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*), untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang kualitas layanan BMT NU. Dan gunakan pendekatan *mixed-methods* (kombinasi kuantitatif dan kualitatif) untuk mendapatkan hasil yang lebih mendalam, seperti hubungan antara kepuasan nasabah dengan tingkat loyalitas yang diukur secara statistik.



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

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Rahman. *Kepuasan Nasabah: Tinjauan Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Syariah*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2021.
- Afisena Wildan Diki. "Strategi Pelayanan Prima Di Pt. Bank Perkreditan Rakyat Nur Semesta Indah Kantor Pusat Kencong Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023.
- Aini Mey Dwi Nur. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Bmt Nu Jombang)." Skripsi, UIN Malang, 2022.
- Akbar, Muhammad. Lutfi, Hery, Rahmawan. Afif, Rosyid. "Peran Bmt Nu Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kecamatan Pringsewu." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Vol (01): 03- 08 (2023).
- Arianti Reni Yulistian. "Strategi Pelayanan *Customer service* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bprs Bhakti Sumekar Kantor Cabang Jember." Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022.
- Bachtiar. *Metode Penelitian Hukum*. Tangerang Selatan: Unpam Press, 2018.
- Bugin, Burhan. *Penelitian Kualitatif : komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Dharmayanti dalam Nazaruddin Aziz, and Rino Dwi Putra. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Nagari Sumatera Barat Cabang Simpang Empat Pasaman Barat." *jurnal pundi 04*, no. 03. (November 2020).
- Farid, Ahmad. *Menejemen Komplain DII2an Customer Care*. Yogyakarta: Harapan Cahaya, 2024.
- Fernos, Marlius, Doni. "Peranan *Customer service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. BPD Sumatera Barat Cabang Pasar Raya Padang." *Jurnal ekonomi Islam*, 1-8, <https://doi.org/10.31227/osf.io/cq458>
- Harahap, Andrew, Hermawan, et al. "Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer service* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, (Oktober 2023).

- Harahap, Andrew, Hermawan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer service* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 19, (Oktober 2023), 80. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8378841>
- Haryanto. *Manajemen Pelayanan Kualitas Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2020.
- Heskett, Jones, Loveman, Sasser Jr. dan Schlesinger dalam Fathan Budiman. "Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali." *Jurnal ekonomi, Sosial & Humaniora*, no. 02 (Desember 2020).
- Hidayatullah, M.F. Irawan, Bambang. Sudaryanto. Roziq, Ahmad. Ma'mun, Sukron. "Peningkatan Nasabah di Perbankan Islam: Studi Kasus Bank Syariah Strategi Pemasaran Indonesia." *International Journal of Islamic Business and Economics* 7, no. 2, (December 2023): 129
- Idris, Muhammad. "Strategi Pemasaran Produk Dalam Rangka Menarik Minat Masyarakat Di Bmt Nu Cabang Tanah Merah." Skripsi, Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Bangkalan, 2020.
- Indasari dalam Apriliana, Sukaris. "Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara." *jurnal maneksi* 11, no.2. (Desember 2022).
- Isfirani, Atika. "Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service*, Kualitas Produk, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Kota Pematang)." Skripsi, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2023.
- Ismawati. "Peran *Customer service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Pangkajene (Analisa Manajemen Syariah)." Skripsi, Iain Parepare, 2020.
- Millah, Hayatul. and Suryana, Hamdiah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Desa Karangbong Kecamatan Pajaraka." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 6, no. 2 (2020): 135, <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i2.360>
- Moleong, Ixey J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum* . Mataram: Mataram University Press, 2020.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Muhammad. *Kualitas Pelayanan Islami pada Perbankan Syariah*. Jakarta: Neliti, 2019.
- Tjiptono Dalam Doni, Marlius. and Izet, Putriani. “Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan Dilihat Dari Kualitas Layanan *Customer Service*.” *Jurnal Pundi 03*, No. 02 (July 2019):112
- Yunni, Rusmawati. and Bhiastika, Ristyanadi. “Analisis Pelayanan Cs (*Customer Service*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Danamon Di Sukodadi Lamongan.” *jurnal EKBIS: ekonomi bisnis 1*, no 1 (Maret 2018).
- Riduan, Mas'ud. *Strategi Membangun Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah*. Mataram: UIN Mataram, 2021.
- Rifa'i, Khamdan. *kepuasan konsumen. Jember: UIN KHAS PREss*, 2023.
- Rofiah, Cusnul. and Wahyuni, Dwi. “Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Liyalitas Pelanggan Yang Di *Mediasi* Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang.” *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis (JREB)*12, No. 1 (April 2017).
- Rumiyanti dalam Nurul, Adimah. Nasution, Irsyad, Mokh. Wawan, Oktriawan. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *jurnal Muttaqien 3*, No. 2 (Juli 2022).
- Saeed et al. dalam Andrew, Hermawan, Harahap, et al. “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer service* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan 9*, no. 19 (Oktober 2023):78, <https://doi.org/10.5281/zenodo.8378841>.
- Saragih, et.al dalam Wahyu, Hidayat. and Lilis Sulistyani. “Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Jasa Konstruksi CV Muna Sariy Jaya.” *jurnal manajemen, bisnis dan pendidikan 9*, no. 1 (July 2021).
- Soemetra dalam Melina Fichta, “Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil,” *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance 3*, no. 2 (November 2020).
- Soengeng, Wahyoedi & Saporso. *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religiositas, Kualitas Layanan, Trust, dan Loyalitas*. Jakarta: Academia, 2020.

- Sofiyatul, Madaniyah. Setianingrum, Nurul. and Anggitaningsih, Retna. “Impact of Hajj Savings Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty of PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep,” *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies* 3, no. 2 (Desember 2023): 22
- Sudarsono dalam Fichta, Melina. “Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil.” *Jurnal Tabarru Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (November 2020): 273.
- Safitri, Iin. “Kualitas Pelayanan *Customer service* Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kcp. Parepare.” Skripsi, Insitut Agama Islam Negeri Parepare, 2023.
- Sari, Tiara, Purnama. dalam wickof. “*Penerapan Etika Customer service* Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Nasabah Bank Muamalat Kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan.” Skripsi, IAIN Bengkulu, 2021.
- Siregar, Mila, Ropah. “Peran *Customer service* Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kcp Panyabungan.” Skripsi, Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpunan, 2021.
- Tjiptono Dalam Freekley, Steyfli, Maramis, Jantje L Sepang, and Agus Supandi Soegoto. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air.” *Jurnal EMBA* 6 no. 3 (Juli 2018).
- Wafira, Sahla. “Analisis Strategi *Pemasaran* Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Bmt Nu Cabang Kota Sumenep.” Skripsi, UIN Malang, 2022.
- Wahyoedi, Soengand, And Saparso. *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religiolitas, Kualitas Layanan, Trust, Dan Loyalitas*. Jakarta: Academia, 2020.

Lampiran 5 Sitasi Dosen Febi

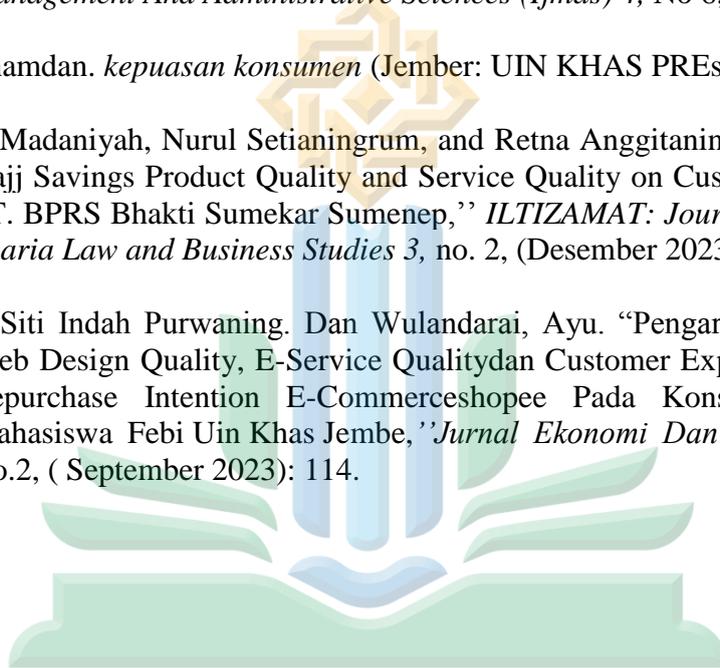
Hidayatullah, M.F. Irawan, Bambang. Sudaryanto, Roziq, Ahmad. Ma'mun, Sukron. “ Peningkatan Nasabah di Perbankan Islam: Studi Kasus Bank Syariah Strategi Pemasaran Indonesia,” *International Journal of Islamic Business and Economics* 7, no. 2, (December 2023): 129

Rahayu, Nurul Widyawati Islami. “Good Service Governance Menggunakan Multiple Agency Pada Pt Pengelolaan Zakat.” *International Journal Of Management And Administrative Sciences (Ijmas)* 4, No 6, (2017): 16

Rifa’i, Khamdan. *kepuasan konsumen* (Jember: UIN KHAS PREss, 2023).

Sofiyatul Madaniyah, Nurul Setianingrum, and Retna Anggitaningsih, “Impact of Hajj Savings Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty of PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep,” *ILTIZAMAT: Journal of Economic Sharia Law and Business Studies* 3, no. 2, (Desember 2023): 22

Yuwana, Siti Indah Purwaning. Dan Wulandarai, Ayu. “Pengaruh Brand Pride, Web Design Quality, E-Service Quality dan Customer Experience terhadap Repurchase Intention E-Commerce Shopee Pada Konsumen Milenial Mahasiswa Febi Uin Khas Jember,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, No.2, (September 2023): 114.



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

MATRIK PENELITIAN

Judul Penelitian	Fokus penelitian	Teori	Metode penelitian	Hasil penelitian
<p>Kualitas Pelayanan <i>Customer service</i> BMT NU Cabang Kalisat Dalam Menumbuhkan Nasabah Perspektif Ekonomi Islam</p>	<p>a. Bagaimana kualitas pelayanan <i>customer service</i> pada dimensi kehandalan (<i>Reliability</i>) di BMT NU cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi Islam?</p> <p>b. Bagaimana kualitas pelayanan <i>customer service</i> pada dimensi daya tanggap (<i>Responsive</i>) di BMT NU cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi Islam?</p> <p>c. Bagaimana kualitas pelayanan <i>customer service</i> pada dimensi jaminan (<i>Assurance</i>) di BMT NU cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah perspektif ekonomi Islam?</p>	<p>a. Teori Kualitas Pelayanan</p> <p>b. Teori <i>Customer Service</i></p> <p>c. Teori Baitul Maal Wat Tamwil</p> <p>d. Teori Loyalitas Nasabah</p> <p>e. Teori Kualitas Pelayanan Perspektif Ekonomi Islam</p>	<p>a. Pendekatan Kualitatif (Deskriptif)</p> <p>b. Jenis Penelitian deskriptif</p> <p>c. Metode Pengumpulan Data</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Observasi 2. Wawancara 3. Dokumentasi 	<p>a. Hasil penelitian bahwa kehandalan pelayanan di BMT NU Cabang Kalisat memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas nasabah</p> <p>b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di BMT NU Cabang Kalisat, daya tanggap menjadi salah satu dimensi pelayanan yang sangat diutamakan.</p> <p>c. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan pelayanan berperan penting dalam membangun hubungan yang kokoh antara lembaga dan nasabah.</p>

Pernyataan Keaslian Tulisan

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Elita
NIM : 211105010053
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya Yang berjudul " Kualitas Pelayanan *Customer Service* BMT NU Cabang Kalisat Dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Perspektif Ekonomi Islam" Adalah hasil penelitian karya sendiri.

Bagian atau data tertentu yang saya peroleh dari perusahaan atau lembaga, dan/atau saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

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

Jember, 22 Februari 2025



PEDOMAN WAWANCARA

Pertanyaan yang akan diajukan kepada *customer service* terkait dimensi kehandalan dalam kualitas pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat:

1. Bagaimana CS memastikan bahwa setiap layanan yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) yang berlaku?
2. Apa langkah yang SC ambil untuk memastikan ketepatan waktu dalam menyelesaikan setiap kebutuhan atau keluhan nasabah?
3. Bagaimana CS menjaga konsistensi dalam memberikan pelayanan yang handal kepada nasabah?
4. Bagaimana CS memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada nasabah selalu akurat dan dapat dipercaya?
5. Bagaimana CS menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti amanah dan tanggung jawab, dalam memberikan layanan yang handal?

pertanyaan yang akan diajukan kepada nasabah terkait dimensi kehandalan dalam kualitas pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat:

1. Apakah CS memastikan bahwa setiap layanan yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) yang berlaku?
2. Apakah langkah yang SC ambil untuk memastikan ketepatan waktu dalam menyelesaikan setiap kebutuhan atau keluhan nasabah?
3. Apakah CS menjaga konsistensi dalam memberikan pelayanan yang handal kepada nasabah?
4. Apakah CS memastikan bahwa informasi yang diberikan kepada nasabah selalu akurat dan dapat dipercaya?

5. Apakah CS menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti amanah dan tanggung jawab, dalam memberikan layanan yang handal?

Pertanyaan yang akan diajukan kepada *customer service* terkait dimensi daya tanggap dalam kualitas pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat:

1. Bagaimana prosedur yang diterapkan CS untuk memastikan respons cepat terhadap kebutuhan nasabah?
2. Apa langkah pertama yang CS ambil saat nasabah mengajukan keluhan atau pertanyaan?
3. Bagaimana CS memastikan bahwa nasabah merasa diperhatikan saat berinteraksi dengan CS?
4. Sejauh mana nilai-nilai ekonomi Islam, seperti kepedulian dan tanggung jawab, memengaruhi cara CS melayani nasabah?

Pertanyaan yang akan diajukan kepada nasabah terkait dimensi daya tanggap dalam kualitas pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat:

1. Apakah prosedur yang diterapkan CS untuk memastikan respons cepat terhadap kebutuhan nasabah?
2. Apakah langkah pertama yang CS ambil saat nasabah mengajukan keluhan atau pertanyaan?
3. Apakah CS memastikan bahwa nasabah merasa diperhatikan saat berinteraksi dengan CS?
4. Sejauh mana nilai-nilai ekonomi Islam, seperti kepedulian dan tanggung jawab, memengaruhi cara CS melayani nasabah?

Pertanyaan yang akan diajukan kepada *customer service* terkait jaminan dalam kualitas pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat:

1. Bagaimana CS memastikan bahwa nasabah merasa aman dan nyaman selama proses pelayanan?
2. Apa langkah yang CS ambil untuk membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan yang diberikan?
3. Bagaimana CS menunjukkan profesionalisme dalam memberikan jaminan kepada nasabah bahwa layanan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam?
4. Bagaimana CS menjaga sopan santun dan profesionalisme dalam berinteraksi dengan nasabah?

Pertanyaan yang akan diajukan kepada nasabah terkait jaminan dalam kualitas pelayanan *customer service* BMT NU Cabang Kalisat:

1. Apakah CS memastikan bahwa nasabah merasa aman dan nyaman selama proses pelayanan?
2. Apakah langkah yang CS ambil untuk membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan yang diberikan?
3. Apakah CS menunjukkan profesionalisme dalam memberikan jaminan kepada nasabah bahwa layanan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam?
4. Apakah CS menjaga sopan santun dan profesionalisme dalam berinteraksi dengan nasabah?

Lampiran Surat Izin Penelitian



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 Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-10 79Un.22/7.a/PP.00.9/10/2024

07 Oktober 2024

Lampiran : -

Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Kepala BMT NU Cabang Kalisat

Jl. Imam Bonjol, Desa Glagahwero, Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember,
Jawa Timur 68193

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

Nama : Siti Elita
NIM : 211105010053
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Kualitas Pelayanan Customer Service BMT NU Dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

A.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,


Nurul Widyawati Islami Rahayu



4

Lampiran Surat Keterangan Selesai Penelitian



Badan Hukum: 188.4/11/BN/XY/20435/11/2007 - Akte Notaris No. 08 Tg. 04 Mei 2007
PAD: P212509/02/01/1X/2014 - SILSP: P212509/06/01/1X/2014 - NPWP: 02.509.962.4.808.000

Alamat Kantor

Jalan Irtan Borjot Desa Gingsajene
Kec. Kalisat Kab. Jember Kode Pos 60193
HP: 0823 3894 1777 - Telp./Fas: 0328 861654
Website: www.bmtjember.com
e-mail: bmtnu_kalisat1@yahoo.co.id

Nomor : 2404/015/KSPPS/BMT NU/II/2025

Kalisat, 25 Februari 2025

Lamp : -0-

Perihal : Pemberitahuan Selesai Penelitian

Kepada Yang Terhormat
Dekan Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Assalamu'alaikum War. Wab.

Salam silaturraim kami sampaikan, semoga kita sekalian tetap berada dibawah lindungan Allah SWT, sehingga tetap diberi kemampuan dalam melaksanakan tugas-tugas keseharian. Amin.

Selanjutnya, disampaikan dengan hormat, sehubungan dengan surat rekomendasi izin penelitian nomor : 2404/034/KSPPS/BMT NU/XI/2024 tanggal 28 Nopember 2024, bahwa telah selesai melakukan penelitian di KSPS Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat Jember, dengan data :

Nama : Siti Elita
NIM : 211105010053
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : "Kualitas Pelayanan Customer Service BMT NU Dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam di KSPS Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Kalisat"

Demikian harap mahlum, atas segala perhatian dan kerja samanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum War. Wab.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Kepala Cabang



Lailur Rohman, S.E.I

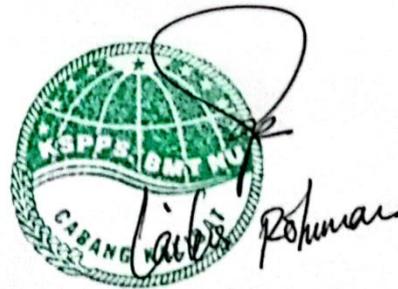
NIR. No. 2404.290316.0129

Lampiran Jurnal Kegiatan Penelitian

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN DI BMT NU CABANG KALISAT

No	Hari/tanggal	Keterangan	Tanda Tangan
1	Senin, 11 November 2024	Penyerahan surat izin penelitian	
2	Rabu, 20 November 2024	Proposal ACC	
3	Jum'at, 6 Desember 2024	Observasi sekaligus wawancara kepada khoiratun Nisa (<i>Customer service</i>)	
4	Jum'at, 6 Desember 2024	Wawancara kepada siti nur hovivah (Nasabah)	
5	Jum'at, 6 Desember 2024	Wawancara kepada Sundaryani (Nasabah)	
6	Senin, 9 Desember 2024	Observasi sekaligus wawancara kepada Muhammad Rofiki (kepala cabang)	

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



Lampiran Surat Keterangan Screening Turnitin 25%



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 Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Siti Elita
NIM : 211105010053
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
Judul : Kualitas pelayanan customer service BMT NU cabang Kalisat dalam menumbuhkan loyalitas nasabah persepektif ekonomi islam

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

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 26 Februari 2025
Operator DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Mawaf
Mariyah Ulfah, M.I.
197709142005012004



Lampiran Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi



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 Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Siti Elita
NIM : 211105010053
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, 18 Februari 2025
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah


ANA PRATIWI, SE., Ak., MSA.
NIP. 198809232019032003

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

BIODATA PENULIS



A. Identitas Penulis

1. Nama : Siti Elita
2. Tempat Tanggal Lahir : Jember, 09 Oktober 2002
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Alamat : Dusun Juroju, RT 004/RW 018, Desa Sumber
Salak, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten
Jember.
6. Email : elitasiti814@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Al- Khoiriyah
2. SDN Sumber Salak 04
3. MTS Miftahul Ulum Kalisat
4. MA Miftahul Ulum Kalisat
5. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember